# ÍNDICE

Introducción y orientación para el estudio de este espacio curricular	5
Cómo trabajar con este libro	7
Algunas convenciones	8
UNIDAD I: DIFERENTES CONCEPCIONES ACERCA DE LA COMUNICACIÓN	
Objetivos	10
1. Introducción a la comunicación.	10
2. Modelo canónico de comunicación	1
3. Hacia el modelo crítico de la comunicación	12
4. Evolución de las comunicaciones	14
5. El mundo de la comunicación	16
6. Relaciones comunicacionales	1′
Cuestionario de autoevaluación	19
UNIDAD II: COMUNICACIÓN Y MANIPULACIÓN	
Objetivos	2
1. Manipulación.	
2. Comunicación y horizontalidad de los mensajes	
3. El discurso. Diferencia entre comunicación y difusión	2
4. Aportes a la comunicación.	
Cuestionario de autoevaluación	29
UNIDAD III: COMUNICACIÓN Y PODER	
Objetivos	3
1. Comunicación y Poder	3
Descripción del circuito informativo nacional e internacional	3:
3. Los dueños de los medios.	3'
4. La organización de las Naciones Unidas	3 4(
5. El nuevo orden informativo internacional	4:
6. Tecnología y dependencia	4.
Cuestionario de autoevaluación	4
Cuestionario de autoevaluacion.	4
UNIDAD IV: LOS MEDIOS MASIVOS	
Objetivos	49
1. Los medios masivos de comunicación escrita: los periódicos, las revistas y los libros	49
1.1. Los medios masivos de comunicación. Características	5
1.2. Breve historia de antecedentes mundiales y argentinos	52
1.3. Orientación de la opinión pública	5
1.4. Propaganda y publicidad	5
2. Su lenguaje, forma y contenido. Sus receptores	5'
3. El debate sobre la objetividad y subjetividad	6
Cuestionario de autoevaluación	6

UNIDAD V: SITUACIÓN ACTUAL	
Objetivos	66
1. Las modificaciones producidas en la última década y su influencia	66
2. El fenómeno de las comunicaciones	71
3. La televisión, hoy	74
4. La radio	76
Cuestionario de autoevaluación	78
UNIDAD VI: PERSPECTIVAS FUTURAS Objetivos	80
1. Perspectivas futuras y los desafíos para el siglo XXI.	
2. Las nuevas tecnologías: Internet y su influencia en la Sociedad	
3. Los medios masivos de comunicación y cómo afectan a la sociedad	
Cuestionario de autoevaluación.	87
Glosario	88
Ribliografía	QC

# Introducción y orientaciones para el estudio de este espacio curricular

#### Estimado alumno:

La idea de este espacio curricular es la de facilitarle a Ud. la comprensión de la importancia que tiene Comunicación y Medios.

En la primera Unidad de este texto encontrará: Introducción a la comunicación, Modelo canónico de comunicación, Evolución de las comunicaciones, El mundo de la comunicación y Relaciones comunicacionales.

En segunda instancia, nos internaremos en: Manipulación, Comunicación y horizontalidad de los mensajes, El discurso. Diferencia entre comunicación y difusión y Aportes a la comunicación.

A posteriori analizaremos: Comunicación y poder, Descripción del circuito informativo nacional e internacional, Los dueños de los medios, La organización de las Naciones Unidas, El nuevo orden internacional y Tecnología y dependencia.

Encararemos luego: Los medios masivos de comunicación escrita ( Los periódicos, las revistas y los libros), Características de los medios masivos de comunicación, Breve historia de antecedentes mundiales y argentinos, Orientación de la opinión pública, Propaganda y publicidad, Su lenguaje (Forma y contenido) (Sus receptores) y El debate sobre la objetividad y subjetividad.

Veremos: Las modificaciones producidas en la última década y su influencia, El fenómeno de las comunicaciones, La televisión hoy y La radio.

Por fin nos introduciremos en: Perspectivas futuras y los desafíos para el siglo XXI, Las nuevas tecnologías (Internet y su influencia en la sociedad) y Los medios masivos de comunicación y cómo afectan a la sociedad.

Se tratarán los temas para adentrarse al aprendizaje del manejo de la materia, tratando los mismos de justificar su uso y permitirle a Ud. comenzar a trabajar y crear estructuras válidas que sean sustento de aplicaciones que irá desarrollando en el transcurso de las unidades componentes.

Los temas abordados le permitirán diferenciar entre los distintos tipos, determinar criterios y opciones como así también definir estructuras, poder comprender selecciones y actualizaciones de contenidos.

Así, usted encontrará las características básicas. Podrá conocer y aplicar conceptos específicos.

En otro orden de ideas no se olvide que usted está estudiando bajo la modalidad...

A DISTANCIA

# Lo cual le permitirá:

- organizar su aprendizaje de acuerdo con sus horarios;
- enfrentar los materiales de aprendizaje en forma independiente;
- aunque no descarte contactarse con sus compañeros y...; por supuesto!, con su tutor.
- en este camino, le solicitamos no olvidar las técnicas de trabajo intelectual que le permiten un aprendizaje acorde con las exigencias de la carrera.

Es nuestro deseo que este recorrido le resulte agradable y cumpla con sus expectativas.

¿Empezamos?

# Cómo trabajar con este libro

Le pedimos que trate de respetar la secuencia planteada, dado que supone un estudio teórico, marco de las actividades que se le proponen.

Las mismas, le permitirán retroalimentar los contenidos.

Si duda, busque a su tutor: él lo orientará de acuerdo con sus necesidades.



# Algunas convenciones

Indicamos a continuación los íconos que utilizaremos a lo largo de este texto:

ÍCONOS	DESCRIPCIÓN Y USO				
	Pregunto¿Qué opina Ud. de tal tema? ¿Cómo le parece que puede encararse tal situación?				
	Actividades				
	CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN				
!	Señala que determinado tema es importante y debe ser tenido presente.				
ABc	GLOSARIO				
	Remite a leer un tema tratado anteriormente en el libro.				
No olvide que	Indica que lo expresado en un párrafo es importante y debe ser tenido en cuenta.				

# UNIDAD I

# DIFERENTES CONCEPCIONES ACERCA DE LA COMUNICACIÓN

# UNIDAD I

# DIFERENTES CONCEPCIONES ACERCA DE LA COMUNICACIÓN

#### **OBJETIVOS:**

Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Diferenciar el modelo canónico de comunicación.
- Reconocer el modelo crítico de la comunicación.
- Comprender la evolución de las comunicaciones.
- Reconocer las relaciones comunicacionales.

# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

La comunicación es una característica propia de los seres humanos, pués no se podría imaginar a un ser humano totalmente aislado, sin posibilidad de comunicarse con otros.

Cada uno de nosotros como individuo y miembro de una comunidad, nace y crece en una experiencia de diálogo, es decir, que para desarrollarnos, necesitamos ampliar nuestra capacidad de relacionarnos, de abrirnos a las riquezas de nuestros semejantes.

Ud. Advertirá que la posibilidad de comunicarse, de dialogar, permite que el ser humano madure como tal, en comunidad, junto con otros seres humanos.

En este contexto, el resultado de los intercambios comunicativos que cada comunidad va tejiendo, es lo que llamamos cultura.

La capacidad de comunicación de todos los seres humanos se manifiesta en todas las dimensiones de su ser persona. Por esto podemos definir al ser humano como un ser racional.

Necesitamos de los otros para desarrollar nuestras capacidades en todos los niveles:

• *Desde el punto de vista Biológico*, el hombre necesita desde su gestación, de la presencia del otro; para crecer el bebé requiere de los cuidados familiares. Recibirá la influencia del medio ambiente. Desde su mismo cuerpo está llamado a complementarse con otro para gestar y dar origen a nuevas ideas.

- *Desde el punto de vista Psicológico*, neceista de los vínculos interpersonales. La confirmación o reprobación de los demás son fuente de grandes ayudas o de graves dificultades. De esta manera, cada uno va construyendo su personalidad.
- *Desde el punto de vista Social*, el hombre necesita insertarse, sentirse parte de una comunidad. El ser humano, para desarrollarse en todas sus posibilidades, precisa reconocerse como ciudadano, trabajador, padre o madre de la familia, amigo; ser partícipe de la vida política, económica, recreativa.
- *Desde el punto de vista Espiritual*, el hombre puede abrirse a valores, ideales y al encuentro con lo sagrado. Puede abrirse a la comunicación con Dios, más allá de la forma en que cada uno asuma esa creencia.

# 2 MODELO CANÓNICO DE COMUNICACIÓN

A partir del año 1492, la cultura quedó refugiada o almacenada, en las abadías y conventos.

Tenga Ud. en cuenta que los únicos que sabían leer y escribir eran los monjes que se encargaban de copiar los clásicos, como Aristóteles, Platón, Demóstenes, Sócrates, etc., en libros realizados a mano. Estos monjes eran llamados copistas.

Un libro, tenía un valor inalcanzable, pués el saber y el conocimiento fueron impartidos por la Iglesia, dado que los primeros centros de estudios fueron realizados en los colegios monacales que estaban a cargo de la Curia.

Con la enseñanza del "Trivium y Cuadrivium", todos los conocimientos estaban acordes a la creencia y al dogma católico y no era posible discusión alguna de dichos contenidos.

Toda la información y la comunicación de los adelantos en las ciencias o en las artes, era manipulado por la Iglesia, y su duda o crítica a dicha información era castigada severamente por la Santísima Inquisión, que funcionó a lo largo de diez siglos.

Con la invención de la imprenta, hubo una mayor difusión de los conocimientos y extensión geográfica de ellos.



La evolución del pensamiento humano, especialmente el pensamiento cientificista, se va oponiendo al pensamiento eclesiástico que era indiscutible, pasándose de un modo paulatino y violento en muchas ocasiones, a criticar las verdades expresadas por la Iglesia, podríamos mencionar el caso de Galileo Galilei, que sostenía la teoría Heliocentrista de Copérnico, al manifestar que el "sol era el centro del universo y la tierra giraba sobre su eje alrededor del sol";

la Iglesia pidió una retractación que él aceptó, pero igual sostuvo que "e por su move" (pero igual se mueve).

Tenga Ud. en cuenta que la razón crítica de la modernidad, pone fin a las llamadas verdades absolutas reveladas, ya que el hombre empieza a utilizar como arma, la razón y su pensamiento deductivo.



Es importante tener presente que la difusión del conocimiento, ya no era una verdad absoluta sino que estaba a disposición de las comunidades científica y filosófica, para su crítica.

Como un representante de la oposición a verdades reveladas e indiscutibles, se puede mencionar al "Tratado de la evolución de las especies" de Charles Darwin, que afirmando que el hombre no era creación de Dios, sino producto de la evolución de un homínido, dió lugar a lo que se llamó la teroría crítica, que más tarde encontró gran difusión en el pensamiento de Descartes, Kant, Hegel y Marx.

# 3 HACIA EL MODELO CRÍTICO DE LA COMUNICACIÓN

Por lo tanto, en el siglo XX, mucho autores tratron de definir cómo se producían las situaciones comunicativas, qué factores las potenciaban o las debilitaban, etc.

Los primeros teóricos surgieron en el período en el que los medios de comunicación electrónicos (la radio, la televisión) comenzaban a tener una gran relevancia.

La sociedad de masas, nacida de la revolución industrial, fue la cuna del desarrollo del cine y del periodismo actual; también en este contexto se produce el auge de la radio durante la Segunda Guerra Mundial y el posterior desarrollo de la televisión en los años 50'.

Esta evolución, donde primaba lo tecnológico, es la cuasa de que los primeros modelos para explicar la comunicación humana expresaran la comunicación como un proceso mecánico.

Con el correr de los años, se le agregó la noción de feed-back, es decir de retroalimentación.

Ud. comprenderá que este término nos sugiere que entre emisor y receptor se genera un proceso de ida y vuelta de la información; pero, en realidad, las transformaciones en relación al modelo original, son mínimas.

Al incorporar la noción de feed-back es como si se superpusieran en un mismo plano, dos situaciones de comunicación.

La primera, donde se origina el discurso inicial entre emisor y receptor; la segunda donde el receptor provoca otra respuesta y, por lo tanto, se vuelve emisor.

A pesar de estas observaciones, estos pensadores con sus nuevos estudios, contribuyeron a subrayar la importancia de entender la comunicación como un proceso.

Otra corriente, el *funcionalismo*, trató de perfeccionar el esquema inicial de la comunicación (mensaje, transmisor, señal, canal, señal recibida, receptor, mensaje), estudiando los efectos de la misma.

El funcionalismo considera a la sociedad como un todo ordenado y armónico, analiza la realidad a partir de la clasificación de los hechos como funcionales o difuncionales al sistema.



...así surgieron los estudios de opinión pública, las encuestas de todo tipo y los diseños de campañas publicitarias, el marketing, el rating.

No sólo buscaban la respuesta a los estímulos de los medios como lo hacían los primeros investigadores de la comunicación, sino que miraban más lejos, teniendo en cuenta lo individual, pero especialmente el origen o grupo de pertenencia de los hablantes.

En los años 60' surge la teoría crítica, sea en su versión europea con los planteos de la escuela de Frankfurt, o en la corriente latinoamericana de los teóricos de la dependencia, y los planteos incorporan a los estudios de comunicación las nociones de ideología y manipulación.

Su objeto de estudio se amplió a macroprocesos sociales. De esta época conservamos una gran cantidad de investigaciones sobre la estructura de propiedad de los medios, sobre quiénes poseían o dirigían las grandes empresas mediáticas y su vinculación con las empresas transnacionales de orígen norteamericano.



Ud. comprenderá que, si bien el planteo es muy diferente al de los estudios que venimos comentando, en realidad el esquema no cambia.

Estos teóricos buscaban demostrar que la realidad de dependencia económica que vivimos en América Latina se reforzaba desde lo cultura y desde lo ideológico.

Los medios serían tan poderosos, que podrían internalizar en las masas la ideología dominante.

Estos modelos fueron demostrando sus limitaciones y así fue creciendo la conciencia de que:

"La comunicación humana no puede reducirse a intercambios lineales de información, porque la riqueza de la historia, de la cultura, de la expresión gestual, la presencia del otro, escapan a esta linealidad".

# 4 EVOLUCIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Teniendo presente, que el lenguaje forma parte de la comunicación del hombre y constituye el elemento primordial para diferenciarse del resto de los animales, se estima que la evolución del habla del hombre, alcanzó hace mas de cien milenios, un nivel similar al actual, y en cambio la escritura, que es otra forma de expresión, apareció hace aproximadamente unos seis milenios atrás.

Sepa Ud. que la escritura no fue una invención repentina, sino que fue producto de un largo proceso de simplificación, y por lo tanto podemos diferenciar fases dentro de la misma:

- *Pictográfica:* Los mensajes se expresaban, mediante dibujos.
- *Ideográfica:* Los mensajes eran representados por ideas.
- *Fonética:* Se expresaban mensajes mediante la transformación de los ideogramas en signos que representaban los sonidos.



...los primeros documentos escritos, se encontraron hacia el año 3.000 a.c. en la Ciudad de Ur en Mesopotamia? Pertenecieron al pueblo sumerio, y estaban escritos en tablillas de arcilla con escritura cuneiforme.

Otra lengua de la antigüedad que dejó documentos escritos, fue la egipcia, cuyos jeroglíficos se remontan a principios del tercer milenio a.c.

También del lejano oriente, se encontraron documentos, por ejemplo de China.

Los elementos necesarios para la escritura, tanbién evolucionaron a través del tiempo.

El estilete de caña servía a los pueblos mesopotámicos para grabaar sobre tablillas de arcilla fresca, que luego dejaban secar al sol; los egipcios en cambio utilizaron pinceles de tallos de papiro y tanto los griegos como los romanos, usaban estiletes para grabar sobre tablillas enceradas y el cálamo (tallo de junco) para escribir con tinta sobre pergamino.

El papel, invento que revolucionó a la historia, fue inventado en China hacia el 200 a.c., y luego llevado a Europa por los musulmanes.

La imprenta ya era conocida en China hacia el siglo VIII d.c. y los tipos de imprenta movibles, utilizados en torno al año 1000, fueron descubiertos de forma espontánea en Alemania por Johannes Gütenberg a mediados del siglo XV. En poco tiempo, imprentas se extendieron por toda Europa.

Dentro de los cambios ocurridos con el inicio de la Edad Moderna, la Reforma desde el punto de vista religioso, realizada por Martín Lutero, transformó la tipografía en Europa, pues la

enorme demanda de las Obras de este monje agustino, convirtió, primero en Alemania y luego en el resto de la cristiandad, al recién nacido arte tipográfico, en una gran industria.

Los progresos técnicos, particularmente a partir del siglo XIX, favorecieron la extensión del libro impreso, abaratando sus costos, pues en la Edad Media, eran escritos a mano y por la Iglesia, resultando por lo tanto su adquisición por la clase alta que tenía acceso a la enseñanza.

¿Cuál le parece a Ud. que es el motivo o causa que genera un ahorro en los costos del papel?

El motivo se produce a raíz de que a partir de 1840, se comenzó a fabricar el papel con pasta de madera, los que supuso un gran ahorro en los costos. Hacia la década de 1920 se inventaron en los Estados Unidos, dos máquinas revolucionarias: la linotipia y la monotipia, que redujeron el tiempo de elaboración y tuvieron un éxito inmediato.

El uso del telégrafo, que permitía transmitir mensajes articulados según un código convencional, se asocia al nombre del estadounidense Samuel Morse quien, en 1837, logró experimentar el primer telégrafo.

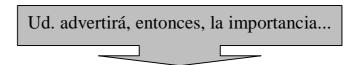
El británico Graham Bell, en la década de 1876, fue el que llevó a la práctica la idea de aplicar los impulsos eléctricos a un aparato para transmitir la voz humana a distancia, que se remontaba ya hacia 1830, creando el teléfono.

