

43
2es.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

"ACATLAN"

PAGINACION DISCONTINUA

UNA EXPERIENCIA DE COMUNICACION Y
EDUCACION EN EL BACHILLERATO



**MEMORIA DEL DESEMPEÑO
P R O F E S I O N A L
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
PILAR ROSA MARIA RODRIGUEZ JUAREZ**

ASESOR: LIC. XAVIER AVILA GUZMAN

MEXICO, D. F.

DICIEMBRE, 1998

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

257376



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Quiero agradecer el apoyo que me dio mi asesor, Xavier Avila Guzmán, para el desarrollo esta memoria. También deseo reconocer las valiosas sugerencias comentarios y críticas de los maestros: Héctor Jesús Torres Lima, David Frago Franco y de la maestra Lourdes Cortés Esparza.

Para Jonás y Andrés Lund .

También para Rocío y mis tíos José y María de la Luz.

Indice

Introducción	1
Capítulo 1: Educación y Comunicación	
en el Colegio de Bachilleres	4
1.1. Origen y desarrollo del Colegio de Bachilleres	5
1.2. Estructura y funcionamiento del C.B.	9
1.2.1. Estructura administrativa	9
1.2.2. Estructura académica	11
1.2.2.1. Sistema Escolarizado	11
1.2.2.2. Sistema de Enseñanza Abierta	25
Capítulo 2: Enseñanza de la Comunicación y	
Comunicación de la Enseñanza	28
2.1. Cuestiones sobre la enseñanza de la comunicación y	
comunicación de la enseñanza	29
2.2. Objetivos y elementos de valoración	35
Capítulo 3: Una experiencia de comunicación y	
educación en el bachillerato	38
3.1. La enseñanza de la comunicación en el C.B.	39
3.1.1. Descripción	39
3.1.1.1. Elaboración de programa de estudio del	
Taller de Análisis de la Comunicación	39
3.1.1.2. Elaboración de Materiales de Estudio del	
Taller de Análisis de la Comunicación	43
3.1.2. Valoración	56

3.1.2.1. Programa de estudios del Taller de	
 Análisis de la Comunicación	56
3.1.2.2. Materiales de Estudio del Taller de	
 Análisis de la Comunicación	70
3.2. Fascículos en el área de Lenguaje y Comunicación	71
3.2.1. Descripción	71
3.2.2. Valoración	77
3.3. Materiales de Comunicación Educativa	81
3.3.1. Descripción	81
3.3.2. Valoración	103
Capítulo 4: Educación para la Comunicación	
 y Comunicación para la Educación	104
4.1. Respecto a la Enseñanza de la Comunicación	105
4.2. Respecto a los Fascículos	110
4.3. Respecto a los Materiales de Comunicación Educativa .	111
Conclusiones	117
Bibliografía.....	123

ANEXO 1: Programas de estudio de las asignaturas de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN I y II.

ANEXO 2: Materiales de estudio de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I y II.

ANEXO 3: Fascículos para el área de lenguaje y comunicación.

ANEXO 4: Estudio y análisis del MATERIAL DIDACTICO COMPLEMENTARIO DEL SEA.

INTRODUCCION

Un día acompañé a unos amigos de la Universidad a "buscar clases" en el Colegio de Bachilleres. Platicando y sorteando el tráfico, llegamos a unos edificios ubicados en la avenida Cuauhtémoc; mientras ellos entraban y subían a las antiguas oficinas del Colegio, yo los esperé en mi coche. Al salir me mostraron con satisfacción los grupos y horarios que les habían asignado, animándome a entrar y "pedir clases". Todavía no terminaba la carrera pero, como todos, también necesitaba trabajar. Decidí solicitar empleo como maestra y, como mis amigos, salí de la entrevista con un horario de clases de Taller de Lectura y Redacción en un plantel provisional situado por el rumbo de Azcapotzalco.

De esta manera, por una casualidad, entré a trabajar como profesora en el Colegio de Bachilleres en 1978, cuando todavía cursaba mis últimos semestres de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la ENEP Acatlán de la UNAM. Sin ninguna experiencia como docente, de pronto me vi frente a grupos de adolescentes a los que tenía que impartir la "extraña" materia de Taller de Lectura y Redacción.

Casi sin quererlo me había convertido en una maestra que impartía clases de lectura y redacción, cuando yo soñaba con ser una periodista. Mis héroes eran Julio Scherer, Miguel Angel Granados Chapa y todo ese grupo que, exiliados de Excélsior, organizaban la revista Proceso, producían y difundían el UNOMASUNO, se reorganizaban en La Jornada e inauguraban una nueva época en la prensa mexicana. Sin embargo, yo tenía que terminar mi carrera, estudiar textos de redacción, preparar clases, tratar de no aburrir a mis alumnos y, de paso, enseñarles algo. Con el tiempo, tomé cientos de horas de cursos de formación y actualización docente, incluso fui instructora de algunos de esos cursos. Pasé por el conductismo y su cartas descriptivas, luego por la didáctica crítica con sus planes de clases y, finalmente, fui conducida al cognoscitivismo y las pretensiones de construir un conocimiento significativo. Poco a poco me formé

como docente, dominé mi asignatura y aprendí a enseñar. Sin embargo, durante años sólo impartía clases del Taller de Lectura y Redacción (TLR), que poco tenían que ver con los temas que me habían llevado a estudiar Comunicación.