La radiofonía, es un medio de comunicación que permite transmitir el sonido a diversos puntos sin hilos ni conexiones directas. Su invención es debida al italiano Guillermo Marconi, el cual logró en 1898, unir con señales de radio las costas inglesa y francesa del canal de la Mancha.

Los hermanos Lumiere, inventaron el cine, a fines del siglo XIX, que se convirtió en un medio de comunicación excepcional en la centuria siguiente.

La televisión, se basa fundamentalmente en varias patentes del ruso nacionalizado estadounidense V.K.Zworykin, presentadas entre 1923 y 1939. Su desarrollo y difusión se produjeron en gran escala después de la segunda Guerra Mundial.

Los modernos medios de comunicación, permitieron, sin duda, el establecimiento de relaciones más profundas y de un mayor conocimiento entre los distintos pueblos.



De tales medios, sin embargo, sólo existen en cuanto soporte de un hecho lingüístico, sea verbal o visual; como instrumentos, en suma de la transmisión de mensajes, que constituye el núcleo de toda comunicación.

# 5 EL MUNDO DE LA COMUNICACIÓN

Podemos decir muchas cosas sobre la comunicación, pues supone primariamente una relación de intercambio entre seres humanos, que tiene por objetivo el encuentro entre ellos, el mutuo entenderse, el caminar juntos.

La comunicación se dá en los ámbitos del ser, del hacer y del decir de los hombres; establece una relación que se caracteriza por el hecho de que siempre implica poner algo en común, de allí que muchas palabras que tienen que ver con la comunicación, poseen la misma raíz, por ejemplo: comunión-comunidad-comunitario, etc.

Si bien toda forma de comunicación puede reducirse a un intercambio humano, es diferente la experiencia cuando hablamos cara a cara con alguien de cuando lo hacemos por medio de una carta; más aún, cuando un locutor lee por radio el último boletín informativo o cuando nos llega un mensaje a través del correo electrónico.



El psicólogo norteamericano Gregory Bateson, propuso distinguir varios niveles en la comunicación, para diferenciar la amplitud de las situaciones comunicativas.

- ✔ Primer nivel: Comunicación intrapersonal que es el espacio de la comunicación con uno mismo, de la reflexión y de la apertura hacia lo trascendente.
- V Segundo nivel: La comunicación interpersonal es la comunicación cara a cara, sin ningún tipo de mediación, es la que usamos diariamente con mayor frecuencia, por ejemplo: en la familia, o ccon nuestros amigos. Es una forma de comunicación en la que los sentimientos juegan un rol fundamental. En general establecemos una buena comunicación con aquellas personas que nos resultan agradables, aquellas con las cuales encontramos puntos en común. Pero una comunicación que sólo se quedara en este escalón, sería muy pobre, porque la riqueza en las interacciones comunicativas depende tambien de la apertura que tengamos a todo aquello que consideramos como diferente.
- ✔ Tercer nivel: Comunicación institucional asociamos con ésta, las prácticas comunicacionales mediadas por algún tipo de norma o estructura, como la que se construye en una escuela o en un club. Las instituciones, al igual que los hombres y las mujeres, tienen la posibilidad de comunicarse. Las instituciones se comunican hacia dentro (comunicación interna) y hacia fuera (comunicación externa); a su vez, tambien se relacionan con el entrorno a partir de la imagen institucional que han construído en la historia las mujeres y los hombres que vivieron antes que nosotros; esto ocurre con Matemática, Biología, Física; los

conocimientos que trabajamos en esas materias son el resumen de años de investigación, de pruebas, de errores y de aciertos. Por lo tanto es importante la transmisión, porque, entre muchas razones, podemos seguir aportando nuestro granito de arena a la construcción de la comunidad cultural y social.

∨ Cuarto nivel: Comunicación social es la comunicación que se establece entre grandes grupos. Dentro de este esquema se hace más claro el rol de los medios de comunicación en general, ya que facilitan, permiten y realizan la comunicación en el nivel macro-social. En la actualidad se considera que la comunicación social es la comunicación masiva. De todas formas algunos autores, prefieren realizar una distinción, porque consideran que la relación que se establece a través de los medios es "comunicación" entre comillas, ya que está orientada al entretenimiento, a la transmisión de información a una cierta audiencia totalmente indiferenciada que tiene poca capacidad de respuesta, por esto considera a los medios como medios de "difusión" masiva. Es importante agregar que este es un tiempo de grandes transformaciones tecnológicas, nacen nuevos medios ligados a Internet y a la telemática en general. El consumo de medios ocupa grandes espacios de tiempo. Muchos dicen que cada vez más nuestras formas de comunicación parecen empobrecerse. plantean que quizás tan solo se están transformando.

# 6 RELACIONES COMUNICACIONALES

La comunicación está estrechamente ligada al concepto de comunidad y por lo tanto, a los de organización social y colaboración.

Si entendemos como comunicación, al intercambio de significados entre individuos, mediante un sistema común de símbolos. Implica, por un lado, dar a aconocer alguna cosa como ser un pensamiento, y por otro lado, aprender algo.

Esta relación es común a los animales de todas las especies, pues en la comunicación existe una infinita escala de valores, y abarca desde el más elemental de los gestos o la segregación de sustancias químicas hasta la transmisión por satélite artificial.

Los medios de que se vale el ser viviente para la comunicación son los sentidos, que cosntituyen los canales empleados para recoger las percepciones que el entorno emite.

En la comunicación humana es posible referirse a los objetos de dos maneras totalmente distintas:

- Mediante un nombre o...
- Mediante un símil, como por ejemplo un dibujo.

Puede decirse o escribirse "luna" o dibujarse una luna. Estos dos modos básicos de comunicación se presentan también en los organismos creados por el hombre: hay computadoras que funcionan digitalmente y otros aparatos que son analógicos.

La relación verbal establece una conexión arbitraria, basada en una convención, entre el nombre y la cosa nombrada. En el aspecto biológico es relativamente reciente o implica un nivel de abstracción mucho más elevado que la comunicación analógica; esta última hunde sus raíces en épocas mucho más arcaicas de la evolución y por lo tanto, encierra una validez de mayor universalidad, pero con mucha menos especificación y operatividad que la comunicación verbal. La expresión de odio en el rostro humano, o una sonrisa, serán ejemplos de comunicación analógica o representativa.



#### ... el hombre es el único organismo que emplea los dos modos de comunicación.

Toda comunicación implica un compromiso y por consiguiente, define una relación; transmite información e impone conductas. El aspecto relativo al contenido se transmite en forma digital, mientras que el aspecto relativo a la relación es predominantemente analógico.

Cuando se habla con cariño a un amigo, éste no entiende el significado de las palabras, sino el caudal de comunicación analógica que acompaña al habla. Es fácil mentir verbalmente, pero muy difícil hacerlo en campo de lo analógico; de ahí la expresión "un gesto vale más que cien palabras".

La forma fundamental de comunicación entre todos los hombres, es el lenguaje verbal. Todos los demás lenguajes basados en la comunicación digital, como las señales luminosas, las banderas, los mensajes de humo, etc., no son el último extremo, sino variantes esquematizadas de las manifestaciones lingüísticas verbales.

\*

#### Hemos finalizado la Unidad 1.

Si tiene dudas, consulte con su tutor.

¡Ánimo! ¡Usted puede!



# **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. Desarrolle un cuadro con la evolución de las comunicaciones.
- 2. Explique los cuatro niveles de comunicación.
- 3. ¿Cuáles son las características de la comunicación humana?
- 4. Explique la comunicación desde la biología y desde lo social.
- 5. La comunicación en la Edad Media: ¿Era de libre interpretación?. Fundamente su respuesta.
- 6. Compare la información de la Edad Media y su aceptación con una información del siglo XXI.

\*

# UNIDAD II

# COMUNICACIÓN Y MANIPULACIÓN

# UNIDAD II

# COMUNICACIÓN Y MANIPULACIÓN

#### **OBJETIVOS:**

### Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Diferenciar los conceptos de comunicación y horizontalidad de los mensajes.
- Identificar la importancia dell discurso.
- Distinguir las diferencias entre comunicación y difusión.
- Comprender los aportes a la comunicación.

# **MANIPULACIÓN**

Cuando miramos televisión, escuchamos radios o leemos un periódico, estamos utilizando un medios que no sólo nos informa y entretiene, sino que también nos condiciona y nos influye.

Tenga presente Ud. que en la actualidad, merced a la revolución tecnológica, se ha incrementado notablemente la capacidadde comunicar, de emitir y recibir mensajes por parte de los medios de comunicación.

Pensemos, por ejemplo, en un partido de fútbol jugado en otro país, que observamos vía satélite, con profusión de detalles captados por varias cámaras, mientras estamos cómodamente sentados en un sillón de nuestro hogar.

Seguramente nos emocionamos con el partido, pudimos juzgar la actuación del árbitro y de los jugadores, y saltamos de alegría cada vez que nuestro equipo marcó un gol.

Este imponderable medio de comunicación nos ha permitido divertirnos y emocionarnos, juzgar, criticar y valorar el encuentro y, finalmente, tener una opinión sobre los equipos enfrentados. Además, los periodistas que lo ven "en vivo" emiten sus opiniones y sus críticas, que podremos o no compartir, pero que influyen sobre nosotros.

La televisión y la radiotelefonía –así como todos los medios de comunicación de masasno sólo facilitan el intercambio de mensajes; también nos hacen sentir su influencia y nos inducen a conformar una opinión. Entonces, decimos que los medios masivos de comunicación social, influyen en la audiencia, es decir, en el individuo, en la familia y en toda la sociedad, quienes a su vez, emiten un juicio de valor sobre lo que ven, escuchan y leen.

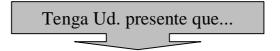
Algunos especialistas en el tema opinan que estos medios tienen una creciente importancia en la vida de las personas, a tal punto que pueden transformar los comportamientos humanos, condicionar opiniones o decisiones fundamentales.

Es tan grande la transformación operada en los medios que la capacidad de compartir significados se ha ampliado notablemente y seguirá aumentando en el futuro.

Para advertir el progreso incesante, basta comparar las comunicaciones actuales con las de unas décadas atrás.

Desde hace varias décadas, la influencia que los medios de comunicación tienen sobre las personas, ha sido motivo de numerosas investigaciones. Con distintas perspectivas, se ha analizado la posibilidad de que los medios masivos de comunicación fueran utilizados para controlar las ideas, los sentimientos y las actitudes de los integrantes de una sociedad.

Si bien se pensaba que tanto los periódicos como la radio, y en particular la televisión, eran instrumentos idóneos para influir en la opinión pública, no existía consenso respecto de cuál era el sentido de esa influencia.



#### ... la comunicación masiva, despertó tantos encendidos halagos como críticas despiadadas.

Para algunos, la posibilidad de acceso a la información que ofrecían los medios, gracias a su componente educativo, debía derivarse necesariamente en una universalización de la cultura y en una superación de la indefensión de los ciudadanos ante el bombardeo informativo en manos de unas pocas empresas o del propio Estado, creían que la comunicación masiva destruiría la sociedad democrática.

Consideraban, además, que los medios sólo servían para entretener y apaciguar a la población, contribuyendo a la degradación de la cultura.

En la actualidad, sabemos que, si bien no podemos dudar de que los medios masivos ejercen una gran influencia en la sociedad, no son todopoderosos ni tienen la capacidad de manejar las mentes.

Todo depende del uso que los receptores hagan de ellos, cuando la gente se comporta pasivamente y no se cuestiona acerca de lo que ve, lee o escucha, existen mayores posibilidades de que sus actitudes sean las que le proponen los medios.

Por el contrario, un consumo activo, cuestionador, crítico y autónomo, permite pensar que los medios pueden ayudar a la construcción de una sociedad más democrática.

Podemos citar como ejemplo mas destacado de cómo se puede manipular a una sociedad, el siguiente comentario de un hecho real.

# Un hecho pintoresco: Invasión marciana

"En 1938, el actor norteamericano Orson Welles, tenía un programa de radio. En una de sus emisiones diarias, Welles decidió relatar una supuesta invasión de seres procedentes de Marte, sin aclarar que dicho relato pertenecía a una obra de ficción —cuyo autor era H.G.Welles- y no, a la realidad. Muchos de los norteamericanos que escuchaban el programa entraron en pánico. Salieron a las calles, con los ojos desencajados, pensando que ése era su último día en la tierra. Los marcianos venían a destruírlo todo; en pocas horas el mundo no sería otra cosa que una bola de fuego; todo habría muerto".

Este hecho, sucedido hace más de medio siglo, nos muestra la influencia que tienen los medios de comunicación sobre las personas, ya que pueden provocar, sorprender, influir, construir, destruir... Si Welles hubiera aclarado que lo que estaba contando era una ficción, la audiencia, tranquila, habría seguido la historia desde el sillón del salón comedor de sus casas, donde antiguamente se escuchaba la radio, en cambio se produjo un caos social.

# 2 COMUNICACIÓN Y HORIZONTALIDAD DE LOS MENSAJES

El circuito de la comunicación, con todos los elementos que intervienen en tal proceso, se representa con un esquema conocido.

El hecho que sepamos que puede aplicarse a cualquier sistema, tanto *verbal* (lenguaje de las palabras) como *no verbal* (gestos, señales gráficas, de tránsito, etc.) nos sirve para conocer las posibilidades de expresión que posee el ser humano. También nos es útil para perfeccionar los instrumentos que nos permiten comunicarnos con los demás.

Básicamente hay una persona que tiene la voluntad de decir algo,a la que se denomina *emisor*; lo que desea comunicar constituye el *mensaje*; por otra parte, hay otra persona que recibe ese mensaje, la que se convierte en *receptor*.

El *emisor* recurre a un *código*, es decir, un sistema organizado de signos que el *emisor* y el *receptor* conocen. Este sistema es *convencional* (acordado) y existe previamente como un instrumento para ser usado en la comunicación.

Cuando el *emisor* recurre a dicho sistema, toma los elementos que le son útiles y los organiza en un discurso; este proceso se denomina *codificación*.

A su vez, el *receptor* recibe el mensaje y lo confronta con el sistema que él también conoce para comprender dicho mensaje, eso se conoce como *decodificación*.



... para que la comunicación se complete con éxito, se deberán considerar otros aspectos.

#### Gráfico sobre la comunicación

		REFERENTE ^		
	(canal)		(canal)	
EMISOR (codificación)		MENSAJE		<b>RECEPTOR</b> (decodificación)
		CÓDIGO		
<b>.</b>		(Circunstancias)		·

Para que la comunicación verbal o lingüística se produzca sin inconvenientes, se necesita:

- Un *hablante* o *emisor*: El que habla o escribe
- Un *mensaje*: Lo que dice o escribe el emisor
- Un oyente o receptor: El que recibe e interpreta el mensaje
- Un *referente*: Hechos, ideas, personas, seres de otra índole, épocas, lugares, etc., que menciona el mensaje.
- Un *código*: En nuestro caso, la lengua española, podrán ser otras lenguas como un sistema con todas sus posibilidades de combinación.
- Un *canal*: Que se usa para transmitir el mensaje: las ondas sonoras si el lenguaje es oral, el papel si el mensaje es escrito (un libro, una carta, un periódico, etc.).
- Determinadas *circunstancias* en las que se produce el acto de comunicación que van a condicionar el mensaje: El tiempo, el lugar, el ámbito social, el nivel cultural, etc.

El código lingüístico nos permite interrelacionarnos con los demás y también ejercer influencia sobre ello, o sea que nos facilita la persuasión.

Por medio de un número limitado de fonemas a los que representamos gráficamente con las letras, y a través de un proceso de combinaciones, tenemos las palabras.

Éstas, a su vez, también las podemos combinar, de ese modo, el hombre cuenta con innumerables estructuras de comuicación lingüística, las cuales se organizan en oraciones y éstas a su vez en discursos.

## Por lo tanto, lo esquematizamos de la siguiente forma:

- Fonemas, o sea sonidos simples que se representan por
- Letras, las que al combinarse forman
- *Palabras*, las que al combinarse forman
- Oraciones, las cuales al combinarse general
- Discursos.

Todo ello constituye el código de la lengua o idioma. Sin embargo, recuerde Ud. que no es el único código que el ser humano utiliza para relacionarse con sus pares.

#### Existen otros códigos, como ser:

- El código musical
- El código matemático
- Los gestos
- Las señales viales
- Las posturas corporales
- Los símbolos religiosos.

# 3 EL DISCURSO. DIFERENCIAS ENTRE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

La intención del emisor, es el modo en que se expresan los pensamientos o los hechos, qué descripciones se incluyen, si es un libro, una carta, un manual de intrucciones, un poema, etc.

Por lo tanto, considerando la intención del hablante, escritor o emisor, el discurso puede clasificarse de la siguiente manera:

- è Discurso informativo
- è Discurso expresivo

— **Discurso informativo:** El objetivo de este tipo de discurso, es *informar*. Las palabras, están empleadas con el significado más preciso, porque el foco de atención del emisor no radica en el lenguaje sino en la *información*.

La lengua debe cumplir los requisitos de *sencillez; claridad; precisión*; y *brevedad*, con el fin de no obstaculizar el objetivo de transmitir información.

Ejemplo: La noticia que puede dar un noticiero, o la información que brinda una empresa de transporte áreo, marítimo, terrestre, sobre el arribo o no de un determinado vuelo, buque, o autobús.

 Discurso expresivo: El objetivo de esta forma de discurso es conmover, es decir que la finalidad del emisor (hablante, escritor o artista), es producir un efecto en el receptor que se relacione con los sentimientos.

Por lo tanto, acude a un lenguaje que le permita acentuar la carga ssignificativa de su discurso. Las palabras adquieren otros significados distintos de los que señala el diccionario, aparecen exclamaciones, interrogaciones, etc. y en todos los casos se pone de manifiesto la subjetividad del emisor.

Se le dá prioridad a la emotividad del lenguaje, a la intensidad de las imágenes y al efecto que producen.

Ejemplo: Una descripción pormenorizada de alguna escena en particular, ya sea de una historia, o de un cuadro, etc. En este caso, el autor juega con los sentimientos, la emotividad, los tiempos verbales, provocando un valor expresivo del texto. Todos estos procedimientos constituyen el lenguaje expresivo, también llamado literario.