En uno de los cambios curriculares del Colegio de Bachilleres (CB) fui invitada a formar parte de una Comisión elaboradora del programa de estudios del Taller de Análisis de la Comunicación (TAC). No sólo me integré a dicha Comisión sino que impartí cursos sobre dicho programa a maestros y alumnos, elaboré unos extensos Materiales de estudio para el Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) desarrollando el programa de dicha asignatura. También elaboré fascículos para el área de Lengua y Comunicación del Colegio de Bachilleres e, incluso, me comisionaron para diseñar un proyecto para la elaboración de Materiales de Comunicación Educativa.

En esta Memoria de desempeño profesional me ocuparé de examinar los resultados de estas comisiones, de lo que podría denominarse: ***una experiencia de educación y comunicación en el bachillerato.***

Presento este informe bajo la modalidad de "Memoria de Desempeño Profesional" que ofrece la UNAM-Acatlán para la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva. De acuerdo con este procedimiento de titulación, se toman en cuenta los trabajos realizados en el desempeño profesional que tengan relación con la carrera estudiada.

Los trabajos que son presentados, examinados y evaluados en esta "Memoria de Desempeño Profesional" son los materiales didácticos que he elaborado para el área de Lenguaje y Comunicación en el Colegio de Bachilleres, a saber:

- a] Programas del Taller de Análisis de la Comunicación (TAC I y II) y Materiales de estudio de TAC I y II para el Sistema de Enseñanza Abierta;
- b] Cuatro Fascículos: dos para el Taller de Lectura y Redacción (TLR I y TLR II) y dos para el Taller de Análisis de la Comunicación (TAC I y TAC II);
- c] Análisis y modelo para producir Materiales de Comunicación Educativa.

Según los lineamientos para presentar esta Memoria, deben desarrollarse los siguientes pasos:

1" Hacer una contextualización de la institución en la cual se ha realizado el desempeño profesional (Capítulo 1);

2" Plantear los problemas relativos a la formación académica que ha enfrentado en el desempeño profesional (Capítulo 2, I. Problematización);

3" Exponer los objetivos desarrollados (Capítulo 2, II. Objetivos y Elementos);

4" Presentar un diagnóstico describiendo y valorando el desempeño profesional en relación a los problemas y objetivos planteados (Capítulo 3);

5" Ofrecer propuestas (Capítulo 4);

6" Sacar conclusiones en relación con la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

A continuación desarrollo tales fases.

Capítulo 1:

EDUCACION Y COMUNICACIÓN EN EL COLEGIO DE BACHILLERES

En este apartado indicaremos el origen y la estructura del Colegio de Bachilleres (CB), así como sus grandes cambios curriculares y didácticos, particularizando en su Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) , en el área de Comunicación y Lenguaje, para contextualizar el desempeño profesional que he tenido en los cambios del programa de estudios del Taller de Análisis de la Comunicación (TAC), en la elaboración de un Material de estudios de dicho Taller para el Sistema de Enseñanza Abierta, así como de Material Didáctico en el área de Comunicación y Lenguaje de la institución, y la formulación de un proyecto para producir Materiales de Comunicación Educativa.

1.1. ORIGEN Y DESARROLLO DEL COLEGIO DE BACHILLERES.

El Colegio de Bachilleres nace en 1973 como uno de los primeros productos de la "reforma educativa" impulsada en el sexenio de Luis Echeverría Álvarez por la Secretaría de Educación Pública y la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES). Surge, como esa diosa griega, completo y armado de la cabeza educativa del Estado para cumplir diversas funciones, tanto educativas como políticas.

En lo político, los Colegios de Bachilleres se convirtieron en un sistema de educación media superior subordinado al Estado, alternativo al convulsionado y radicalizado modelo universitario de los años inmediatamente posteriores al movimiento estudiantil de 1968. Después de la crisis política de 1968, el Estado capitalista mexicano diseñó varias medidas para recuperar su legitimidad y consenso, sobre todo entre las clases medias urbanas, los intelectuales así como los estudiantes universitarios. Una de sus primeras disposiciones fue una derrama presupuestal en los servicios educativos, lo que permitió un explosivo incremento de la matrícula escolar en la enseñanza media superior y universitaria, principalmente en la UNAM, que era todavía el modelo educativo para todo el país en ese ciclo educativo.