Cuando el discurso escrito, tanto con lenguaje objetivo (informativo) o lenguaje subjetivo (expresivo) tiene la intención de influir sobre una conducta del receptor, se lo denomina discurso apelativo o persuasivo.

Ejemplo: ¡ Cuide sus pertenencias !

"Se solicita a la comunidad la donación de sangre de cualquier grupo"

Generalmente es una orden o una solicitud, aunque en la comunicación; en general, hay varios matices de persuasión.

Los periodístas que elaboran las noticias de los diarios, lejos de ser registradores puros de la realidad, la van construyendo de distintas maneras:

- è Una de ellas es a través del contenido que seleccionan.
- è Otra, que es la que nos interesa aquí, es a través de la forma que se le da al texto.

Por ejemplo, las figuras retóricas que se usan para mencionar a los personajes u objetos de la noticia, los tiempos verbales que se emplean, el uso de la adjetivación, si se explicita un punto de vista o se deja implícito etc. Así se pueden establecer tres grandes tipos de textos: La crónica, el comentario o nota de opinión y el editorial.

La crónica es un relato del acontecimiento. Como toda narración, presenta hechos en un orden cronológico. Como una película del acontecimiento, hace una especie de "resurrección" del pasado inmediato y produce en el lector un "efectos de realidad". En la crónica se utilizan los adverbios de tiempo (ayer, mañana, hace tres días), y puede presentar tiempos verbales del pasado o del presente.

El comentario o nota de opinión está estructurado como un discurso argumentativo, es decir presenta juicios (opiniones) y razonamientos. Tiene, entonces, un orden lógico, no cronológico.

Ofrece un análisis más o menos reflexivo de un acontecimiento vivido, a veces más próximo a los hechos, a veces más distante, porque queda implícito que el lector lo conoce, o porque se comenta en un marco de mayor generalidad. Por ejemplo, el comentario puede aludir a otros hechos para vincularlos con el acontecimiento de la actualidad que está evaluando.

En los editoriales lo expresado tiene la misma estructura argumentativa que en los comentarios, pero en general existen algunas diferencias que intentamos remarcar.

En los editoriales, aparece el uso de enunciados generales del tipo "máxima" o "proverbio", definición con valor atemporal.

Se presenta también enunciados que operan el pasaje del análisis a la necesidad de la acción. Por ejemplo, en el editorial puede dicir "el tiempo apremia" por lo tanto el editorial define claramente por valores positivos y valores negativos: Hay una opinión netamente formada que es a la vez opinión del diario y que lleva al "efecto de identificación"entre sus lectores.

El vocabulario también produce un "efecto de identificación" porque induce al lector a compartir los mismos valores y las mismas ideas. Se usan términos, más políticos: Democratización, redistribución económica, explotación económica, violación de los Derechos Humanos.

Puede decirse que en los editoriales el acontecimiento pierde su individualidad, su singularidad, porque queda inserto en la coyuntura más general.

En la crónica, el acontecimiento lo invade todo, y en el comentario, éste está todavía en el horizonte, pero predominan la opinión y el razonamiento. En el editorial, la referennncia es a la coyuntura general de la que el acontecimiento forma parte.

# 4 APORTES A LA COMUNICACIÓN

Con el aporte de diversas disciplinas (semiótica, literatura, sociología) se fue descubriendo que la comunicación es ante todo un proceso donde se construyen sentidos, discursos (en el sentido más amplio del término, que incluye todos los lenguajes) que permiten los intercambios humanos.

Eliseo Verón, un sociólogo argentino que trabaja también en Francia, dice:

". . . un discurso, producido por un emisor determinado en una situación determinada, no produce jamás un efecto y uno solo. Un discurso genera, al ser producido en un contexto social dado, lo que podemos llamar un campo de efectos posibles. Del análisis de las propiedades de un discurso no podemos deducir cuál es el efecto que será en definitiva, actualizado en recepción".

El sentido se contruye en todos los momentos de la situación de comunicación, en la producción, en la circulación y en la recepción del mensaje. Verón llegó a plantear la existencia de una *semiósis social*.

Una suerte de red que articula y sostiene todos los discursos sociales. Esto sucede porque todo discurso posee en sí rastros de otros discursos, y a su vez al ser leído o escuchado, generará otros más.

Por otro lado, incorpora el tema de la circulación, porque el medio a través del cual circulan los mensajes aporta sentido a la contrucción original, ya que no es lo mismo que un discurso circule a través de un libro, de la televisión o en una conversación entre amigos.

\*

#### Hemos finalizado la Unidad Nº 2.

Deseamos que su recorrido le haya resultado gratificante.

Para cualquier aclaración, comuníquese con su tutor.



# **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. Explique en qué consiste el término comunicación.
- 2. Describa el modo de manipulación de los medios.
- 3. Explique en qué consiste la horizontalidad de los mensajes.
- 4. Defina las diferencias entre los distintos tipos de comunicación y difusión.

\*

# **UNIDAD III COMUNICACIÓN** Y PODER

# UNIDAD III

# **COMUNICACIÓN Y PODER**

#### **OBJETIVOS:**

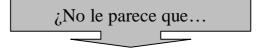
## Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Distinguir entre comunicación y poder.
- Identificar el circuito informativo, nacional e internacional.
- Conocer los objetivos de la O.N.U.
- Distinguir entre Tecnología y dependencia.

# **1** COMUNICACIÓN Y PODER

La propaganda actúa desde diversos ámbitos —los avisos, los afiches, los mesajes audiovisuales-; su meta es imponer lo que pregona y, en algunos casos, con exageración y mala fe.

Los argumentos que maneja la propaganda intentan ser no sólo convincentes, sino también decisivos y determinantes.



# ...en muchos casos bombardean a las personas disminuyendo la capacidad de reflexión?

La falta de información, el peso de los intereses de cada grupo o la ausencia de un análisis meditado del mensaje pueden hacer predominar ideas equivocadas.

El mundo contemporáneo se destaca por ellos extraordinarios avances técnicos y científicos. En el campo de los medios de comunicación masiva, ese progreso ha sido espectacular.

Este fenómeno ha contribuido a aumentar el proceso de globalización que vivimos. Una noticia puede recorrer el mundo en fracciones de segundo; millones de personas pueden ver un acontecimiento simultáneamente.

Cuando en 1969 la primera tripulación humana llegó a la luna, todo el mundo pudo ver, en las pantallas de televisión y con diferencias de apenas fracciones de segundo, lo que estaba ocurriendo a más de 300.000 km. De distancia.

Los medios masivos de comunicación –la radio, la televisión, el fax, el teléfono, las redes de computadora- han aumentado en forma fenomenal la capacidad de hacer llegar mensajes.

A través de ellos, el desarrollo de la opinión pública ha adquirido caracteres especiales.

Su poder –su capacidad de influir en las decisiones de la gente- puede convertirlos en manipuladores de la opinión pública.

Los medios se han transformado en una escuela paralela, en nuevos canales de educación, con todo lo bueno y todo lo malo que pueden ofrecer, desde los resultados de un congreso científico hasta un espectáculo deportivo, o escenas de violencia.

Por otra parte, la propaganda que se puede desprender de sus mensajes puede ejercen influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, haciendo que las personas actúen de determinada manera.

En suma, los medios influyen sobre la vida social, la economía, los hábitos, las costumbres, las actitudes y opiniones políticas y culturales.

El sistema democrático tiene la obligación moral y política de evitar los abusos de poder, de fiscalizar los actos de gobierno.

Este control del poder tiene por objetivo rectificar errores y desaciertos, y mejorar ideas y eventualmente, sancionar las infracciones.

Existen controles formales, establecidos por la Constitución y las leyes, y controles informales, que se manifiestan en la sociedad como resultado de la convivencia y el ejercicio de la libertad.

Entre los primeros se encuentran los controles mutuos que realizan los tres poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, entre sí con el objeto de evitar excesiva acumulación de poder.

En la democracia un control informal: El que realiza la ciudadanía a través del sufragio, que rechaza o aprueba la gestión de gobierno.

Entre los controles informales, se encuentra el que ejerce la opinión pública, que se puede expresar a través de los partidos políticos, asociaciones religiosas, culturales, políticas, etc.

Sin el control de la opinión pública, el gobierno puede caer en la desorientación o, peor aún, en la arbitrariedad y el favoritismo.

El control del poder favorece el intercambio de ideas y tiende un puente que une los antagonismos.

El concepto de opinión pública siempre se asocia a la democracia y al control del poder.

La ausencia de este poder puede conducir al totalitarismo. Los gobiernos antidemocráticos rechazan el control del poder; los democráticos, en cambio, legitiman el poder con el apoyo de la ciudadanía y se robustecen con los necesarios controles de los gobernados.

A continuación realizaremos una breve historia sobre el papel de la opinión pública en la democracia a través del tiempo.

En la Atenas del siglo V a.c., los ciudadanos participaban directamente en la Eclesia o Asamblea.

En los estados modernos que se inauguran en el siglo XVIII, ya no es posible la participación directa de centenas de miles de ciudadanos.

De allí que se instituya la democracia representativa, en la que estos eligen a quiénes los gobernarán. La democracia, entonces, no es exactamente el "gobierno del pueblo", sino —como afirma el teórico italiano Giovanni Sartori- "el gobierno querido por el pueblo".

Los ciudadanos eligen en base a sus opiniones, que son juicios personales fundados en un conocimiento más o menos vago acerca de las cuestiones sometidas a su consideración.

Esos pareceres están influídos por su propia manera de ver las cosas y también por el modo en que perciben la realidad los grupos a los que pertenecen.



... se llama "opinión pública" al parecer en que coincide la generalidad de las personas de una sociedad acerca de una determinada cuestión.

Los sociólogos, que la definen como el conjunto de creencias colectivas propias de una sociedad, señalan que la opinión pública presiona a los individuos para que estos ajusten sus propias opiniones al parecer general.

La democracia debe garantizar la libertad de opinión porque es un requisito para la libertad de elección de los ciudadanos. Pero la libertad no basta.

Para que las decisiones que los ciudadanos toman por medio de su voto sean realmente democráticas se requieren tres condiciones:

- 1) Que dispongan de información suficiente.
- 2) Que haya deliberación pública en la que se confronnten las opiniones diversas.
- 3) Que los juicios que se formen tengan en cuenta no solo su interés o el interés de su grupo, sino el interés de su grupo, sino el interés del conjunto de la ciudadanía.

Naturalmente, los medios de comunicación son imprescindibles para este proceso de formación de la opinión pública.

Según los especialistas franceses Frédéric Barbier y Catherine Bertho Lavenir, los medios son sistemas de comunicación que permiten que una sociedad

- Transmita información a distancia,
- Conserve información y,
- Renueve prácticas sociales, políticas y culturales.

La comunicación consiste en la transmisión de información en el espacio y el tiempo.

La transmisión entre quien emite la información (el emisor) y el que la recibe (el receptor) requiere un código y normas compartidas. Una conversación cotidiana es una comunicación en la que se utiliza un idioma común y ciertas normas: Uno habla y otro escucha consecutivamente.

En las comunidades primitivas, la mayor parte de las comunicaciones entre dos personas se hacía cara a cara, una en presencia de la otra. En las sociedades modernas, es posible comunicarse simultáneamente con millones de personas.

Esto significa que el intercambio de los mensajes y los saberes, que antes se limitaba al ámbito local, ahora se puede realizar en el espacio mundial.

Los medios también permiten conservar la información en el tiempo. Por ejemplo, se pueden archivar los periódicos durante años para escribir la historia de cualquiera de sus secciones: La política, la cultura, el deporte, etc.

También se puede acumular la información científica, por ejemplo, sobre los alimentos transgénicos para confrontar las distintas posiciones al respecto. La conservación de la información facilita el progreso del conocimiento.

Finalmente, los medios sirven para cambiar prácticas culturales y políticas. Por ejemplo, a fines del año 2000 concluyó un programa televisivo llamado "Vulnerables", cuyos personajes asistían a un grupo de terapia psicoanalítica.

En esa época aumentó significativamente la cantidad de personas que acudían a los hospitales públicos interesados en esta técnica terapéutica grupal.

La experiencia mencionada demuestra que la comunicación afecta la conducta de las personas. Desde luego, esa influencia es indirecta: Los receptores de los mensajes los interpretan de acuerdo con su propia personalidad y la actitud que pesa en sus grupos de pertenencia.

Sin embargo, la fuerza persuasiva de los medios es muy grande.

Se denomina medios masivos de comunicación (también llamados mass media; una conjunción de la palabra inglesa mass=masa y la voz latina media=medio) a aquellos que están dirigidos a vastos sectores de la población, como la televisión, la radio, etc. Este carácter masivo, precisamente, les otorga una gran capacidad de influencia sobre la opinión pública.

# 2 DESCRIPCIÓN DEL CIRCUITO INFORMATIVO NACIONAL E INTERNACIONAL

## Sucesos nacionales e internacionales

A través de agencias de noticias locales o internacionales, de los medios oficilales de difusión, de corresponsales propios, y de la prensa partidaria o sectorial: gobierno, partidos políticos, entidades culturales y religiosas, grupos de presión.



- Emisoras de Radiotelefonía
- Emisoras de Televisión
- Diarios y periódicos
- Revistas



- Noticias
- Comentarios
- Edittoriales
- Publicidad
- Propaganda



- Educación Oficial y Privada
- Vida social y económica
- Actitudes y opinionen políticas y culturales
- Costumbres u hábitos
- Participación en la vida política, cultural, religiosa y en grupos de presión.

A modo de ejemplo, transcribiremos un artículo del Diario La Nación del 28 de julio de 2000 por Ovidio Lagos.

"En la Argentina, los noticieros televisivos se empecinan en ignorar lo que sucede en el resto del mundo. En realidad, tampoco reflejan demasiado lo que ocurre en el vasto territorio nacional, como si la información girara patólogicamente alrededor de la Capital de Buenos Aires y del Gran Buenos Aires.

Es difícil recordar, si es que lo hubo, a un periodista argentino cubriendo sistemáticamente para la televisión las guerras balcánicas, el problema palestino, el Sida en África (o en Mar del Plata). No existe la cobertura nacional en vivo. Ni siquiera una historia diferida, correctamente editada.

La endogamia de los noticieros de televisión recurre incansablemente a la misma fórmula: Iinstintos primarios –bolsa en la que apilan robos, homicidios y violencia-, necrofilia, pintoresquismo y fútbol, por nombrar algunos de los síntomas más evidentes. Se salvan, afortunadamente, algunos editoriales económicos".

A continuación se detalla un esquema en donde figura la comunicación internacional, mostrando la cantidad de agencias extranjeras:

#### AGENCIAS MUNDIALES FORMADORAS DE NOTICIAS

- A.F.P. (Francia)
- A.P. (U.S.A.)
- U.P.I. (U.S.A.)
- REUTER (Gran Bretaña)
- TASS (Rusia)

#### DIFUNDEN AL MUNDO A NIVEL NACIONAL

- 1) Medios Estatales (Control de la información)
- 2) Medios Privados (Monopolio)
- Un mismo dueño maneja la Radio, Televisión, Prensa escrita, Internet, etc.
- Maneja la opinión de la sociedad
- Busca resultados que beneficien sus intereses.

# 3 LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS

Recuerde Ud. que una noticia, puede influir en el pensamiento y en el accionar de las personas y de los grupos sociales; también puede ser un instrumento para despertar conciencia en los individuos sobre un suceso o situación.

Cuando la información llega al público, ha sido ya elaborada por el medio (periodistas, redactores, etc). Pero a veces existen, además, otros intermediarios que han intervenido en la transmisión de la información; son las agencias de noticias y los corresponsales.

Ambos se ubican entre la fuente de la noticia y el medio por el cual ésta se divulgará.

Las agencias de noticias son empresas que centralizan la información proveniente de diversos lugares; seleccionan las noticias, las enfatizan, las minimizan, las desarrollan, siempre de acuerdo con su criterio y sus valores.

Cuando una noticia llega desde una agencia a un medio de comunicación ya ha sufrido, entonces, una primera selección practicada por esa empresa.

Según el área geográfica que abarcan sus noticias, las agencias son mundiales, también conocidas como internacionales, regionales o nacionales.

Existen cinco agencias mundiales que controlan más del 90% de la información internacional.

Los corresponsales son periodistas que trabajan para una agencia o para un medio masivo (periódico, radio, televisión) y que son destinados a una región, país o ciudad para que proporcionen las noticias de su área.

Los corresponsales son los primeros que participan en el procesamiento de la noticia; son los testigos del hecho o los que recogen testimonios, registrando aquellos aspectos que para ellos tienen valor de noticia.

Tenga Ud. presente que tanto los corresponsales como las agencias recogen noticias; las agencias se caracterizan por proporcionar noticias más resumidas y con mayor celeridad; la tarea de los corresponsales, en cambio es la de dar información más completa: Situar el hecho, analizarlo y documentarlo, es decir, proporcionar información más amplia y detallada de los acontecimientos.

Así llegan las noticias al medio masivo de comunicación para ser redactadas por los periodistas, quienes deben ser lo bastante competentes y agudos, tanto para no perderse en medio de una gran cantidad de informaciones e informantes diversos, como para descubrir inexactitudes o incoherencias en los datos; por otra parte, los periodistas deben recurrir a su oficio para ajustar la extensión de la información al espacio que se les asigna.

Por lo tanto, entre el suceso y el público existen una serie de intervenciones en las que no dejan de estar presentes la parcialidad y la subjetividad en el procesamiento de la información.

Y esto es válido tanto para lo que se dice como para lo que se calla (noticias silenciadas o zonas oscuras de información).

La modificación de una noticia en la cadena de procesamiento sufre una distrosión más fuerte cuando la agencia de noticias o el medio masivo de comunicación están al servicio de la ideología de un partido político o de un sector social, porque la selección y elaboración de noticias se realizará entonces con la intención de influir en la opinión pública en un sentido predeterminado, para satisfacer intereses.

También hay medios masivos de comunicación que distorsionan deliberadamente la noticia con un fin funamentalmente comercial: Conseguir más lectores, y así aumentar la venta de su periódico o revista, o para elevar su "rating" televisivo o radial, y así conseguir más avisadores.

Este tipo de medio masivo de comunicación falsea el hecho (porque da como noticia algo no sucedido), porque agrega elementos no reales al hecho o porque exagera la importancia del hecho; a la prensa ya sea escrita, radial o televisiva que proporciona información infamante, malintencionada o totalmente falsa, se la califica de "sensacionalista" o de "prensa amarilla".

Pero la influencia nociva de la prensa sectaria o sensacionalista puede ser neutralizada por la actitud del público y por la acción de un estado que garantice la existencia de condiciones para que la prensa democrática y honesta realice su labor.

Si bien, la influencia de los medios masivos de comunicación sobre la opinión pública es relativa; la experiencia de cada individuo, su historia, la transmisión primaria, cara a cara, entre los individuos de un mismo grupo, son generalmente más importantes para las decisiones políticas que los mensajes emitidos por los medios.

Por ello, la acción que ejercen las noticias sobre la gente dependen del grado de información y opinión que las personas hayan alcanzado en su interaccción con sus grupos primarios.

Los individuos informados y con opiniones formadas no son fácilmente influenciables por la prensa que deforma intencionalmente la información. En cambio, aquellas personas carentes de información de opinión fundamentada, son muy influenciables por una prensa parcial y deshonesta.

La función de una prensa honesta y respetuosa de la opinión pública debe ser la de mostrar un espectro de información lo más amplio posible y ofrecer una sincera propuesta de opinión. De esta manera, la prensa cumplirá su función socializadora: Estimulará al oyente o lector crítico y politizado a conocer y analizar ideas diferentes a las suyas, y formará en él la actitud de aceptar que también en el disenso puede haber una fundamentación honesta y veraz.

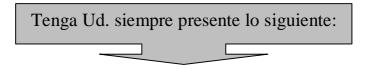
Al oyente o lector desinformado y con un bajo nivel de pensamiento crítico, este tipo de prensa le proporcionará datos ciertos, le clarificará conceptos y le ofrecerá opiniones que le permitan reflexionar; gradualmente lo convertirá en un individuo informado.

Para comprender a fondo el papel de la opinión pública y el de los medios masivos de comunicación es importante analizar cómo se relacionan ambos con el estado.

La estabilidad de un sistema político depende, en gran parte, de la capacidad que tiene el estado de crear y mantener en la opinión pública y el de los medios masivos de comunicación es importante analizar cómo se relacionan ambos con el estado.

La estabilidad de un sistema político depende, en gran parte, de la capacidad que tiene el estado de crear y mantener en la opinión pública la convicción de que las instituciones políticas vigentes son las más adecuadas para el conjunto de la sociedad.

Ya sea para mantener el sistema o para modificarlo en una dirección determinada, quienes poseen el poder políticio deben asegurarse de que un segmento cuantitativamente importante de la población participe de los valores y principios que el sistema sustenta.



...no existe un estado en el que no haya una propaganda de sus ideas y valores. Además, cada estado considera imprescindible evitar que los medios masivos de comunicación puedan atacar los valores aceptados por la sociedad, tanto se refieran a la vida pública como a las acciones privadas.

Tanto los sistemas de gobierno democráticos como los no democráticos utilizan la propaganda y evitan el ataque a sus valores, aunque, sin duda, persiguen diferentes objetivos y utilizan diferentes recursos.

En un sistema democrático, otras organizaciones políticas (partidos fuera del gobierno, grupos que pueden influir en las decisiones, etc.) pueden expresarse a través de los medios masivos de comunicación.

En cambio, en los sistemas no democráticos, se limita o se impide la expresión de la oposición.

Por lo tanto, las responsables de transmitir la información a los países periféricos, son las agencias informativas de los países centrales.

En comparación, podemos decir que en toda América Latina, con las agencias propias, se llega a 8.000.000 de noticias anuales, contra 52.000.000 de las siguientes agencias:

* France Presse	(A.F.P.)	Francia
* Asociated Press	(A.P.)	Estados Unidos
* United Press International	(U.P.I.)	Estados Unidos

(REUTER)

Gran Bretaña

\* Reuter

Dentro del impacto de los medios de comunicación, se puede destacar el siguiente documento:

[...] La llegada de la comunicación de masas y su transformación en sistemas de comunicación complejos permite a los seres humanos de nuestros días organizarse a una escala más global.

Para valorar lo importante que ha llegado a ser el sistema de medios, es instructivo imaginar que le pasaría a la organización de la vida personal y social sí por alguna razón inexplicable desaparecieran de repente todas las formas de comunicación de masas que tenemos en la actualidad. ¿ Cómo podríamos entender el mundo en el que vivimos, actuamos y nos divertimos si no existiera ninguno de los medios de masas?.

¿Qué harían los grupos y organizaciones para alcanzar sus objetivos, de conocimiento, orientación y diversión?. ¿Cómo se podría mantener el orden y la estabilidad, producir cambio social, provocar o resolver conflictos nacionales o en la colectividad, o adaptarse a los cambios del entorno?. Y...¿Cómo sostendríamos los significados comunes que hacen posible nuestra sociedad compleja?.

En definitiva ¿Cómo sobreviviría nuestra sociedad tal como la conocemos?.

M.L.De Feur; S.J.Ball Rokeach. Teorías de la Comunicación de Masas

## 4

#### LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (O.N.U.).

La O.N.U. fue creada en 1945. Existen en el mundo alrededor de 200 Estados, de los cuales 188 son en la actualidad miembros de la O.N.U. Una excepción la constituye Suiza, que siempre ha actuado como país neutral.



¿Cuales cree Ud. que pueden ser los objetivos? Los objetivos de este organismo internacional son:

- 4 Mantener la paz y la seguridad internacionales,
- 4 Estimular el repeto por los derechos humanos,
- 4 Fomentar las relaciones de amistad entre las naciones y
- 4 Promover la cooperación internacional en la búsqueda del desarrollo económico y social de todos los países.

<sup>\*</sup> Telegrafnoie Agentstvo Sovietskovo Soluza (TASS) U.R.S.S.

La O.N.U. tiene sus órganos principales. Cinco de ellos (la Asamblea General, el Consejo de Seguridad, el Consejo Económico y Social, el Consejo de Administración Fiduciaria y la Secretaría General), se encuentran en la sede de Nueva York. El sexto, la Corte Internacional de Justicia, está en La Haya (Países Bajos).

- è Asamblea General: Todos los Estados miembro, están representados en ella y poseen igual derecho a voto. No puede obligar a ningún Estado a que adopte medidas pero sus recomendaciones constituyen una indicación importante de la opinión mundial.
- e Consejo de seguridad: Es el órgano que tiene la tarea de asegurar la paz y la seguridad mundial. Está integrado por quince países. Cinco de éstos son miembros permanentes (China, Estados Unidos, Federación Rusa, Francia y Reino Unido). Puede adoptar medidas para hacer que sus decisiones se cumplan, desde sanciones económicas hasta acciones militares contra los países agresores.
- è *Consejo Económico y Social (ECOSOC):* Es el órgano que coordina la labor económica y social de las Naciones Unidas.
- è Consejo de Administración Fiduciaria: Se estableció para proteger a los territorios no autónomos de los países derrotados en las guerras mundiales. Estas colonias se entregaban en fideicomiso a un Estado administrador. Este régimen de administración fiduciaria consiste en promover el adelanto político, económico, social y educativo de los habitantes y su desarrollo progresivo hacia el gobierno propio o la independencia.
- è *Corte Internacional de Justicia:* Es el principal órgano jurídico de las Naciones Unidas. Está integrado por quince magistrados.
- è Secretaría General: Lleva a cabo la labor administrativa de la O.N.U.

El sistema de las Naciones Unidas, ha establecido una serie de organismos vinculados a ella mediante acuerdos de cooperación.

Estos organismos son autónomos, de amplio alcance a nivel internacional en las esferas económica, social, cultural, educacional, de salud, comunicacional, etc.

Deben presentar informes a la Asamblea General o al Consejo Económico y social. Los principales son:

- è UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura): Promueve la eduación para todos, el desarrollo cultural, la protección del patrimonio natural y cultural del mundo, la cooperación científica internacional, la libertad de prensa y la comunicaciones.
- è *O.I.T.* (*Organización Internacional del Trabajo*): Formula políticas y programas para mejorar las condiciones de trabajo y las oportunidades de empleo y establece normas de trabajo aplicadas en todo el mundo.
- è F.A.O. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación): Colabora en el mejoramiento de la productividad agrícola, la seguridad alimentaria y las condiciones de vida de las poblaciones rurales.
- è *F.M.I.* (*Fondo Monetario Internacional*): Facilita la cooperación monetaria internacional y la estabilidad financiera y sirve de foro permanente para la celebración de consultas, el asesoramiento y la asistencia sobre cuestiones financieras.

- è *P.N.U.D.* (*Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*): Proporciona subsidios para el desarrollo humano sostenible con el fin de facilitar la cooperación técnica y erradicar la pobreza. Lleva a cabo gestiones encaminadas a lograr el progreso social y económico.
- è *UNICEF* (*Fondo de las Naciones Unidas para la infancia*): Se ocupa de la supervivencia, la protección y el desarrollo de los niños a largo plazo.



- OMS (Organización Mundial de la Salud), Grupo del Banco Mundial
- OACI (Organización de Aviación Civil Internacional)
- UPU (Unión Postal Universal)
- UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones)
- OMM (Organización Meteorológica Mundial)
- OMI (Organización Marítima Internacional)
- OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)
- FIDA (Fondo Interrnacional de Desarrollo Agrícola)
- ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial)
- OIEA (Organización Internacional de Energía Atómica)
- ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados).

No menos importancia, tiene la Organización de Estados Americanos (O.E.A.), en lo referente al continente americano.

La O.E.A. se originó en 1948 pero comenzó a funcionar en forma efectiva en 1951. Está compuesta por 35 países miembro y es el principal foro político de la región.

Procura la cooperación entre sus miembros, basada en el principio de igualdad entre ellos.

Posee cuatro idiomas oficiales (inglés, español, francés y portugués), lo que refleja la gran diversidad de pueblos y culturas de América.

Algunas de las prioridades de la Organización frente al siglo XXI son:

- Fortalecer la democracia,
- Construir la paz,
- Defender los derechos humanos,
- Fomentar el libre comercio,
- Combatir las drogas
- Promover el desarrollo sostenible.

## 5 EL NUEVO ORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL

La comunicación en el ámbito mundial, se encuentra en un informe conocido como McBride, que es el apellido del presidente de la comisión que redactó las conclusiones finales.

Durante las décadas del 60' y el 70' diversas investigaciones revelaban que los intercambios comunicacionales entre los estados se daban en forma desigual.

Denunciaban especialmente la hegemonía de Estados Unidos, en relación a otros países, especialmente del sur del mundo y en consecuencia, los riesgos de la transnacionalización de la cultura.

En este contexto la UNESCO encargó a una comisión de notables que evaluara la situación.

En 1980 en la Asamblea General de la UNESCO se presentaron las conclusiones, que confirmaban las investigaciones previas.

En ese momento, todos los países aceptaron la urgencia de instaurar un nuevo orden de la información y la comunicación (NOMIC). Pero esta aceptación fue formal, ya que al poco tiempo, U.S.A. e Inglaterra se retiraron de la UNESCO.

El aporte financiero de estos países era fundamental para concretar las propuestas con el fin de revertir estas desigualdades, por lo cual los señalamientos del informe siguen siendo una asignatura pendiente.

Como la cultrua es un proceso en continua transformación, resulta importante decidir hacia dónde dirigir nuestras energías, nuestras prácticas y nuestras reflexiones. Si no, corremos el riesgo de que otros nos definan y nos utilicen en beneficio de sus propios fines.

Desde diversos espacios se abre camino una idea que puede sintetizarse en un eslogan: UNIDAD EN LA DIVERSIDAD.

Dolores Juliano, una antropóloga, nos hace una propuesta para construir un espacio posible con el fin de generar un nuevo modelo de convivencia humana.

"Para hacer posible la comunicación entre los diversos grupos, lo que propongo fundamentalmente es una modificación de nuestra interpretación de nosotros mismos. Para poder recibir aportes, tenemos que dejar de ver nuestra cultura como algo completo, acabado, algo de lo que somos portadores y que se puede desintegrar con el contacto de otros. Tenemos que pensarla como formando parte de un proceso, en el cual constantemente se desechasen algunas cosas y se incorporan otras nuevas, un proceso en el cual nos enriquecemos con la diversidad y vamos aprendiendo a vivir y convivir con un valor positivo. Desde este punto de vista, el cambio a la opción intercultural (principalmente en relación a la escuela) no se propone enseñarles a las nuevas generaciones a respetar el derecho que tienen los otros a ser

diferentes, tampoco se centra en la tolerancia, porque ésta implica una posición de poder; toleramos aquello que podríamos no aceptar, es decir, tolera el que puede.

La opción intercultural implica una modificación de nuestras conceptualizaciones dogmáticas. Debemos aprender que nuestras soluciones pueden ser modificadas, porque nosotros estamos en movimiento, creciendo y aprendiendo y ellos (los portadores de especificidades culturales diferentes) también están en proceso de cambio y en reconstrucciones dinámicas de sus patrones culturales. Esto da la oportunidad de enriquecimiento mutuo. Es necesario entonces, pasar del reino de las seguridades al reino de la ambigüedad lo cual es muy difícil; pues temo que al respecto no hay recetas".

# 6

#### TECNOLOGÍA Y DEPENDENCIA

A partir de mediados del siglo XX, podemos advertir una profunda transformación de las condiciones de vida.



El desarrollo tecnológico y científico han vinculado con las redes de información y los adelantos científicos la vida de todos los habitantes de nuestro planeta.

Podríamos caracterizar este momento como un cambio de amplitud de las situaciones que afectan a los seres humanos; la *información* y las *redes de la comunicación*, permiten que desde nuestro hogar vibremos por un partido de fútbol que se juega en este mismo momento en Canadá o por un accidente que ocurrió en la India.

Las comunicaciones satelitales e Internet, han acortado distancias, haciéndonos ciudadanos y, diríamos, vecinos de personas de todo el planeta. Nos hemos convertido en "cercanos amigos" de "lejanos lugares".

Este fenómeno está unido al desarrollo de centros de recepción y distribución de esa información que hoy se opera en grandes sistemas cibernéticos.

A cualquier habitante del planeta le es familiar la torre Eiffel o la estatua de la Libertad, como así también ciertos personajes mediáticos que ejercen liderazgo e identificación con jóvenes o personas en general, de todas las latitudes.

Con la tranformación de la organización social de la modernidad, de los pequeños "burgos" o incipientes ciudades a las grandes metrópolis, el proceso de identificación social sufrió importante cambios.

En la ciudad se pierde la posibilidad de homogeneidad de rasgos sociales; si bien ciertas características la pueden distinguir, la pluralidad y los contrastes de clases y estilos se hacen evidentes.

De hecho, el fenómeno urbano como tal es el resultado de un proceso migratorio múltiple.

Las diversas realidades sociales que se dan contemporáneamente en la ciudad permiten al mismo tiempo la coexistencia de clases sociales diversas y antagónicas.

Sonidos y silencios, contraposición entre la vida pública y la privada, son efectos de esta diversidad de realidades que confluyen en un único fenómeno social.

Los estilos de comunicación se diversifican y tecnifican para superar la distancia y densidad de las comunicaciones; radio y televisión, programaciones alternativas y variedad de publicaciones satisfacen y fortalecen las diversas expectativas de los distintos grupos sociales que conviven en el espacio urbano.

Esta nueva casa para la familia humana, que parece tener paredes de vidrio y que nos coloca en un instante y lugar común con gran parte de nuestros semejantes, ha llevado al hombre de hoy a la búsqueda de nuevos arraigos, de nuevos modos de pertenencia y de identificación.

Junto coon los fenómenos masivos de los medios de comunicación. Aparece en el hombre contemporáneo, una gran necesidad de tocar y poseer ese mundo que se le ofrece.

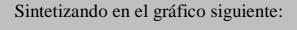
Surge entonces un nuevo fenómeno que es la necesidad de obtener ese producto tan publicitado, esa determinada marca o modelo que parecen garantizarnos nuestra definitiva pertenencia al universo del HOY.

El desencanto y los vertiginosos cambios de las propuestas, las transformaciones de la moda, llevan a que estos momentos felices de identificación y pertenencia se conviertan rápidamente en decepción.

Esa marca de jean que se asociaba con el éxito, hoy no significa nada o casi nada.

Permanentes mensajes convocan y disuelven el ritmo de una vida social difícil de ser unificada en un único relato. Es posible abarcar conjuntamente los múltiples relatos que "organizan" la ciudad de la industrialización económica y comunicacional?.

Habría que resolver no sólo cómo articular las novelas, las crónicas periodísticas, los discursos políticos, las representaciones radiales y televisivas de la ciudad sino lo que aún es más complejo: cómo conectar los múltiples relatos internos y externos que la atraviesan.



#### TECNOLOGÍA Y DEPENDENCIA

#### A) Control de la comunicación por el espacio:

- Transbordadores
- Estación espacial "Liberty"
- Satélites de comunicaciones
- Satélites espías, alimentados con energía nuclear (alta resolución)
- Información mundial de casi todos los hechos
- Poder para interferir cualquier noticia

#### B) Control de la comunicación terrestre:

- Cables submarinos
- Cable de fibra óptica
- Computadoras de última generación para laa transmisión de información en red a todo el mundo
- Antenas y radares de alta tecnología de intercepción
- Armas electrónicas capaces de anular todo impulso eléctrico –comunicacionesautos, etc. a una nación pequeña.