Crecimiento estudiantil en la UNAM:

-Enseñanza media superior: de 20 mil en 1970 a 110 mil en 1980: 50%

-Enseñanza superior: de 80 mil en 1970 a 160 mil en 1980: 100%

Sin embargo, las universidades vivían en esos difíciles años, de 1969 a 1974, un período de intensa agitación política, cuestionando diversas formas de poder, alimentando a las más variadas agrupaciones de izquierda y canalizándose en una de las principales batallas sindicales de la década: la del sindicalismo universitario. Un sistema educativo tan politizado como el universitario de ese entonces se desprestigiaban entre la iniciativa privada y los grupos más reaccionarios del país -por eso se deciden a crear elitistas centros educativos propios- y no resultaba funcional ya para el Estado. A mediados de los setentas, el Estado crea e impulsa otras redes educacionales alternativas a las universitarias. De esta manera, surgen y son promovidos, entre otros, el Colegio de Bachilleres, la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad Pedagógica Nacional, las escuelas técnicas agrícolas e industriales, etc., como centros educativos estrechamente ligados al poder estatal, con estructuras de gobierno autoritarias y verticales, encuadradas bajo disposiciones restrictivas en lo laboral. Este contexto político permitió que el Colegio de Bachilleres se convirtiera en la principal institución educativa del país en el nivel superior de la educación media. A partir de que no se construía una aula más en los Colegios de Ciencias y Humanidades universitarios, se desplegaban los veinte planteles del Colegio de Bachilleres por toda la zona metropolitana; en provincia se les arrebatában preparatorias a las universidades autónomas estatales y se transformaban en planteles del Colegio de Bachilleres.

“Hay que preguntarse -decía Olac Fuentes Molinar- qué es lo que el Colegio de bachilleres tiene que ofrecer a la enseñanza preparatoria y por qué hay tanto interés en generalizarlo. La primera respuesta está en la organización del gobierno interno: el CB posee una de las estructuras más verticales y autoritarias existentes en la educación media y superior; los órganos participativos de decisión no existen, la fuerza de la burocracia es absoluta y la intervención de los profesores y estudiantes es ahogada por la vigilancia, la inseguridad y la represión administrativa. Tal modelo es atractivo cuando lo que se pretende evitar es cualquier forma de politización en las instituciones educativas”(Participación en un Encuentro Académico del SINTCB, julio de 1987).

En lo educativo, los Colegios de Bachilleres (CB) sirvieron para impulsar una “modernización” de la educación media superior -con un cariz tecnocrático y aplicando la ineficaz “tecnología educativa” conductista, a diferencia de otros proyectos renovadores como los Colegios de Ciencias y Humanidades-; esto es, los CB sirvieron para abandonar y sustituir al modelo universitario clásico del bachillerato (la escuela preparatoria) que se caracterizaba por promover una educación no terminal, humanística-liberal y decimonónica, propedéutica para la formación de la extinguida especie de profesionistas independientes, con materias y métodos tradicionales y obsoletos. El Colegio de Bachilleres pretendía aparecer como una modernizada institución educativa de nivel medio superior, proporcionando educación propedéutica (para estudios superiores) y terminal proporcionando una capacitación técnica para integrarse a la producción), utilizando lo más nuevo de la “tecnología educativa”.

Esta promoción de la “modernización eficientista”, formulada por la ANUIES en su XVIII Asamblea pretendía:

(a) Relacionar instituciones con las industrias para que dieran una “mejor respuesta a las necesidades del desarrollo nacional”. Para tal efecto se establecieron mecanismos de comunicación entre la educación y las empresas mediante organismos descentralizados con participación empresarial como el mismo CB; en el CB esta vinculación entre las áreas educativas y las industrias se concreta en una importante zona del Plan de Estudios: las capacitaciones técnicas terminales que se cursan desde el tercer semestre;

(b) Cambiar el crecimiento de la matrícula controlando las tendencias espontáneas de demanda a la educación superior; aparte de imponer normas selectivas más rigurosas y restrictivas para el ingreso al nivel superior, se canalizó la demanda hacia niveles inferiores o instituciones que impartieran una formación terminal en la educación media superior (propedéutica y terminal como el CB), o sólo terminal (como el CONALEP y otros centros);

(c) Mejorar el funcionamiento técnico de las escuelas planteando la docencia con técnicas educativas de inspiración conductista, capacitando a los profesores en tales técnicas y "racionalizando" la administración mediante estructuras verticales. En el CB la tecnología conductista estuvo en la base tanto del Plan como de los programas de estudio.

1.2. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL COLEGIO DE BACHILLERES.

1.2.1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.

En el Decreto de creación del Colegio de Bachilleres (19 de septiembre de 1973) encontramos las premisas para que el Colegio se convierta en la institución educativa antidemocrática, restrictiva y vertical que es:

-El Secretario de Educación Pública nombra a la Junta directiva, un órgano por encima de todo el Colegio (como la Junta de Gobierno de la UNAM, aunque el CB carezca de cualquier forma de Consejo Universitario) que parece concentrar todo el poder en la institución (art.13): en sus manos está el control del Presupuesto, las decisiones últimas sobre modificaciones de Planes y programas de estudio, los nombramientos y desplazamientos tanto del Director General como de los miembros del Patronato y los Coordinadores Sectoriales; la formulación de normas y reglamentos internos.

-La estructura de la administración y control va de arriba a abajo: el Director general y los Coordinadores Sectoriales revisan y organizan el desempeño de los directores de los planteles, nombran las Comisiones Dictaminadoras y ratifican el fallo de las mismas en los concursos para obtener la base o ser promovidos, intervienen para resolver conflictos generales.