#### C) Dependencia:

- Países en desarrollo
- Manejo de la opinión mundial
- Manejo de los Organismos Internacionaales
- Estados Unidos de Norteamérica, es el que domina la información, por lo tanto es el país hegemónico.

\*

Hemos recorrido juntos el trayecto de la  $\,$  Unidad  $\,$ N $^{o}$  3.

Si tiene dudas, consulte con su tutor.

; Adelante!



#### **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. Explique qué relación existe entre comunicación y poder.
- 2. Explique qué interpretación le dá al nuevo orden informativo.
- 3. Desarrolle la función de la O.N.U y la O.E.A.
- 4. Explique que relación existe entre tecnología y dependencia.

\*

# **UNIDAD IV** LOS MEDIOS **MASIVOS**

# UNIDAD IV LOS MEDIOS MASIVOS

#### **OBJETIVOS:**

#### Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Comprender la importancia de los medios masivos de comunicación.
- Distinguir las características del lenguaje: forma y contenido.
- Conocer los elementos de juicio de la publicidad.
- Distinguir los principales conceptos del debate sobre la objetividad y la subjetividad.

### 1 LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA: LOS PERIÓDICOS, LAS REVISTAS Y LOS LIBROS

Los libros, los periódicos y las revistas son los más antiguos medios masivos de comunicación.

El lenguaje de estos medios, como Ud. sabe, es fundamentalmente la palabras escrita, reforzada en muchas ocasiones por la imagen visual. Si bien la técnica empleada para su impresión es básicamente la misma, pueden diferir notablemente en el contenido de su mensaje y en el tipo de público al que se dirigen.

a) A partir de la invención de la imprenta por Juan Gütenberg a mediados del siglo XV, los libros comenzaron a ser mucho más baratos que los antiguos manuscritos o grabados; un número inmensamente mayor de personas pudo comprarlos e informarse.

Los editores de libros fueron buscando, a través del tiempo, formas de impresión que abarataron el libro, aumentándose así el número de lectores.

En la actualidad el público puede adquirir, a un precio reducido, obras de gran calidad. Por otra parte, se ha facilitado el acceso al libro distribuyéndolo no sólo en librerías, a las que sólo concurren personas que han desarrollado el hábito de la lectura, sino también en aquellos lugares a los que se concurre cotidianamente: Kioscos, supermercados, etc.

b) El periódico es un medio de comunicación que tiene casi tres siglos de existencia. Si bien a veces se utilizan los términos "diario" y "periódico" en forma indistinta, se llama *periódico* 

a una publicación impresa que aparece regularmente en forma diaria, semanal o mensual; *diario* es aquella publicación que aparece todos los días y en cuyo contenido se informa o interpreta la vida cotidiana.

Algunos estudiosos de la historia del periodismo consideran que las antecesoras remotas del periódico moderno son las publicaciones que se hacían por mandato de Julio César (carteles escritos en tablas enceradas, que se exponían en público y que informaban al habitante de la ciudad de Roma sobre lo ocurrido en las sesiones del Senado, sobre las reuniones de las asambleas populares, o sobre otros sucesos de la vida romana; los habitantes de las otras ciudades del imperio se informaban por copias realizadas por escribas especializados).

Los primeros diarios impresos aparecieron a comienzos del siglo XVIII. Holandeses e ingleses se disputaban haber sido los primeros en publicarlos.

En la actualidad, los periódicos comparten con la televisión y la radio la función de influir cotidianamente en el público.

Reflexionemos juntos unos minutos sobre las funciones de un periódico.
¡ Le parece a Ud. que un periódico cumple con su verdadera función o, que están limitados de algún modo?

En general un periódico no debe limitar su función a informar y entretener, publicando noticias y relatando succesos de una manera fría e impersonal; le corresponde además contribuir a la formación de la opinión pública, estimulando en el lector una actitud de reflexión y análisis.

Los periódicos cumplen una verdadera función de socialización y politización, cuando sus textos de información ofrecen la noticia veraz, no distorsionada por prejuicios o intereses ideológicos; cuando sus editoriales (artículos presentan la opinión de la dirección del periódico) y otros artículos de opinión reflejan una crítica honesta de los acontecimientos y una actitud de compromiso; cuando no ofrece o vende sus espacios para una publicidad engañosa . . .

c) Las revistas también juegan un papel importante en la formación de la opinión pública, aunque no alcanzan el grado de influencia que tienen los diarios.

La primera revista apareció en Inglaterra a mediados del siglo XVIII. El desarrollo de la cultura popular ha incentivado la aparición y multiplicación de revistas de todo tipo.

En la actualidad existen en gran variedad; algunas abordan la temática propia de los diarios: sus contenidos se refieren a hechos de la vida cotidiana, a acontecimientos políticos y económicos; otras revistas se especializan en temas mundanos o en actividades diversas (artísticas, deportivas, industriales, etc.); las hay especialmente dirigidas a lectores femeninos, masculinos, infantiles.

Otras revistas de carácter técnico se dirigen a sectores de la población interesados en la investigación y análisis de materias específicas (revistas de arquitectura, de psicología, etc.); por su uso y permanencia se asemejan bastante a un libro, por lo que suele llamárselas "revistas de biblioteca".

Existe otro tipo de revista de ficción y entretenimiento en cuyos contenidos predomina la fantasía: Las historietas.

En la historieta la imagen ocupa un lugar destacado y a veces reemplaza a la palabra; son textos simples de lectura muy facilitada.

Es frecuente que los protagonistas de las historietas sean personajes excepcionales cuyas conductas están muy lejos de consituir modelos en los que el hombre cotidiano pueda reconocerse.

También abundan las historietas con personajes de diseño ingenuo, preferentemente destinadas a los niños.

Sin embargo, analizando esos personajes se descubre que, a pesar de su formal ingenuidad, pueden ser portadores de ideologías o modelos de conducta basados en el prejuicio y el autoritarismo.

También las llamadas revistas "de humor", a través de sus chistes y personajes transmiten normas y valores, promueven modelos de conducta.



En síntesis, no importa cuál sea el carácter de una publicación, todas ellas tienen la capacidad de incidir sobre la opinión pública.

Las condiciones y el ritmo de la vida cotidiana actual, en muchas ocasiones no ofrece las posibilidades de silencio y reflexión que requiere la lectura de la palabra escrita; por eso el hombre moderno tiende a reemplazar los medios masivos de comunicación escrita por otros como la radio, la televisión e incluso el cine.

#### 1.1. Los medios masivos de comunicación. Características

Uno de los hechos más importantes e influyenttes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico.

Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc.

Uno de los aspectos más espectaculares de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.



"Cuando estalló en nuestro país el movimiento emancipador, la noticia de los acontecimientos de la Semana de Mayo de 1810 sólo pudo ser conocida en América del Norte, tres meses más tarde.

En cambio, cuando el 20 de julio de 1969, la primera tripulación humana llegó a la luna, el suceso fue presenciado simultáneamente en todo el planeta por centenares de millones de

personas a través de sus receptores de televisión, que captaban —con solamente una diferencia de fracciones de segundos- lo que estaba ocurriendo a más de 300.000 km.de distancia".

Llamamos medios masivos de comunicación a todos los recursos técnicos que permiten la transmisión y difusión de noticias, obras de arte, comentarios, imágenes, conceptos, y cualquier clase de datos, de modo tal que llegan rápidamente a millones de personas en cualquier parte del mundo.

Entre esos recursos los más usuales son: El periodismo escrito (diarios, revistas, etc.), la radiotelefonía, la televisión y el cine, a los que se suman otros menos importantes, como la propaganda mural o las redes de altavoces.

Incluímos en esos recursos los sistemas auxiliares que los hacen eficientes: Comunicaciones telefónicas, radioeléctricas, impresión de alta velocidad, sistemas de grabación y video, etc.

#### 1.2. Breve historia de antecedentes mundiales y argentinos

La aparición de hojas periódicas de noticias es casi contemporánea a la difusión de la imprenta de tipos móviles surgida a mediados del siglo XV.

En la centuria siguiente, una bula pontificia prohibió la difusión editorial de noticias falsas protagonizadas en Italia por los llamados "novellanti", hacia 1572.

En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó, extendiéndose luego a las colonias americanas.

El siglo XIX fue llamado por los historiadores "época de oro del periodismo impreso": se popularizó el diario y los periódicos y revistas eran el único medio de difusión "masivo", aunque en las primeras décadas las tiradas eran limitadas en cantidad.

El progreso técnico de la imprenta y la creciente importancia dada a la opinión pública, sobre todo luego de las revoluciones norteamericana (1776) y francesa (1789), contribuyeron a esta situación.

Entre los adelantos técnicos que facilitaron el progreso de los periódicos citemos:

- **∨** La creación de un sistema de medidas tipográficas originado en los trabajos del francés Pierre S. Fournier (1737),
- **∨** La litografía, aportada por el alemán Aloys Senefelder (1796),
- V La aparición de la primera imprenta movida por un motor a vapor, obra del germano Friedrich König (1810), dos años después creó una máquina de prensa cilíndrica
- ▼ El primer diario del mundo que utilizó una prensa a vapor fue el Times de Londres (1814).
- **V** La argentina fue pionera en el empleo de este medio mediante "La Gaceta Mercantil" (1841),
- V La imprenta rotativa, creación del francés H. Marinoni (1849),
- ∨ La linotipo, experimentada desde 1878 por el norteamericano O. Morgenthaler, multiplicó la capacidad de edición de los periódicos.



En la década de 1880, algunos diarios argentinos contaban con prensas capaces de lanzar entre 6.000 y 8.000 ejemplares por hora. Ello se multiplicó rápidamente y en 1934 el matutino porteño "La Prensa" alcanzó un récord local de 725.000 editados en una jornada.

Por entonces eran comunes en algunas naciones europeas y en Estados Unidos "tirajes" de uno o dos millones de ejemplares diarios.

Los periódicos, que a mediados del siglo pasado eran esencialmente órganos políticos, tendieron en muchos casos a convertirse en poderosas empresas comerciales y a tratar todos los asuntos de interés general.

El siglo XIX había aportado los primeros medios de comunicación instantánea a larga distancia: El telégrafo por cable (obra principalmente del norteamericano Samuel Morse desde 1844) y el telégrafo sin hilos (TSH), creado por el italiano Guillermo Marconi, hacia 1895.

Por su parte, el ingenio de Alejandro Graham Bell, aportó el teléfono en 1876.

En 1874, durante la presidencia de Sarmiento, se inauguró el cable telegráfico transatlántico que conectó Buenos Aires, con la red mundial: Desde entonces los diarios argentinos empezaron a incluir en sus columnas los "cables" (mensajes telegráficos) llegados por esa red desde distintas partes del mundo. Ya existían las primeras agencias internacionales de noticias.

Poco después, comenzaron a tenderse las redes telefónicas: Los primeros aparatos de este tipo se instalaron en la Argentina en 1881.

La radiotelefonía —que partía de esas experiencias y de esos sistemas previos- se generalizó después de la Primera Guerra Mundial. La primera transmisión radial argentina tuvo lugar en 1920.

A fines de esa misma década se hicieron en Inglaterra las primeras experiencias de televisión y poco después se ponían en marcha las primeras emisoras públicas.

La T.V. se generalizó a partir de la Segunda Guerra Mundial; en nuestro país el primer canal emisor se inauguró en 1951.

La apertura de la llamada "era espacial" en 1957 (cuando se lanzó el primer satélite artificial), abrió un nuevo panorama a las comunicaciones: Pronto se contó con los primeros satélites de comunicaciones.

En 1965 –durante la presidencia de Arturo U. Illia –Argentina se adhirió al servicio del consorcio internacional Intelsat y se reservó al Estado Nacional la utilización de los servicios de telecomunicaciones vía satélite.

En 1969 –durante el gobierno de facto de Juan Carlos Onganía- se inauguró la estación terrena para comunicaciones vía satélite de Balcarce, una de cuyas primeras actividades fue la captación del alunizaje de los astronautas norteamericanos Neil Armstrong y Edwin Aldrin.

Al iniciarse la década del 80'existían en nuestro país 155 emisoras y repetidoras de radio y 39 canales emisores de televisión, a los que se sumaban, a su vez, más de 90 repetidoras.

En cuánto al cinematógrafo, se puede decir que fue inventado hacia 1895 (por Louis y Auguste Lumiere).

El cine es considerado por muchos cronistas como el "arte del siglo XX". Señalemos que ya en 1897 el francés Eugenio Py, produjo en nuestro país la primera filmación local: Se trataba de una breve película cuyo tema era la bandera nacional.

A las primeras (y entonces "espectaculares") versiones del cine "mudo", se sumaron en las décadas de 1920 y 1930 el cine sonoro, los films en color (popularizados luego de la Segunda Guerra Mundial), el cinemascope, etc.

Alcanzada su jerarquía de "séptimo arte", el cinematográfo constituye uno de los más importantes difusores culturales de nuestro tiempo.

#### 1.3. Orientación de la opinión pública

En cuánto a la educación, la información, la propaganda y la publicidad se puede decir, que son algunos de los factores fundamentales que contribuyen a la formación de la opinión pública.

En este proceso juegan un papel muy importante los medios masivos de comunicación anteriormente descriptos. Ellos son los voceros y transmisores visibles más llamativos de la opinión pública y, a la vez, contribuyen a formar esa opinión a través de su influencia y sus relaciones mutuas.

La importancia de los medios masivos de comunicación en la formación de la opinión pública está dada por algunas de sus características: La velocidad con que llegan al público y el vasto escenario que abarcan.

Una noticia difundida por una radio o un canal de televisión en un área densamente poblada, accede instantáneamente a millones de personas que, al difundirla, multiplican su alcance.

Tanto en los Estados democráticos como en los sistemas totalitarios, el valor de la opinión pública ha sido y es un factor reconocido de importancia política.

La forma en que los gobiernos o los diferentes sectores encaran esta cuestión varía en cada uno de esos casos.

Cada uno de los integrantes de la sociedad está en libertad de elaborar un juicio acerca de los acontecimientos que vive, así como de la actuación pública y privada de otras personas.

Cada uno, entonces, está en libertad de tener una opinión. Opinamos cuando pensamos, discurrimos o reflexionamos acerca de la verdad de algo.

La opinión pública será, entonces, la estimación en la que coincide la generalidad o la mayoría de los individuos de un pueblo, acerca de asuntos determinados.

Cuando esa opinión es compartida y se generaliza dentro de un grupo social, estamos en presencia de una opinión pública.

Tenga Ud. en cuenta que en la democracia, la opinión pública tiene una importancia decisiva, pues la voluntad de la mayoría decide electoralmente la orientación del gobierno.

Además, la opinión pública sirve como un factor de unión, pues existen ciertos principios aceptados por todos que, si no son cumplidos, pueden provocar una reacción general.

Por ejemplo, existe una conciencia arraigada en la opinión pública en el sentido de respetar los derechos humanos.

Si los gobernantes vulneran esos preceptos, la opinión pública podría hacer oír su descontento, pues ese sentir está incorporado a la sensibilidad colectiva.

En la sociedad, especialmente en los centro urbanos, la opinión pública está sometida a distintas influencias y presiones.

La propaganda propalada por todos los medios (escritos, orales, audiovisuales) apunta a influir sobre la opinión de la gente, intenta volcarla a favor de las ideas, las causas o los productos que anuncia.

Los gobiernos democráticos tratan de influir sobre la opinión pública, aspiran a tenerla de su parte, para coservar la mayoría y permanecer en el poder.

La opinión pública, cuando es manifestada libremente, ayuda a los gobernantes en su acción de gobierno, mejora y corrige sus decisiones, y hace oír la voluntad y los sentimientos del pueblo.



...una opinión pública importante, crítica y responsable, contribuye a garantizar la vida cívica de un país, al tiempo que controla la conducta de los gobernantes.

#### 1.4. Propaganda y publicidad

Podemos definir la *propaganda* como el conjunto de técnicas destinadas a propagar ideas, doctrinas y opiniones, a hacer que esos conceptos sean aceptados por la gente y que, como consecuencia, las personas o los grupos, convencidos, se adhieran a ellas.

"La propaganda política –afirma el escritor francés J.M.Domenach- [...] como una empresa organizada para influir y dirigir la opinión, no aparece sino en el siglo XX, al término de una evolución que le da, al mismo tiempo, su campo propio: la masa moderna, y sus medios de acción: las nuevas técnicas de información y comunicación".8

La *publicidad* está relacionada con la propaganda (muchas veces ambas palabras se confunden), pues emplea técnicas similares; una suele inspirarse en la otra.

La diferencia está en que la *publicidad* se refiere más específicamente a los económico: Trata de *vender* un determinado producto.



...en el sentido que aquí le damos, la *propaganda* es esencialmente *política*, la *publicidad* esencialmente *comercial*.

Ambas pasaron por diversas etapas a lo largo de la historia; ambas técnicas, no son ni buenas ni malas en sí mismas. Serán moralmente aceptables o repudiables, según los fines que persigan y los medios que empleen.

Entendemos por información la transmisión objetiva de un hecho, de una disposición, de una norma, etc.

Por transmisión objetiva entendemos el simple relato o descripción de lo acontecido sin agregado alguno, sin calificación ni adjetivos.

La información se diferencia de la propaganda en su falta de intencionalidad o de ideología; no pretende convencer ni lograr adhesiones.

Cuando un noticiero de televisión da cuenta a sus espectadores del estallido de una guerra, de la muerte de un personaje público o del estado del tiempo, está informando.

En el campo político, la información es esencial y contribuye a esclarecer a la ciudadanía: Cuando un locutor lee la plataforma de una agrupación política y seguidamente hace lo propio con la de un sector competidor, está informando y queda al criterio del oyente la libre elección –si es que le interesa elegir- de una u otra.

Pero en el campo informativo existe lo que se denomina información tendenciosa: Cuando –por ejemplo- se dá a conocer un hecho omitiendo algún aspecto para resguardar determinado interés. Si yo informo que una persona golpeó a otra, pero omito decir que previamente aquélla lo había insultado injuriosamente, estoy dando una información tendenciosa: Narro un hecho, es cierto, pero de modo tal que favorezco ante la opinión pública la situación de uno de los participantes.