-En el Decreto de creación, asimismo, se establecen limitaciones a los derechos laborales de los trabajadores: se les ubica en el Apartado B del Artículo 123 Constitucional, bajo la todavía más restrictiva Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado (art.31); a los profesores, además se les exige concursos de oposición o procedimientos idóneos para obtener su definitividad.

En el Estatuto del Colegio de Bachilleres (17 de febrero de 1975) se precisa la organización administrativa centralizada y autoritaria que prevalece. Este Estatuto resulta en realidad, una reglamentación obsoleto y sin fundamentos

jurídicos, incorrecta y en muchos casos, inadecuada o ya rebasada por otras disposiciones o reformas administrativas. La primera parte de este Estatuto repite lo señalado en el Decreto en cuanto a la organización interna:

ORGANIGRAMA

Secretario de Educación Pública

Junta Directiva

Director Coordinadores Consejo de Coordinadores Patronato
General Sectoriales Sectoriales

Consejo Consultivo de

Directores de Plantel

Directores de Plantel

Sin embargo, en las secciones restantes, el Estatuto instituye sobre estructuras organizativas superadas (Título 3", por ejemplo, los inexistentes tres subdirectores por plantel); se refiere equivocadamente a una reglamentación general de condiciones laborales exclusiva para el personal administrativo, cuando las Condiciones Generales de Trabajo, de acuerdo a la ley de los burócratas, son únicas para todos los trabajadores, tanto administrativos como académicos; alude a otros inexistentes ayudantes de profesor y señala, otra vez incorrectamente, que el Reglamento del Personal Académico dispondrá sobre los derechos y obligaciones de los maestros, cuando esto es materia de las Condiciones Generales de Trabajo, etc.

Conforme ha crecido el Colegio, así también se ha incrementado el aparato burocrático-administrativo del mismo: en 1977 sólo existían aproximadamente 37 direcciones, subdirecciones, coordinaciones, departamentos, etc. (sin tomar en cuenta las de los planteles); en 1986 existían 82 (sin considerar a los burócratas de los planteles). Algunas de estas instancias han concentrado mucho poder, como la Dirección de Asuntos Jurídicos; otras, aunque formalmente tienen responsabilidades mayores -como la Junta Directiva-, sólo revisan y ratifican lo que otras elaboran, de otras apenas se sabe lo que hacen. No se presentan Informes de actividades a la comunidad que permitieran evaluar la funcionalidad de la estructura burocrática.

1.2.2. ESTRUCTURA ACADEMICA.

El Colegio de Bachilleres desarrolla su labor académica operando dos diferentes sistemas educativos -con dos distintos Planes y programas de estudio hasta 1992, con diversas formas de organización y trabajo docente-, a saber:

(1) el Sistema Escolarizado, que se despliega en las aulas de los veinte planteles, con dos turnos ubicados por todos los rumbos de la ciudad de México; y

(2) el Sistema de Enseñanza Abierta (SEA), con cinco centros de consulta y asesoría.

1.2.2.1. SISTEMA ESCOLARIZADO

El Plan y los programas de estudio que prevalecieron en un principio en el Colegio de Bachilleres (1974-1982) -y que sobrevivió hasta 1992 en el SEA- llevaron al extremo (y al absurdo) los planteamientos conductistas de la "tecnología educativa". Si examinamos el Plan y los programas de estudio de ese período siguiendo la metodología de la propia "teoría curricular" podemos detectar algunas de sus fallas relevantes:

1" Diagnóstico de necesidades. Para formular un Plan de Estudios se deben señalar las necesidades que se deben cubrir. En el caso del Plan de Estudios del CB fue la ANUIES la que reiteradamente indicó la necesidad de reformar y "modernizar" el nivel superior de la enseñanza media, impulsando un bachillerato formativo, propedéutico y terminal ("que capacitará específicamente para la incorporación al trabajo productivo", Declaración de Villahermosa 1971). Una educación media superior que incorpore las "modernas" -pero ineficaces- técnicas educativas, que ligue la educación con las industrias y absorba la demanda escolar en instituciones dependientes de la SEP y verticales, terminales y alternativas al politizado sistema universitario (La Planeación de la Educación Superior en México, ANUIES 1979). Es un hecho, en consecuencia, que en las necesidades a las que responde el CB lo académico queda sobredeterminado por lo político.

2" Objetivos y Perfil del Egresado. Las premisas conductistas que subyacen en las "modernizantes" teorías curriculares que se retomaron para formular Planes de estudio se revelan en este paso metodológico con todas sus insuficiencias:

"se opera -afirma Díaz Barriga- con la deformación de la noción de objetivos que son planteados como grandes metas de la educación; su carácter cualitativo, en ocasiones, es reducido a un lenguaje empresarial que los intenta presentar como conductas observables y registrables en los sujetos, bajo criterios que aparentemente les darían cierta cientificidad, como el modelo taxonómico de Bloom de los años cincuenta" (Díaz Barriga, 1985, p.24).

Así, el Plan de Estudios 1974-1982 fijaba objetivos abstractos y generales reducidos -a veces de manera absurda- a conductas observables, fragmentarias y múltiples. Si estos objetivos no indicaban un fin hacia dónde orientar la educación, ya revelaban su reduccionismo (aprender= conducta observable) y la fragmentación del saber que implican las técnicas conductistas.

3" Estructura Curricular. En nuestro país se manejan tres modelos de estructura curricular: por asignaturas, por áreas y modular. Toda estructura curricular se puede evaluar desde tres perspectivas, a saber: 1) la concepción del conocimiento; 2) la idea de aprendizaje, y 3) la forma de concebir la relación de la

educación con la sociedad y con la propia organización interna de la institución. Desde estos puntos de vista revisaremos la estructura curricular del Colegio:

1) Aunque el Colegio de Bachilleres se apoya en una estructuración por áreas (matemáticas, ciencias naturales, histórico-sociales, metodológica, de lenguaje y comunicación), con materias obligatorias, optativas y de capacitación terminal para la formación propedéutica y terminal, existen desequilibrios en su estructuración que conviene hacer notar:

Tipos de Cursos	
Propedéuticos obligatorios	30
Propedéuticos optativos	6
Capacitación Terminal	8

-Cursos obligatorios de formación propedéutica:

Area	Cursos	Porcentaje
Ciencias Naturales	10	33.3%
Lenguaje y Comunicación	6	20%
Histórico-Sociales	6	20%
Metodología (y Filosofía)	4	13.3%
Matemáticas	4	13.3%

-En primer lugar, en los cursos obligatorios -y a lo largo de los cuatro primeros semestres- se privilegia a las Ciencias Naturales (Física y Química, sobre todo).

-En segundo lugar, casi el 70% de los cursos son propedéuticos obligatorios, es decir, básicos para el bachillerato; casi el 20% corresponden a la capacitación terminal; y sólo casi el 10% son propedéuticos optativos, es decir: la preparación previa para una carrera superior determinada. Si en las preparatorias, el CCH y vocacionales se dedica un área importante del Plan de Estudios para preparar a los alumnos en la disciplina que piensa estudiar en un nivel superior (formación propedéutica propiamente dicha), en el CB la formación propedéutica se confunde con la básica, descuidándose de manera significativa.

2] Dado el número de materias, asignaturas, cursos y horas-clase, el Plan de estudios del CB 1974-1982 está bastante sobrecargado:

Cursos y Materias por Areas

Semestres	Materias	Cursos	Materias	Curso	Totales	
	Propedéuticas		Terminal		Cursos/Materia	
1" y 2"	6	12	-	-	12	6
3"	3	6	2	2	8	5
4"	2	6	2	2	8	4
5"	5	6	2 o 1	2	8	7
6"	1	6	1 o 0	2	8	2
Totales:	17	36	7	8	44	24

Visto desde la dimensión del aprendizaje -reconocen los teóricos del currículum-, un Plan de Estudios cargado de asignaturas, en donde el alumno tiene que llevar más de cuarenta cursos y más de veinte materias en seis semestres, "tiende a privilegiar la extensión y la cantidad del contenido sobre los procesos de aprendizaje". Este privilegio de la cantidad que se enseña sobre la calidad que se aprende se agrava todavía más con sobrecargados programas de estudio bajo la inoperante forma de "cartas-descriptivas".

3) Si bien el Plan de Estudios del Colegio pretende dar una salida directa al trabajo con las capacitaciones técnicas terminales (primordialmente hacia el sector terciario), esto es, producir técnicos medios subordinados, lo cierto es que aparte de este servicio a las empresas capitalistas no existe ni siquiera la intención de proyectarse con servicios a la sociedad. Sí hay, en cambio, una organización interna que concuerda tanto con el Plan como con los programas de estudio: se levantó así una estructura administrativa dominando lo académica, inhibiendo la libertad de cátedra, vigilando y controlando la práctica docente con "cartas descriptivas" impuestas, exámenes departamentales absurdos (y, por lo regular, mal elaborados si es que pueden tener alguna buena confección), dosificaciones programáticas verticales y checadas en los tarjetones de asistencia, jefaturas de Academia dedicadas al control administrativo y no al trabajo docente, etc.

4" Mapa Curricular. En este paso se definen los créditos, la duración del Plan, las materias, cursos y programas. El bachillerato del Colegio se cursa en seis semestres, tres años; el Plan 1974-1982 contemplaba 17 materias del área propedéutica con 36 cursos, 7 materias del área terminal con 8 cursos (promedio). En total, 24 materias y 44 cursos en seis semestres (más las que reprueban y tenían que repetir). Los programas de estudio se presentaban con un gran número de objetivos y contenidos como cartas descriptivas. En estas últimas, dice, Díaz Barriga, "subyacen tres errores" básicos:

"a) Una confusión entre lo que es un programa escolar y la instrumentación didáctica del mismo, en detrimento de un análisis del plan de estudios, del contenido, y de las situaciones psicosociales que intervienen en el proceso de aprender; b) un mecanismo en la concepción y manejo de los elementos didácticos, los cuales representan un valor per se y no se encuentran insertos en la dinámica del proceso del aprendizaje; c) una instrumentación didáctica universal, con desconocimiento de las particularidades de cada grupo, lo que es posible por la abstracción que hace de la realidad el descentramiento del contexto en su análisis, y el centramiento de la propuesta únicamente en planteamientos tecnicistas." (Díaz Barriga, 1985, p.26)

Si el verdadero aprendizaje se descuidaba (y descuida) por el gran número de materias, asignaturas y contenidos programáticas, fomentándose una enseñanza de informaciones inconexas y sin significado para los alumnos así como un aprendizaje mecánico y memorístico, la educación en el CB no ha sido formativa y poco ha cumplido con sus objetivos propedéuticos y terminales. Si a ello sumamos la rigidez en la relación académica que suponen las cartas descriptivas y los exámenes departamentales -la ausencia de libertad de cátedra-, las negativas condiciones laborales de los profesores, las desfavorables condiciones de estudio de los alumnos (carencia de recursos académicos, de becas, de vida cultural, etc.) podremos explicarnos el bajo rendimiento académico del Colegio en ese período.

-De 1974-A a 1976B el promedio de egreso superaba el 30%; se supondría que los alumnos repetidores terminarían posteriormente, incidiendo en el porcentaje de egreso aumentándolo; empero, esto no ocurre porque siempre disminuye el porciento. Esto significa que aumenta la deserción escolar.

-De 1977-A hasta 1982-B el promedio de egreso cae todavía más: llega hasta el 14%, promediando en un 20%. Estas tendencias no han variado sustancialmente.

Las "Modificaciones al Plan de Estudios del Colegio de Bachilleres" (Gaceta CB, julio de 1982), en el sistema escolarizado, resultó una adecuación a la reforma curricular para la educación media superior que significó el Acuerdo 71 de la SEP (mayo de 1982) sobre el Tronco Común para el bachillerato. Este fue el medio más idóneo para uniformar el currículum del bachillerato nacional respetando la diversidad de funciones de las distintas instituciones en este nivel

escolar. Si examinamos este Tronco Común y sus repercusiones en los Planes y programas de estudio del CB (a partir de 1982) siguiendo la metodología anterior, pondremos de relieve algunas de sus características esenciales:

1" Diagnóstico de necesidades. Fundamentalmente, el Tronco Común trata de resolver de la mejor manera el problema que supone la gran diversidad y heterogeneidad de Planes de estudio en el nivel superior de la enseñanza media (186 Planes de estudio en 1982). En el Acuerdo 71 de la SEP esto se dice claramente en el segundo y el quinto considerandos:

-“Que existe en el ámbito nacional gran diversidad de planes y programas de estudio”.

-“Que entre las recomendaciones del mismo Congreso se encuentra la de establecer un tronco común dentro de la estructura académica del bachillerato, entendido como el universo básico de contenidos que proporcionan al educando los conocimientos y herramientas metodológicas necesarios para alcanzar una cultura integral.”

Así, el Tronco Común uniforma el bachillerato con un área básica compartida pero no termina con la diversidad de instituciones de este nivel. Con todo, el Tronco Común es más complejo que eso: supone también una estrategia flexible para definir y uniformar contenidos y estructuras curriculares básicos.

2" Objetivos y Perfil del Bachiller. Como todo objetivo planteado a este nivel, los del Tronco Común y las capacidades del Perfil del Bachiller son irremediabilmente genéricos, aunque no sean ambiciosos sino elementales: el Perfil establece, por ejemplo, que el bachillere podrá expresarse correctamente; manejar y utilizar la información recibida; utilizar los instrumentos básicos de las ciencias, las humanidades y las técnicas; comprender su país; progresar intelectualmente; evaluar y resolver situaciones propias. Se refiere, por tanto, a contenidos básicos y a un conjunto de buenos deseos que poco dicen de la

manera de concretarlos. De esta manera, los objetivos del Tronco Común se proponen transmitir la cultura universal básica, atendiendo a los intereses y necesidades de educandos e instituciones; una vinculación racional y congruente de instituciones; favorecer la permeabilidad horizontal del bachillerato; proporcionar al educando la formación que le permita:

-“Adquirir los elementos básicos de la ciencia, de las humanidades y de la técnica que le ayuden a lograr una explicación racional de la naturaleza y la sociedad”;

-“Adquirir los conocimientos básicos para concluir sus estudios de bachillerato o para recibir una capacitación específica que le permitan incorporarse al trabajo”;

-Asumir una actitud reflexiva, metódica, racional y sistemática ante el hombre y la naturaleza”;

-“Valorar a los hombres, el mundo, a él mismo y a sus relaciones, mediante el conocimiento axiológico”;

-“Realizar una síntesis personal acerca de la naturaleza y de la cultura.”

La última proposición es, por cierto, el objetivo terminal del Tronco Común. Bajo estos objetivos se encuadra, en consecuencia, el Colegio de Bachilleres.