Tales métodos constituyen a veces formas ocultas de propaganda. Distinto es el caso de los comentaristas políticos, que agregan a la noticia su opinión.

El oyente debe aprender a discriminar entre la información propiamente dicha y la opinión de quien la comenta.

# 2 SU LENGUAJE, FORMA Y CONTENIDO. SUS RECEPTORES

La percepción, por un lado, es una actividad sensorial, y por otra parte es una construcción histórica.

De alguna manera vemos lo que otros ya han visto y el conocimiento de esta percepción condiciona nuestra forma de aprehender el mundo.

El proceso de socialización, que todos atravesamos para incorporarnos a la vida social, nos transmite o nos provee de ciertas formas de mirar el mundo, valores o ideas que son comunes a nuestros grupos de pertenencia.

La simple experiencia de conocer, comienza con un proceso dinámico y activo de intercambios entre los datos aportados por los sentidos y el patrimonio de experiencias que se han ido incorporando a lo largo de nuestra vida.

Por todo ello, si comparamos diversas observaciones de un mismo acontecimiento, seguramente nos encontramos con apreciaciones muy diferentes.

Lejos de ser una desventaja, esta diversidad de enfoques es una posibilidad de alcanzar no sólo un mayor conocimiento de la realidad sino un descubrimiento de las riquezas interpretativas que los seres humanos hacemos de la misma.

La psicología ha demostrado que la percepción es selectiva; por ejemplo, un profesional, cuando lee el diario, mira primeramente los hechos que están más directamente relacionados con su actividad.

Los factores que determinan la percepción son múltiples: Edad, sexo, escala de valores, etc.

Si bien la percepción es una construcción social y por esto de alguna manera nos condiciona, es a través de esta capacidad que podemos conocer, que construímos nuestras ideas sobre las cosas.

Es a través de la percepción del entorno por la que podemos elaborar un pensamiento propio.



En cuanto al lenguaje, podemos decir, que es la herramienta que nos permite comunicarnos y a través de él podemos construir las redes de intercambios que generan la cultura.

Esta práctica comunicativa que tiene por objeto producir algún sentido, es una manera de comprender, de designar nuestra propia realidad, que se materializa en diferentes formas de expresión:

- En la oralidad,
- Lo gráfico (diseño y escritura)
- En la emisión de sonidos,
- En la construcción de imágenes.

Este sentido que se construye no está ligado al uso individual de uno u otro hablante.

El sentido es una construcción social, y por lo tanto, no se modifica por el aporte de una persona individual, ya que el discurso generaldo está definido por la red de sentidos construídos por la sociedad, que llamamos semiosis social.

Todas nuestra actitudes comunican algún mensaje. Quedarse sentado en un ángulo de un salón sin saludar a nadie, es un signo de desinterés por la fiesta o de la imposibilidad de establecer algún tipo de vínculo.

Una sonrisa nos confirma que quién nos escucha está feliz de nuestra presencia. En un momento difícil, la palmada en la espalda de un amigo o amiga nos hace sentir que no estamos solos.

El hombre tiene en sí la capacidad de trascenderse, de crecer, de potenciar todas sus capacidades.

Pero no puede desarrollarse sin la presencia del otro. El lenguaje es la herramienta que hace posible el espacio para la gestación cultural.

El ser humano, utiliza para comunicarse múltiples lenguajes que se estructuran en variados códigos.

El mundo, en palabras de Vigostky, se representa en nuestra mente, pero pasa por el filtro de esa prótesis de los sentidos que son los medios y los lenguajes.

Este proceso de interrelación se extiende a toda la evolución histórica del ser humano.

El *lenguaje gestual* está considerado la primera forma de comunicación. Una mano señalando hacia un lugar, la dirección de una mirada, una caricia, habrán sido algunos de los primitivos modos de intercambio comunicativo.

El lenguaje no verbal o lenguaje del cuerpo tiene una riqueza tal que abarca el 80% de todas nuestras comunicaciones.

El lenguaje gestual no tiene una estructura lógica, fuerte como el lenguaje escrito, pero su capacidad expresiva es superior. Partiendo de la observación de esta manera de relacionarnos, es que especialistas en el tema, afirmaron que el "imposible no comunicar".

Si hay dos personas, la sola presencia de una afectará de alguna forma a la otra y, por lo tanto, nos encontramos siempre, ante una situación de comunicación.

Aún si el lenguaje gestual, no posee un código tan estructurado como el escrito, existen gestos que todos podemos comprender dentro de un mismo espacio cultural.

El pulgar en alto significa "suerte", "todo bien"; el beso, por ejemplo, es una señal de afecto que parece espontáneo, sin embargo está reglado culturalmente.

En algunas regiones de Argentina, para saludarnos damos un solo beso, en Italia dos y en algunos países del este europeo, tres y sabemos también que los esquimales se saludan refregándose las narices.



Si bien no tiene un alto grado de codificación, los sordos, para poder comunicarse, utilizan un código que se estructura completamente con señas.

Algunos aspectos de este lenguaje los percibimos conscientemente, otros menos. Existe un área de los estudios en comunicación que se llama proxémica.

Estos trabajos tienen por objeto de estudio, la influencia de las distancias físicas en los procesos de comunicación.

Podrá parecerle insignificante, sin embargo, se considera que la imposibilidad de adaptarse a la variación de las distancias de cultura a cultura, es una de las causas de que alumnos que realizaban intercambios Inter-universidades fracasaran en la integración social en los países que visitaban.

Por ejemplo, en Argentina, y en general en Latinoamérica, cuando hablamos con un amigo lo hacemos separados por 45 cm.; en Europa la distancia es mayor.

Esto puede provocar muchos equívocos. Otra experiencia que realizaron los investigadores, consistía en sacar fotos de gente esperando el colectivo en diferentes países.

En Alemania, entre persona y persona, hay casi un metro; si viven en Buenos Aires o estuvieron en alguna oportunidad, habrán podido observar que en algunas oportunidades, la distancia casi no existe.

Otro experimento fue, el de contratar un fotógrafo japonés y uno norteamericano. Les propusieron fotografíar una conversación informal.

La consigna fue la misma para los dos: Debían fotografiar los momentos significativos de la conversación.

Sepa Ud. que el fotógrafo norteamericano sacó tres o cuatro fotos, el japonés cuatro veces más.

La causa de las diferentes formas de apreciación la encontramos en que el lenguaje gestual en la cultura japonesa tiene mayor cantidad de matices que el de la cultura norteamericana; en consecuencia, para el fotógrafo japonés, los momentos relevantes de la conversación, necesariamente, eran muchos más que los evaluados con el mismo criterio por su colega norteamericano.

También la forma en que nos vestimos es expresión de este lenguaje. El estar o no a la moda, cortarnos el pelo de determinada manera; usar jeans y zapatillas es un mensaje que queremos hacer llegar a otros en forma consciente o inconsciente.

En cuanto al *lenguaje oral*, podemos decir, que las primeras palabras dichas por el hombre, seguramente estuvieron realizadas por un tiempo a lo gestual.

Poco a poco, ciertos sonidos se fueron delimitando a ciertos referentes, a ciertos símbolos y el lenguaje oral puedo separarse del gestual.

Durante mucho tiempo, este tipo de lenguaje fue predominante en la formas de comunicación humana.

Los intercambios orales fueron la base del lenguaje escrito. Cuando el hombre quiso escribir, su trabajo fue descubrir cómo registrar lo que ya se hablaba.

Aún hoy, existen pueblos que no conocen la escritura alfabética; en estos grupos se valoran mucho la tradición oral y la memoria, sea colectiva e individual.

Naturalmente, en la actualidad, el lenguaje oral aparece unido a los otros lenguajes, ya que *lo escrito le da la estructura* y *lo gestual la puesta en escena* (la entonación, la rapidez o la emoción con la cuales se dicen las palabras), o sea el contexto situacional.



Si desea refrescar estos conocimientos, vuelva a leer el punto 2 de la Unidad IV.

Resulta entonces que:

La característica principal de este lenguaje es que, históricamente le ha permitido al hombre la posibilidad de establecer las comunicaciones cara a cara.

Actualmente es posible hablarnos a miles de kilómetros y el lenguaje oral sigue siendo la herramienta por excelencia para ponerrnos en contacto unos con otros.

Con el *lenguaje escrito* llegamos finalmente a los intercambios mediados por códigos.

La codificación de la experiencia humana no es un hecho menor, pues representa la aparición de un intercambio que no es cara a cara.

La escritura es el primer sistema que permite la distancia en tiempo y espacio entre el comunicador que articula un mensaje y el perceptor destinatario de dicha comunicación.

"Sin embargo, todo cambia con los procesos de mediación. Los medios son soportes que registran o representan y trasladan signos y lenguajes preexistentes. Alteran, pues, las condiciones de tiempo y espacio originales. Lo oral es atrapado por la grafía de la escritura mientras lo gestual lo es en su caso, por la pintura y el dibujo.

Algo se pierde y algo se gana en este proceso de mediación. Se gana en alcance espacial, en dominio del tiempo, en distanciamiento y en conciencia de los usuarios sobre sus propios lenguajes. Se pierde, en cambio, en inmediatez, en realismo, en presencia. La mediación introduce la ausencia del sujeto en la situación de comunicación y potencia el sentimiento de autonomía e independencia del mensaje, en definitiva, del binomio medio/signos".

Debe Ud. saber que se presume que el interés por registrar la propia vida por escrito surgió en las comunidades agrícola-ganaderas, con el objetivo de llevar una cierta contabilidad de su trabajo.

En la prehistoria de la escritura (IV milenio a.c., era neolítica) encontramos las representaciones pictográficas, que consistían en el diseño de imágenes y objetos.

Una espiga significaba cereales, el diseño de un cuerpo significaba una persona y un animal era la representación del alimento.

El salto hacia la escritura propiamente dicha, se produce cuando se dejan de usar las imágenes y se comienza a representar el sonido con el cual se designa al objeto, es decir pasando a representar ideas.

Este tipo de escritura se denomina escritura ideográfica. La escritura cuneiforme de los sumerios (4.000 años a.c.) es el primer tipo de escritura silábica.

Ya poseían cuatro letras autónomas (vocales), pero no llegaron a codificar un alfabeto completo.

Con la evolución de los signos ideográficos surgió la escritura alfabética. El alfabeto es un conjunto de letras que por sí mismas no tienen sentido. Es a través de la combinación entre ellas que se puede designar toda la realidad que nos circunda.

Fueron los fenicios los que lograron reducir su alfabeto a 22 caracteres de tipo consonante, con los cuales podían escribir cualquier palabra de su idioma. Hacen parte de este código las representaciones numéricas.

# 3 EL DEBATE SOBRE LA OBJETIVIDAD Y LA SUBJETIVIDAD

Aunque los especialistas en la investigación sobre comunicación no han llegado a una plena comprensión del impacto que los medios de masas están causando sobre los aspectos psicológicos, morales, económicos, políticos, creativos, culturales y educativos de la vida del individuo común, han comenzado, en cambio, a acumular una base de datos de investigación que habrá de contribuir a la comprensión de esos temas.

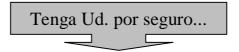
Los diferentes medios han sido diversamente acusados de:

- 4 Rebajar el gusto cultural del público
- 4 Aumentar las tasas de la delincuencia
- 4 Contribuir a un deterioro moral general
- 4 Empujar a las masas a una superficialidad política
- 4 Suprimir la creatividad.

Ésa es una lista negativa, y si los aparatos en apariencia inocentes, colocados en nuestras salas, fueran realmente culpables de estas monstruosas influencias, corresponde desde luego que se les considere con alarma.

El problema es que los defensores de otros puntos de vista opuestos sostienen que los periódicos, radios, televisores y afines no son insidiosos recursos del mal sino, por el contrario, nuestros fieles servidores y hasta nuestros salvadores, puesto que:

- 4 Denuncian el pecado y la corrupción
- 4 Actúan como guardianes de la preciosa libertad de palabra
- 4 Aportan cuando menos cierta cultura a millones de personas
- 4 Proporcionan diversión inofensiva y cotidiana a las cansadas masas de la fuerza obrera.
- 4 Nos informan de los acontecimientos mundiales
- 4 Enriquecen nuestro nivel de vida, con su incansable insistencia en que compremos y consumamos ciertos productos, para estimular nuestra institución económica.



Si estas argumentaciones son ciertas, rechazar a tales benefactores, o incluso sugerir que su contenido es mediocre, parecería un acto de flagrante ingratitud.

Es indudable que los medios de comunicación de masas constituyen un imponderable factor cultural.

Desde la aparente simplicidad de una noticia hasta una historieta o una telenovela, o un anuncio publicitario, pasando por todas las gamas de la información, en todos ellos hay un mensaje que llega al público receptor.

La claridad, veracidad y objetividad de la información emitida constituyen uno de los aspectos más sobresalientes para tener en cuenta al estudiar el impacto cultural de los medios de difusión.

Sucede a veces que las noticias o los comentarios llegan a nuestro país con la óptica propia del país emisor.

Tal es el caso, por ejemplo, de las agencias de noticias, distribuídas en todo el mundo, que suelen dar una visión propia e interesada del acontecimiento comentado.

Es así como una noticia deslizada subrepticiamente puede llegar a millones de lectores, oyentes o televidentes desprevenidos, que no disponen de otra fuente de información como referencia.

Como puede Ud. ver, los medios de comunicación social pueden transformarse en instrumentos políticos, económicos o estratégicos tan importantes como la industria o el comercio.

En consecuencia, corresponde a la comunidad velar por el buen funcionamiento de estos medios.

El análisis crítico de cada persona debe determinar, en definitiva, cuál es el sentido objetivo de la información, apartando su contenido ideológico o la carga de sensacionalismo que suele acompañar a la noticia.

\*

Hemos finalizado la Unidad Nº 4.

Esperamos que le resultara de utilidad.

Si tiene dudas, consulte con su tutor. Él tiene tiempo para Ud.



#### **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. Desarrolle cuáles son los medios masivos de comunicación.
- 2. Describa tres medios de comunicación masiva.
- 3. Explique el desarrollo del lenguaje
- 4. Explique a qué llamamos lenguaje oral.
- 5. Explique a qué llamamos publicidad.
- 6. Desarrolle a qué llamamos opinión pública.
- 7. Explique de qué depende la objetividad y/o subjetividad de la información.
- 8. ¿De qué manera llegan las noticias a la población?. Desarrolle.

\*

# **UNIDAD V SITUACIÓN ACTUAL**

# UNIDAD V SITUACIÓN ACTUAL

#### **OBJETIVOS:**

#### Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Identificar las modificaciones producidas en la última década y su influencia.
- Conocer el fenómeno de las comunicaciones.
- Aprender el fenómeno de la explosión de las F.M y la T.V. satelital.

### 1 LAS MODIFICACIONES PRODUCIDAS EN LA ÚLTIMA DÉCADA Y SU INFLUENCIA

Ya en el siglo XX, la tierra se encuentra unificada por la comunicación instantánea y por una interdependencia económica y tecnológica cada vez más estrecha. A este fenómenno de interdependencia se lo denomina "globalización".

La economía y sus transformaciones, guardan estrecha relación con cambios profundos en el plano tecnológico, que pueden ser considerados como una revolución.

Recuerde Ud. que la verdadera revolución tecnológica producida en las últimas décadas, está sustentada por procesos científicos, vinculados fundamentalmente con las tecnologías de la información (microelectrónica, informática, telecomunicaciones), que tienen impacto sobre todas las esferas de nuestra vida, por ejemplo: Crea nuevos oficios y profesiones y vuelve obsoletos a otros.

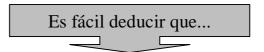
Las nuevas tecnologías han modificado las formas de producción y de intercambio de bienes y servicios. Han permitido la expansión de nuevos sectores económicos y la venta de nuevos productos, por ejemplo: El de las computadoras personales o los aparatos de fax.

Las nuevas formas que adquieren los medios de comunicación de masas a causa del satélite, han echado por tierra las fronteras nacionales.

En la actualidad, cada vez más personas pueden acceder a emisiones de radio y televisión de los lugares más diversos del planeta.

Todos estos elementos globalizadores, transforman la vida de las personas, cambian el estilo de relaciones entre los seres humanos, influyen sobre sus gustos y costumbres.

Durante muchos años, los Estados nacionales fueron vistos como base de la identidad cultural de los individuos y de los grupos sociales. La globalización implica un cambio de perspectiva, ya que se comienza a percibir la naturaleza independiente de la condición humana y del desarrollo social.



La globalización de la economía, es uno de los aspectos más importantes del fenómeno. El otro es el funcionamiento de los medios masivos de comunicación.

La revolución audiovisual ha permitido que ahora, a diferencias de lo que ocurría un siglo atrás, tengamos acceso no sólo a la información instantánea de un acontecimiento (nacional o internacional) sino también a sus imágenes.

No sólo sabemos que el hombre pisó la Luna en 1969, que el equipo argentino fue campeón mundiall de fútbol en 1978 y en 1986, o que el muro de Berlín fue derribado en noviembre de 1989; también lo hemos visto y podemos volver a verlo cuando lo deseemos.

La tecnología de la información es uno de los campos principales en los que se están produciendo cambios técnicos.

Es necesario subrayar que estos cambios afectan a todas las áreas en las que se produce un intecambio de información. Sin embargo, ellos muestra la magnitud de sus efectos, ya que esta áreas se identifican, prácticamente, con todos los sectores de actividad:

- La administración
- El sistema financiero
- El comercio
- La industria
- La educación
- La salud
- El sistema jurídico
- La ciencia
- Los entretenimientos
- Las comunicaciones, etc.

Las sociedades capitalistas avanzadas están verdaderamente informatizadas. La miniaturización y la reducción del costo de los materiales permitió la descentralización de los grandes sistemas y su penetración en las empresas y en los hogares.

Actualmente, millones de personas tienen acceso a esta tecnología. Han aumentado los programas informáticos de toda clase.