3" Estructura Curricular. Supuestamente, del Perfil del Bachiller y de los objetivos del Tronco Común se derivaron las áreas y materias del mismo; lo cierto es que se retomaron áreas y materias elementales de los diversos centros de educación media superior:

Áreas	Materias	Cursos
Lenguaje y comunicación	2	4
Matemáticas	1	4
Metodología	1	4
Ciencias Naturales	3	5
Histórico-sociales	3	3

Áreas del Tronco Común	Materias	No. de Cursos
Lenguaje y Comunicación	Taller de Lectura de Redacción	2
	Lengua adicional	2
Matemáticas	Matemáticas	4
Metodología	Métodos de Investigación	2
C. Naturales	Física	2
	Química	2
	Biología	1
Histórico-Sociales	Historia de México	1
	Introducción a las C. Sociales	1
	E. socioeconómica de México	1
Filosofía	Filosofía	1

El agrupamiento por áreas es arbitrario y discutible; sin duda, primero se seleccionaron las materias y, posteriormente, se ordenaron por áreas. Parece no subyacer una definida concepción del saber que permitiera una mejor disposición. Existe, eso sí, una preponderancia en cursos para las Ciencias Naturales.

Ya plasmado el Tronco Común en el Plan de Estudios del Colegio de Bachilleres, es evidente que no implica ninguna modificación sustancial (a

excepción, por supuesto, de los contenidos programáticos). Persisten entonces los rasgos señalados para el anterior Plan (1974-1982):

-Se siguen privilegiando a las Ciencias Naturales en los cursos obligatorios y en los primeros cuatro semestres;

-Las materias y cursos optativos propedéuticos (relacionadas directamente con intereses de educación superior) siguen reducidos en relación a los propedéuticos obligatorios (básicos) y a los de capacitación terminal.

-El Tronco Común introduce esta distinción:

>Propedéuticos obligatorios: 30, de éstos 20 son del Tronco, restan 10;

>Propedéuticos optativos (5" y 6" semestres): 6 más 10 que restaban = 16;

>Capacitación terminal: 8.

-La disposición, entonces, queda como sigue:

Tronco Común (lo básico del bachillerato) = 20 cursos;

Propedéuticos = 16 cursos;

Capacitación Terminal = 8 cursos.

-Permanece exactamente la misma carga académica: 44 cursos y 24 materias en seis semestres; en el CCH llevaban 34 cursos y 13 materias (diversificadas en los dos últimos semestres propedéuticos) hasta antes de su última reforma curricular. Como en el otro Plan, se valora más la cantidad que se enseña que la calidad del aprendizaje.

Un acontecimiento sin duda importante y de grandes repercusiones en la vida académica del Colegio fue el hecho de que la reorganización académica del

Tronco Común implicaba una reforma de programas de estudio mediante "retículas" (organización teórica y didáctica de los contenidos de las materias). Las cartas descriptivas fueron desplazadas, desmantelándose una estructura burocrático-administrativa sobre lo académico que se había levantado sobre ellas; desaparecían los exámenes departamentales, se recobraban las formas de evaluación bajo nuevos lineamientos, la dosificación y otros mecanismos de control perdían sentido y poco a poco se desvanecían. La libertad de cátedra podía volverse a ejercer, aunque inercias y deplorables condiciones laborales impedían su plena manifestación.

4" Mapa Curricular. El nuevo Plan de estudios mantiene el mapa curricular: no se modifica el número de materias ni de cursos; permanece la misma disposición de materias y asignaturas por semestre (aunque cambiaron de nombre las que se refieren a la metodología, a las Ciencias Naturales y a la Historia de México); tampoco se altera la organización de áreas propedéuticas (con sus obligatorias y optativas) y terminal; la materia de matemáticas aumenta una hora más en sus asignaturas (se sobrecargan, por consiguiente, las horas-clase para los alumnos) y desaparecen dos materias propedéuticas optativas.

Por otro lado, el Tronco Común encierra una propuesta para la formulación de los programas de estudio que a la vez que descarta los programas conductistas y rígidos, restaura, al menos en principio, la libertad de cátedra ejercida en el diseño programático, en su instrumentación didáctica y en la evaluación; todo ello sin dejar de fijar contenidos para diferentes tipos de bachillerato. La forma que permitía al mismo tiempo definir contenidos para el Tronco Común y respetar el derecho del profesor a diseñar su programa era la "retícula". De este modo, se desarrolló un trabajo interinstitucional (1982) -en gran parte apresurado e improvisado- para fijar las Macrorretículas del Tronco Común, permitiendo que los profesores elaboraran sus propias Microrretículas. Esta recuperación de la libertad de cátedra renovó también las formas de evaluación en el Colegio. En la práctica, aunque formalmente todavía no, se descartó el

“Reglamento General de inscripciones, reinscripciones y evaluación en el sistema escolar” (Gaceta CB, mayo de 1980), en lo que se refiere a la evaluación. Con los nuevos programas se reivindicó el papel de los docentes en esta actividad, llamando a las Academias para que retomaran esta tarea (“La evaluación del aprendizaje y los nuevos programas”, CEPAC 1983). Sin embargo, las Academias -con jefes impuestos por los Directores cumpliendo tareas de control- difícilmente se recuperaron como espacios libres y democráticos para desarrollar actividades propiamente académicas en esos años, y en algunas hasta la fecha. De hecho, las jefaturas de Academia han sido concebidas como meros apéndices administrativos para “vigilar y castigar” a los trabajadores docentes. No representan a los profesores ante las autoridades -les dicen a los Jefes-, sino a las autoridades ante los maestros (por eso son personal de “su” confianza). No cumplen primordialmente con funciones académicas ya que prevalece el trabajo de control administrativo (otorgar retardos, días económicos, asignar grupos y horarios, vigilar la aplicación de acuerdos de evaluación, etc.).