La fabricación industrial se automatiza cada vez más, mediante la concepción por computadora y la robótica.

La prensa y la edición utilizan la publicación asistida por computadora. También evoluciona continuamente la tecnología de las transmisiones por satélite.

Con respecto a los medios de comunicación masiva, la grabación en video se ha extendido por todo el mundo. La fabricación de videocámaras de uso doméstico, ha creado un auténtico mercado amateur y semiprofesional.

Junto con ello, el videocasete, adaptado al televisor, hace posible la grabación e intercambio de programas y películas para ser vistos en la propia casa.

La televisión por cable está en plena expansión, a menudo con funciones interactivas, produciendo nuevos servicios (la telecompra y la educación a distancia, por ejemplo).

En algunos casos los espectadores pueden solicitar programas específicos que desean ver, a cambio de una tarifa.

La rápida y contínua expansión de estas tecnologías tiene importantes consecuencias sociales:

- La primera de ellas es que el hogar se convierte cada vez más en el centro de las actividades recreativas, mientras la industria del espectáculo (teatro, cinematografía) sufre grandes pérdidas de público. Algunos investigadores temen que la profundización de esta tendencia lleve a la pérdida de contacto humano con el exterior y a un desapego de la colectividad social.
- La segunda consecuencia deriva del hecho de que los nuevos servicios siguen el principio de la rentabilidad económica, abandonando el de la gratuidad de la información pública. Por lo tanto, el acceso a las tecnología de comunicación es desigual, ya que depende estrechamente del nivel socioeconómico de los usuarios.

Cabe hacer un análisis un poco más profundo acerca de la televisión. Ésta llegó a los hogares, en nuestro país, durante los primeros años de la década del 50'.

Fue un instrumento altamente codiciado por sus potencialidades: Era un medio privilegiado para extender la cultura, la educación y la información; permitía unir a cada ser humano con el resto de los habitantes del mundo.

Se alcanzaba la universalización de la cultura pregonada siglos atrás, cuando se creó la imprenta.

La aparición de la televisión aseguraba la posibilidad de que ningún grupo humano quedara aislado: Todos podrían acceder a la educación y al conocimiento de los avances científicos.

Pero, tan prometedoras posibilidades sólo se cumplieron parcialmente. Las programaciones que instrumentaron los distintos países tuvieron muy poco en cuenta esa misión cultural y educativa.

Los principales programas, fueron series en las cuales la violencia y la delincuencia eran protagonistas. En lugar de ser un medio que favoreciera la comunicación, su presencia contribuyó a que los miembros del grupo familiar se distanciaran.

Actualmente, los seres humanos vivimos saturados de informaciones y de imágenes; estamos expuestos a una gran cantidad de estímulos y continuamente establecemos breves intercambios y sin embargo, vivimos en un considerable aislamiento.

Las nuevas tecnologías han permitido establecer relaciones, directas e indirectas, con un círculo de personas y de acontecimientos cada vez más amplio. Sin embargo, a pesar de la gran cantidad de estímulos a los que estamos expuestos no nos permiten reaccionar e interactuar con ellos y terminamos absorbiendo pasivamente voces e imágenes.

Este fenómeno ha producido grandes modificaciones culturales. La televisión permite un "efecto de multiplicación", es decir, otorga a las personas la capacidad de estar "presentes" en más de un lugar al mismo tiempo.

Cuando la comunicación era sólo cara a cara, quedaba enmarcada en un espacio y en un tiempo determinados.

La imprenta, al iniciar la producción de libros, diarios y revistas, comenzó a multiplicar las ideas de ciertas personas influyentes.

La radio y el cine ampliaron la comunicación al permitir un contacto más directo con las emociones, los gestos, las modalidades de relación.

La aparición de la televisión, y más aún, el surgimiento de la televisión por cable, amplió sideralmente esta posibilidad de multiplicación. La televisión permite que las personas capten todo el espacio mundial.

Multiplica también las posibilidades de identificarnos con otras personas. Gracias a ella, por ejemplo: podemos elegir como nuestros ídolos a cualquier grupo de rock.

Observe Ud. que equipos de audio, teléfonos inalámbricos, televisores, fax y otros sistemas de comunicación se adquieren febrilmente.

A pesar de esto, paradójicamente, la comunicación personal entre los seres humanos ha disminuído. Los medios electrónicos de comunicación, muchas veces nos hacen perder la noción de que existe alguien con quien dialogar, con quien relacionarnos.

El mundo entero se presenta ante nuestros ojos a través de una gran cantidad de información, mediante comentarios cortos, claros y sencillos, que no requieren ser puestos en un contexto para ser comprendidos, que no necesitan ser recordados, que se nos ofrecen de inmediato sin necesidad de buscarlos y que no elegimos.

Los aconticimientos se olvidan porque de inmediato vendrá otro más espectacular.

El éxito de la panstalla chica no se centra en la calidad de sus programas, en los contenidos que transmite, sino en su capacidad para satisfacer la necesidad de evasión del hombre de su vida cotidiana.

En este contexto, las noticias se han transformado en espectáculos. Los hechos de actualidad no se ofrecen al espectador como situaciones en las cuales el hombre participa activamente.

El sociólogo canadiense McLuhan (1911-1980), quién estudió los procesos de comunicación en las sociedades industriales, vaticinaba, en la década del 60', que los medios de comunicación acortarían de tal modo las distancias que este mundo acabaría siendo una gran aldea global.

En la actualidad, Nicholas Negroponte, Director del principal laboratorio multimedial de los Estados Unidos, sostiene que estamos entrando en la era "digital".

Recuerde Ud. que la digitalización es una forma totalmente nueva de almacenar, procesar y generar señales.

Las ventajas fundamentales de la digitalización son la posibilidad de poder logrrar mejor calidad técnica en las comunicaciones, en forma más económica y la posibilidad de corrección de errores; estática en los teléfonos, el "silbido"de la radio, la "lluvia" de la televisión.

La mezcla de audio, video y datos se denomina *comunicación multimedial o multimediática*. Esta comunicación existiende las capacidades de la comunicación escrita combinándola con todo tipo de material visual o sonoro.

Los recursos multimediales ya están posibilitando que las personas actúen sobre la información. Teóricamente, es posible actuar sobre la información que ofrece una computadora con un equipo multimedial, del mismo modo que las personas pueden interactuar con la computadora común.

Es decir, que al texto, a la imagen y al sonido reproducido por la computadora puede agregarse la participación del individuo. La palabra interactivo se refiere a una actividad abierta en la cual las personas pueden explorar, indagar, etc.

Es seguro que la comunicación multimedial no será sólo una nueva manera de almacenar información. Es muy probable que cambie la relación del usuario con el conocimiento.

Por lo menos, habrá dos formas de leer, una tradicional o lineal y otra que permitirá elegir no sólo ciertos contenidos sino también cierta organización del texto, o cierto punto de vista desde el cual leer el texto.

Otro tema interesante de destacar es que cada vez más computadoras están unidas entre sí, ya sea en el marco de una única empresa por medio de una Intranet o a escala planetaria, como es el caso de Internet. Básicamente, Internet es una gran red de computadoras.

Una red está formada por dos o más computadoras conectadas entre sí. Las computadoras se interconectan para compartir información. Internet es una red de redes de computadoras unidas por líneas telefónicas, fibras ópticas, cables submarinos y enlaces por satélites.

Une aproximadamente cuatro millones de unidades, sean individuales o redes que sean capaces de "hablar entre sí", ofreciendo servicios de audio y video que permiten que dos o más personas interactúen.

Incluye redes universitarias, gubernamentales, comerciales y a todos los individuos que utilizan la red. Los mensajes que se envían por la red recorren el mundo rápidamente.

Surgió alrededor de los años 60' cuando el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, buscaba un sistema de comunicación que pudiera sobrevivir a destrucciones parciales, como podría resultar de una guerra nuclear. De esta idea surgió Internet.

## 2 EL FENÓMENO DE LAS COMUNICACIONES

A la época actual se la suele llamar la *era de la comunicación*, por la variedad de medios, por la velocidad con la llegan los mensajes y por la inmensa red de difusión que permite la simultaneidad, entre el acontecimiento y la propagación de la noticia.

Una muestra de la importancia que le otorgan la Naciones Unidas a los medios de comunicación para la circulación de las ideas, se manifiesta en el artículo I de la Constitución de la UNESCO, según el cual ésta "fomentará el conocimiento y la comprensión mutuos de las naciones, prestando su concurso a los órganos de información para las masas, y, a este fin, recomendará los acuerdos internacionales que estime convenientes para facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen".

El desarrollo de las redes de telecomunicación comenzó en el siglo XIX, cuando se difundieron los sistemas de comunicación por *cable*. Las dos primeras ciudades unidas por línea telegráfica fueron Washington y Boston, en 1844.

A fines de la década de 1850, Europa y América ya estaban conectadas por cables telegráfico submarino.

Vemos en la presente Unidad el concepto del fenómeno de las comunicaciones, si resultara necesario refrescar los mismos lo invitamos a releer este capítulo 2 de la Unidad 5.

Durante el siglo XX, los dos medios de difusión masiva que se sumaron a los diarios fueron la radio y la televisión. La radio comenzó a difundirse en la década de 1920.

En los años 1936 y 1937 hubo transmisiones televisivas regulares en Londres y en París, pero su desarrollo se vio retrasado por la Segunda Guerra Mundial.

Como Ud. sabe, en los últimos años las computadoras permitieron que las personas puedan comunicarse de otra forma a través de Internet.

El mundo actual presenta una brecha entre quienes están superinformados y quienes no lo están suficientemente; al mismo tiempo se agrava el desequilibrio entre emisores y receptores de la información.



El 80% de las noticias distribuídas en el mundo provienen de los países industrializados, al igual que los libros y los programas de televisión.

La información la proporcionan las agencias de noticias que tienen corresponsales en los principales lugares del mundo. Por ejemplo: La británica Reuter; la estadounidense Associated Press y la francesa France Press.

La tecnología de comunicaciones por satélite, a partir de la década de 1980, favoreció el desarrollo de las redes mundiales de medios de información, como la Red de Noticias por Cable (C.N.N) de la Turner Broadcasting.

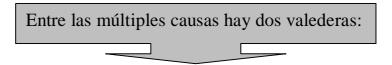
Los Países que se encuentran en mejores condiciones para afrontar esta economía de redes son aquellos que poseen:

- Un amplio acceso de sus empresas y sus ciudadanos a las redes de comunicación
- Mano de obra y consumidores intruidos
- Iinstituciones públicas y privadas que favorecen la producción y difusión de los conocimientos (universidades, centros de investigación, etc.)

Por estas razones, los países en desarrollo se encuentran desfavorecidos, ya que no sólo tienen un índice de alfabetismo sino también una *alfabetización informática* menor que los desarrollados.

La tendencia actual para la información o distracciónes es la comunicación electrónica; la palabra impresa en forma de diario está perdiendo espacio.

Las estadísticas señalan que en la mayor parte de los países la cantidad de diarios vendidos por día, en los últimos años, no aumenta en relación al crecimiento de la población.



- 1) La gente prefiere la radio o el televisor para las noticias porque se dan casi simultáneas con el hecho, y
- 2) En los países pobres se escucha mucho la radio porque no requiere el nivel de alfabetización que se necesita para leer y comprender un artículo periodístico.

#### PROMEDIO DE CIRCULACIÓN DE DIARIOS (En miles de ejemplares por día)

<u>PAÍS</u>	<u>1993</u>	<u>1995</u>	<u>1997</u>
Argentina	2.600	2.300	2.335
Brasil	6.296	6.551	6.892
Alemania Federal	25.902	25.467	25.038
Japón	72.043	72.047	72.699
India	16.926	23.848	24.917
Sudáfrica	1.272	1.096	1.204
Estados Unidos	59.812	58.193	56.728
Reino Unido	19.578	19.742	18.447
Colombia	1.025	1.066	1.151

#### **CANTIDAD DE APARATOS DE RADIO (Cada 1.000 habitantes)**

Japón	619
Estados Unidos	612
Reino Unido	612
Alemania Federal	550
Federación de Rusia	379
Argentina	347
China	340
México	192
Colombia	188
Egipto	126
Sudáfrica	101
India	61
Haití	5

Los avances tecnológicos permitieron la mayor utilización de las comunicaciones telefónicas y la reducción de sus costos. La distribución de la red de telecomunicación telefónica, permite observar la relación directa que tiene su densidad con respecto al desarrollo de los países.

PAÍS	USUARIOS	LÍNEAS TELEFÓNICAS	TELÉFONOS
	DE INTERNET	PRINCIPALES	<b>CELULARES</b>

(Cada 1.000 habitanes) (Cada 1.000 habitantes) (Cada 1.000 habitantes)

Argentina	160	10	1,4
Estados Unidos	626	128	3,8
Reino Unido	503	98	25,6
Federación de Rusia	170	1	1,5
China	34	3	s/d
India	13	0,1	s/d
Egipto	46	0,1	0,3

Las tecnologías de la información y de la comunicación también ayudan a reducir el aislamiento de las áreas rurales, como es el caso de la telefonía celular, aunque aún su número es muy bajo en los países en desarrollo

En la actualidad, el progreso tecnológico permite obtener grandes beneficios en el espacio. La existencia de la denominada órbita geoestacionaria (en la que los satélites artificiales permanecen siempre perpendiculares a un punto del ecuador), ha generado cuestiones agudas por su alto valor comercial.

En ella los satélites actúan como antenas y por ello son muy útiles para las telecomunicaciones especialmente para las transmisiones de televisión.

Por eso los Estados y también las empresas privadas, lanzan hoy vehículos al espacio.

Está en vías de ejecución un proyecto de una firma privada, para tener una radio mundial que permitirá ofrecer gran cantidad de programas, difundidos por satélites, a los habitantes de los países en desarrollo.

A media que el progreso tecnológico siga reduciendo los costos, se multiplicarán las posibilidades de aplicación de las tecnologías de las información al servicio del desarrollo de la ciencia y la cultura.

Desde el lanzamiento del Sputnik I, en 1957, se han puesto en órbita miles de satélites que llevan a cabo una enorme variedad de tareas, entre ellos los que transmiten señales telefónicas o de televisión por todo el mundo.

Los satélites de comunicación captan las señales emitidas por un transmisor situado en un punto de la Tierra, las amplifican y luego las transmiten a las antenas receptoras que se encuentran en distintos lugares del planeta.

# 3 LA TELEVISIÓN, HOY

En 1969, dos productores de los Estados Unidos programaron un ciclo de cantantes de Folk rock, que –influídos por Los Beatles- habían decidido electrificar sus instrumentos y componer baladas de protestas contra la guerra que su país estaba librando contra Vietnam.

El éxito fue asombroso. Sin quererlo, los productores habían descubierto una vasta audiencia de jóvenes pacifistas, hostiles a la policía y al gobierno.

Los responsables del canal quisieron levantar el programa porque no estaban de acuerdo con esa actitud y, en especial, censuraban al cantante Pete Seeger (el autor de Guantanamera).

Sin embargo, la repercusión fue tan enorme que debieron volver a llamarlo y permitirle que completara sus canciones.

Tenga presente Ud. que en esos años, la televisión pesaba cada vez más en la formación de la opinión pública en desmedro de la prensa escrita. Diariamente, las imágenes de la guerra de vietnam eran transmitidas con enorme fuerza dramática por la televisión.

Alertadas por la experiencia con la música Folk Rock, las cadenas de televisión comprendieron que la única manera de conservar su audiencia joven era que sus comentaristas tuvieran una actitud crítica ante el conflicto.

Con el tiempo, la opinión pública estadounidense fue totalmente adversa al conflicto vietnamita.

Este ejemplo muestra el modo complejo como se constituye el discurso televisivo. Los mensajes que emite la televisión se organizan teniendo especialmente en cuenta las mediciones de audiencia.

De alli, que las programaciones obedezcan a criterios eminentemente comerciales. Esta adaptación a lo que se juzga la opinión mayoritaria del público, tiene como consecuencia que los programas respondan a un modelo uniforme.

Por ejemplo: las telenovelas que emiten los canales en horarios centrales son más o menos semejantes.



Sin embargo, esa misma sujeción a las mediciones hace que los mensajes televisivos traten constantemente de captar las transformaciones que se producen en la audiencia.

Esto explica, por ejemplo: la gran celeridad con que se lanzan programas de entretenimiento para ser levantados al poco tiempo si no consiguen suficiente repercusión.

Esto no significa, desde luego, que en televisión no se manipule la información. De hecho, los noticieros televisivos no solo controlan la información, sino que transforman la realidad para que se adpte a las exigencias de los medios.

En la llamada "guerra del Golfo", en 1993, las fuerzas militares representaron el conflicto para hacerlo aceptable a los ojos de la comunidad internacional; no hubo imágenes de muertos, ni heridos.

En la televisión argentina es frecuente observar, cómo manifestantes que están pasivamente reunidos ante un ministerio, por ejemplo, agitan los puños y los carteles cuando advierten la cercanía de los clásicos movileros.

En la democracia actual, la comunicación entre los gobernantes y los ciudadanos pasa por la televisión. A fines del año 2000, los candidatos estadounidenses a la presidencia Al Gore y George Bush, tuvieron una serie de debates televisivos en los que ninguno resultó ganador neto, lo que quizá se reflejó en la paridad que arrojó la compulsa electoral.

En esos debates, algunos políticos perdieron sus posibilidades por detalles minúsculos. En 1960, por ejemplo, se enfrentaron John Fitzgerald Kennedy y Richard Nixon.

La apariencia de Kennedy era la de un hombre joven, bronceado, distendido. Por el contrario, Nixon lucía enfermo, sudoroso y desalineado.

Después del programa, la audiencia no recordó qué había dicho Nixon, solo se acordó de su aspecto físico.

En definitiva, la influencia de la televisión en el proceso de formación de la opinión pública es sumamente considerable. Esa influencia se multiplica porque los canales suelen formar parte de una cadena de "mass media", integrados también por radios y medios gráficos, de modo que un mensaje emitido en uno de los medios se reproduce sucesivamente en otros.

Es indiscutible, que la televisión es el medio que tenido un mayor impacto social desde hace cincuenta años. Y es probable que conserve durante mucho tiempo ese primer lugar, gracias a la multiplicación de la oferta que permiten el cable, el satélite y las estaciones locales y gracias también a los avances de la tecnología numérica.

El número de televisores se multiplicó por 55 en los últimos treinta años en el Tercer Mundo y su densidad por 16 aproximadamente.

De todos medios de comunicación, es en la televisión donde la diferencia entre el Norte y el Sur es más reducida.

# 4 LA RADIO

Se había pronosticado que la aparición de la televisión significaría la muerte de la radio.

Sin embargo, ésta sigue creciendo, probablemente por tres razones:

- 1) La llegada del transistor en los años 60'liviano y fácil de transportar
- 2) Su precio sumamente módico y
- 3) Su escaso consumo de energía.

Por todo ello, la radio sigue siendo irreemplazable en las regiones pobres e insuficientemente equipadas.

No obstante, la densidad de los receptores ha experimentado un aumento más modesde que la de la televisión (en treinta años se ha multiplicado por cuatro en el Tercer Mundo), y la diferencia entre Norte y el Sur, que era menos pronunciada que para la televisión en 1970, es superior a la de ésta en 1997.

En cuanto a la *prensa diaria* es, de todos los medios, el único que retrocede, al menos si se tiene en cuenta su tirada por cada 1.000 habitantes.

Dicho retroceso es evidente en Estados Unidos y en la Unión Europea, pero menos potente en el Japón. En los países en desarrollo, pese a los progresos de la escolarización y al proceso de democratización de los años 80', que permitió una explosión del número de títulos, el

aumento de la tirada de los diarios es sumamente modesto: Una duplicación en algo menos de treinta años, incluso en los países menos desarrollados.

Da la impresión de que prensa diaria ha agotado prácticamente su número de lectores.

\*

Juntos hemos finalizado la Unidad Nº 5.

Si tiene dudas, consulte con los tutores.

¡ Ánimo! ¡Ud. lo ha de lograr!



### **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. ¿Cuáles fueron las modificaciones que se produjeron en: Comunicación, en las últimas dos décadas?.
- 2. ¿Cuáles son las características de la sociedad ante los nuevos sistemas de comunicación?.
- 3. Realice un cuadro, donde muestre la evolución de las comunicaciones.
- 4. Explique el efecto de la televisión
- 5. Explique los efectos de la radio.
- 6. Realice una conclusión sobre la situación actual con respecto, al gran cúmulo de información.

# **UNIDAD VI PERSPECTIVAS FUTURAS**

# UNIDAD VI PERSPECTIVAS FUTURAS

#### **OBJETIVOS:**

#### Al finalizar el estudio de la presente unidad, Ud. estará en condiciones de:

- Comprender las perspectivas futuras: Los desafíos para el siglo XXI.
- Identificar las nuevas tecnologías.
- Comprender la importancia de Internet y su influencia en la sociedad.
- Distinguir los medios masivos de comunicación y como afectan a la sociedad.

# PERSPECTIVAS FUTURAS: LOS DESAFÍOS PARA EL SIGLO XXI.

Desde las últimas décadas, la diferencia entre los países desarrollados y los países en desarrollo, ha pasado a se un problema contral de nuestro tiempo.

Por lo tanto, estrechar esa brecha es el gran desafío que se les presenta a los gobiernos de los países industrializados y a cualquier otro grupo de poder del mundo, es decir que deben ser metas mundiales:

- Alcanzar el libre comercio internacional, con la desaparición de los subsidios y las barreras arancelarias que ponen en desventajas a los países en desarrollo;
- Crear un servicio independiente de aistencia jurídica para apoyar a los países pobres y débiles frente a la estructura internacional;
- Aumentar la alfabetización informática en los países en desarrollo, para que no haya excluídos de la información:
- Que los gobiernos de todo el mundo respeten la libertad de expresión en los medios de comunicación;
- Que todas las sociedades tengan iguales oportunidades para hacer conocer su cultura a través de los medios de comunicación.

# 2 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS: INTERNET Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD

Internet es una red de redes de alcance mundial que conecta computadoras entre sí para compartir información y recursos.

Los antecedentes de Internet se remontan a 1969, cuando la Agencia de Proyectos de Investigación de Defensa Avanzados de Estados Unidos, creó una red de computadoras, denominada Arpanet, en la Universidad de California.

Con el tiempo, se fue expandiendo y se convirtió en un fenómeno masivo a partir de la década de 1990, cuando millones de personas comenzaron a utilizarla.

A escala mundial es el instrumento de comunicaciones de más rápido crecimiento de todos los tiempos.

# AÑOS TRANSCURRIDOS DESDE LA INVENCIÓN HASTA LLEGAR A LOS 50 MILLONES DE USUARIOS

TECNOLOGÍA	AÑOS
Radio	38
Computadora	16
Televisión	13
Internet	4

En la actualidad, Internet posee alrededor de 165 millones de usuarios, equivalente a alrededor del 2,8% de la población mundial.

Se prevé que aumente a 1.400 millones en el año 2003. El 60% de los usuarios pertenece a los Estados Unidos, que además es el país que tiene más computadoras.

Internet ofrece gran variedad de servicios y recursos. Por ejemplo:

- El correo electrónico (E-Mail): Brinda la posibilidad de enviar y recibir mensajes en forma instantánea a través de una red de computadoras a cualquier lugar del mundo. Entre las ventajas del e-mail se destacan: La rapidez, el bajo costo y la simplicidad.
- La World Wide Web (W.W.W.): Es un sistema de hipertexto (documento en el que las palabras son fácilmente reconocibles porque aparecen subrayadas y destacadas con color; permiten vincular ese documento con otro. El paso de una página a otra es lo que se conoce en Internet con el nombre de navegar), que permite buscar información por toda la red en forma relacionada a partir de un tema de interés. Se

puede interactuar con millones de páginas creadas por organizaciones, empresas y usuarios particulares. En 1994 la red contraba con alrededor de 3.000 páginas web. En la actualidad hay entre 400 y 600 millones de páginas.

Internet ha revolucionado el mundo de la telecomunicaciones y se prevé que en unfuturo próximo será el medio sobre el que se articularán todas las comunicaciones del planeta.

Los otros medios tradicionales (televisión, radio, cine, video, diarios y revistas) han tenido que adaptarse, multiplicando su oferta, es decir, publicando sus productos también en forma digital.

Así, como Ud. sabe, hoy se produce un nuevo cambio tecnológico: La televisión digital, que posibilita la integración de Internet y la televisión.

Consiste en combinar los recursos de la televisión con los de la computadora y permite elegir entre distintos espacios televisivos, navegar por Internet, videoconferencias (sistema de comunicación que permite hablar y ver a una persona en tiempo a través de la computadora) y una multiplicidad de opciones, con una mejora de la calidad de imagen y sonido.



Esta innovación tendrá impacto directo sobre los hogares y permitirá a los espectadores ejercer una actitud participante e interactiva.

Las nuevas tecnologías en comunicaciones facilitan el que muchas de las actividades que antes requerían un desplazamiento puedan realizarse sin moverse de casa: Gestiones bancarias, compras, trabajos, etc.

La más importante es el "teletrabajo", que se define como una forma flexible de organización laboral y consiste en el desempeño de la actividad profesional sin la presencia física del trabajador en la empresa.

Esta nueva forma de trabajar supone la utilización frecuente de métodos de procesamiento electrónico de información y el uso permanente de algún medio de comunicación para el contacto entre el teletrabajador y la empresa.

El teletrabajo posee numerosas ventajas: Desde el punto de vista empresarial, mejor organización laboral y reducción de costos; desde el punto de vista del empleado, reducción de tiempo y costos de desplazamiento, mejor equilibrio trabajo-familia y horarios flexibles.

#### **USUARIOS DE INTERNET**

#### PAÍS

#### POBLACIÓN REGIONAL

(En porcentaje de la población mundial)

Estados Unidos	4,7
Países desarrollados (sin U.S.A)	14,1
América Latina y el Caribe	6,8
Asia Sudoriental y el Pacífico	8,6
Asia Oriental	22,2
Europa Oriental y la CEI	5,9
Estados Árabes	4,5
África Subsahariana	9,7
Asia Meridional	23,5
TOTAL MUNDIAL	100

#### **PAÍS**

#### **USUARIOS DE INTERNET**

(En porcentaje de la población total de cada región)

Estados Unidos	26,3
Países desarrollados (sin U.S.A)	6,9
América Latina y el Caribe	0,8
Asia Sudoriental y el Pacífico	0,5
Asia Oriental	0,4
Europa Oriental y la CEI	0,4
Estados Árabes	0,2
África Subsahariana	0,1
Asia Meridional	0,04
TOTAL MUNDIAL	2,4

Si bien, aunque la interacción informática todavía está en su infancia, ha cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras del tiempo y la distancia, y permitiendo a la gente compartir información y trabajar en colaboración.

El avance hacia la superautopista de la información continuará a un ritmo cada vez más rápido.

El material disponible crecerá rápidamente, lo que hará más fácil encontral cualquier información en Internet. Las nuevas aplicaciones permitirán realizar transacciones económicas de forma segura y proporcionarán nuevas oportunidades para el comercio.

Las tecnologías modernas aumentarán la velocidad de transferencia de la información, y esto posibilitará la transferencia directa de "ocio a la carta".

Es posible que las actuales transmisiones de televisión se vean sustituídas por emisiones específicas, es decir, cada hogar podrá recibir una señal especialmente diseñada según los gustos de sus integrantes, que verán lo que deseen en el momento que quieran.

Ya existen sistemas de prueba de este tipo de transmisiones.

Dentro de las nuevas técnologías, no podemos dejar de mencionar la realidad virtual.

Pués para construir un modelo de trabajo exitoso de algo como un motor a vapor, el sistema solar o el esqueleto humano, tenemos que entender de qué manera está conformado y como és su funcionamiento.

Las computadoras les permiten a los científicos e ingenieros ensayar modelos de trabajo electrónicos de todos los aspectos de la vida.

En estos modelos los elementos están representados por números y las ecuaciones indican las relaciones entre ellos. El poder que tiene una computadora de realizar muchísimos cálculos por segundo permite que se representen y manipulen rápidamente, procesos complejos.

El número de cosas modeladas es inmenso, desde patrones comerciales e industriales, hasta las coliciones de partículas subatómicas, el clima mundial o el nacimiento de las galaxias.

Los científicos pueden probar sus conocimientos haciendo funcionar sus modelos y comparando luego sus resultados con la realidad.

Cuando un modelo está bien fundamentado y parece ajustarse al comportamiento de un proceso de la vida real, sus creadores llevan a cabo experimentos que no podrían realizar en el mundo real.

Los efectos de ligeros cambios en el diseño de un avión, un bote o un automóvil pueden ser evaluados rápida y económicamente.

Es posible comparar el impacto de diferentes niveles de contaminación sobre el ecosistema de un estuario, en un período específico de años.

También, predecir para comparar algún día con los resultados del experimiento, las lluvias de partículas que cabe esperar de una colisión subatómica, de acuerdo con las diferentes teorías del material.

Un modelo cercano a nuestra comprensión cotidiana, es el del diseño de un edificio o el trazado de un pueblo. En uno de estos modelos de *realidad virtual*, es posible explorar todos los detalles del edificio o del pueblo antes de ponder el primer ladrillo, en la realidad.

También, es posible que los turistas visiten una antigua ciudad reconstruída en computadoras por arqueólogos que usaron sus ruinas como guía.

Después de modelar la realidad, el paso siguiente consiste en ingresar a una realidad creada por la computadora e interactuar con ella. Los usuarios de sistemas de realidad virtual pueden mirar alrededor, arriba, abajo y tener la visión correspondiente del mundo creado con la computadora.

También, se les puede presentar las sensaciones apropiadas de alcanzar y agarrar objetos. Ahora es posible que el diseñador farmacéutico manipule gráficos de las moléculas.

Los pilotos de combate se podrán equipar con cascos que les darán la ilusión de ver todo el cielo a su alrededor con ojos de radar.

Con un casco y un guante de realidad virtual, el usuario ve y se siente inmerso en un mundo creado en una computadora. Una imagen ligeramente distinta de la escena se presenta a cada ojo, para dar una visión tridimensional.

Los movimientos de la cabeza se detectan con sensores ubicados en el casco y la computadora realiza los ajustes visuales. Los movimientos de la mano con el guante controlan la imagen de esa mano en el mundo virtual.

# 3 LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y CÓMO AFECTAN A LA SOCIEDAD

Podemos afirmar, que los medios de comunicación son protagonistas del proceso de globalización que atraviesa el mundo contemporáneo.

El sostenido crecimiento de los medios masivos de comunicación y la industria de la información, ligada a ellos, trajo aparejada una serie de cambios, tanto en la velocidad como en el extensión de las transmisiones.

Grandes sectores de la población mundial, que anteriormente se encontraban aislados, tuvieron la oportunidad de acceder a la información y al entretenimiento, gracias a las nuevas tecnologías.

El desarrollo de los satélites, permitió acelerar y opotimizar todo tipo de comunicaciones y a través de ellos, no sólo fue posible conocer los acontecimientos que tenían lugar en el resto del planeta, sino también, y como gran novedad, sus imágenes.

Sin embargo, durante la década de 1970, comenzó a hacerse evidente que los medios de comunicación no funcionaban como la palanca crucial del proceso de desarrollo que algunos habían imaginado.

Pese a los esfuerzos e inversiones realizados, perdió crédito la idea de que los medios elevarían a los pueblos, conduciéndolos hacia la modernización y el progreso.

El desequilibrio entre las naciones desarrolladas, (países centrales), y las subdesarrolladas y en vías de desarrollo, (países periféricos), comenzó a manifestarse especialmeeente en el flujo de la información, que se orientaba desde el Norte hacia el Sur.

Un ejemplo claro de esta situación es la producción de noticias y cables informáticos:

- Casi el 80% de la noticias circulan por todo el planeta
- Son producidas y distribuídas por dos agencias de noticias estadounidenses UPI (United Press International) y AP (Associated Press).

Mientras las agencias más importantes de los países del Tercer Mundo transmiten cincuenta mil palabras por día, entre UPI y AP, alcanzan un promedio diario de emisión de ocho millones de palabras.

Pero el desequilibrio Norte-Sur, puede observarse también en el gran volúmen de importación de entretenimiento, historietas, series televisivas, música, publicidad, tecnología.

La revolución audiovisual y la globalización de las comunicaciones, tienen importantes consecuencias sociales.

Por un lado, las actividades recreativas se trasladan, paulatinamente, al interior de los hogares. Por otro lado, el derecho a la comunicación y a la información, del que debemos gozar todos los seres humanos, se ve seriamente restringido porque los nuevos servicios se rigen por principios de rentabilidad económica.

De esta manera, independientemente, de cuán lejos se esté de los centros informativos, el poder adquisitivo se convierte en un factor fundamental para estar comunicado.

El consumo que hacemos de los medios masivos, también ha experimentado grandes transformaciones en los últimos años.

De estar habituados durante décadas a unos pocos canales de televisión, hemos pasado en muy poco tiempo a tener la posibilidad de elegir entre más de 65 señales, con programas provenientes de distintos países.

En la actualidad, uno de los grandes temas que debaten los intelectuales, es el de concentración industrial en medios de comunicación.

En los últimos años, la propiedad de los medios se ha ido concentrando en manos de pocos grupos empresarios. Así se conforman "pools" de medios que controlan el mercado de manera casi monopólica.

Cada uno de estos "pools"es propietario o accionista de canales de televisión abierta, señales de cable, radios de amplitud y frecuencia modulada, medios gráficos —diarios, revistas- y a veces, productoras de cine y televisión, empresas papeleras, agencias de noticias y distribuidoras de programación.

Las comunicaciones pasaron a ser el terreno propio para el surgimiento de poderosos empresarios.

Vivimos en un planeta relacional, donde todos tenemos la posibilidad de comunicarnos con todos y resolver nuestros problemas?. O por el contrario, estamos construyendo una nueva utopía que, lejos de resolver las desigualdades educativas, no hace más que esconderlas?.

Las respuestas a estas preguntas, enfrentan hoy a muchos intelectuales. El intento de responderlas, debatiendo y planteando alternativas, es uno de los caminos para formar nuestro propio criterio y ejercer nuestros derechos como consumidores activos de los medios de comunicación.



## **CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

- 1. Para usted...; Cuáles serán las nuevas perspectivas en comunicaciones?.
- 2. ¿Cuáles son las nuevas tecnologías?. Explíquelas.
- 3. ¿Cómo influyen en la sociedad las nuevas tecnologías?.

ABc

#### **GLOSARIO**

#### **Contexto:**

Texto considerado en su conjunto y enlace.

#### **Cuneiforme:**

Dícese de algunos caracteres de letras que usaron antiguamente en la escritura los medios, persas y algunos otros pueblos.

#### **Disentir:**

Ser de otro parecer.

#### **Endogamia:**

Unión matrimonial entre individuos de una misma rama o familia.

#### Esquema:

Representación de una cosa atendiendo sólo a sus líneas o caracteres más significativos.

#### Fideicomiso:

Disposición por la cual el testador deja bienes encomendados a la fe de una persona para que, en caso y ocación determinada los transmita a otras o los invierta como se le madare.

#### Homínido:

Parecido al hombre.

#### **Ideogramas:**

Signo que expresa la idea sin utilizar los signos fonéticos.

#### Ideologia

Rama de la filosofía que ilustra el origen y clasificación de las ideas.

#### **Instaurar:**

Restablecer, iniciar.

#### Linotipia:

Máquina de componer provista de matrices.

#### Monotipia:

Forma tipográfica obtenida con el monotipo

#### Subjetividad:

Perteneciente o relativo a nuestro propio modo de pensar.

#### Tipografía:

Sistema de impresión.



# **BIBLIOGRAFÍA**