En conclusión, la elaboración de “retículas” (o de programas) es una operación compleja que requiere cierta capacitación, integrar la docencia con la investigación, como el propio documento explicativo del Tronco Común lo señalaba, un trabajo colectivo y su permanente evaluación; a estas dificultades para renovar la vida académica del Colegio, se suman el burocrático y apresurado procedimiento para elaborar los primeros y deficientes programas de estudio, las inercias y deformaciones provocadas por años de sometimiento a las cartas descriptivas, la falta de vida académica y los verticalismos que todavía se acostumbran, la carencia de recursos materiales y las negativas condiciones laborales (la ausencia de profesionalización de la enseñanza). Todo ello ha impedido el real mejoramiento de la mayoría de programas de estudio del Colegio y ha desvirtuado la libertad de cátedra que la “retícula” exigía. Si bien es cierto que desapareció toda una estructura de control administrativo sobre lo académico, y que se dio una recuperación parcial y potencial de los programas y

la evaluación, el Colegio de Bachilleres entró en otra reforma académica, la de sus lineamientos pedagógicos.

Reforma Pedagógica del Colegio de Bachilleres 1991-1994.

A partir de 1991, con una nueva dirección y administración se da inicio a una profunda reforma pedagógica de la estructura académica del Colegio de Bachilleres, redefiniendo su "Modelo Educativo" con las siguientes tres bases:

a) Las filosóficas, políticas y jurídicas, que se refieren a su "marco normativo" (Artículo 3º Constitucional, Ley Federal de la Educación, Sistema Educativo Nacional, Educación Media Superior y las normas que rigen al Colegio de Bachilleres) y a su "marco conceptual" (educación integral; con fines humanos, sociales y ambientales; con una perspectiva axiológica que fomente valores éticos y una perspectiva epistemológica que considere al sujeto como constructor del conocimiento);

b) Las psicopedagógicas, que se refieren a una concepción de la enseñanza-aprendizaje basada en cinco líneas de la práctica educativa:

1º La problematización:

2º La ejercitación de los métodos:

3º La apropiación constructiva y construcción de conocimientos:

4º Las relaciones, utilidad y aplicaciones actuales:

5º La consolidación, integración y retroalimentación:

c) Las metodológicas, que implicaron tres líneas de intervención académica:

1º Actualización de programas de estudio

2º Elaboración de material didáctico

3º Formación docente

Este nuevo Modelo Educativo abrió otro proceso de reformas de los programas de estudio, impulsó nuevos cursos de formación y actualización docente así como el proyecto de producir nuevos materiales didácticos. Posteriormente se promovió la elaboración de nuevos medios audiovisuales (software y videos); asimismo se ha mantenido un proceso permanente de evaluación tanto de fascículos como de programas (Evaluación de Fascículos o EVA-FAS, Evaluación de la Operacionalización de Programas de Estudio o EVA-PRO). Cabe resaltar que en todos estos procesos de renovación académica se ha fomentado la amplia participación de maestros, tanto en la elaboración de fascículos, como en la producción de materiales audiovisuales, en la evaluación de programas y fascículos, etc. Con errores, omisiones y defectos, el Colegio de Bachilleres ha iniciado una nueva etapa de su vida académica, en la que las iniciativas de renovación de sus sistemas y áreas están a la orden del día (como los Programas de Integración de Profesores y Orientadores o PIPO - que ha impulsado el área de orientación para promover habilidades de lectura o de pensamiento, o los nuevos cursos diseñados para el SEA, etc.).

La **experiencia de educación y comunicación** que pretendo informar y evaluar en esta Memoria se ubica en el segundo cambio curricular y en esta última fase que se vive en el Colegio de Bachilleres.

1.2.2.2. SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

El Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) del CB es creado en enero de 1976, en base al Decreto de creación, que señalaba en su artículo 2 el objetivo de impartir "educación del mismo ciclo (nivel medio superior) a través de las modalidades escolar y extraescolar". El SEA nace, entonces, encuadrado dentro de los objetivos, orientaciones y organización curricular derivada de los Planes y programas de estudio del CB (1974 y vigente en el SEA hasta 1992). En tanto sistema de educación abierta, pretende atender la demanda educativa en este nivel con un conjunto de limitados recursos materiales, ofreciendo educación sobre todo (en sus inicios) a adultos o usuarios con dificultades para asistir regularmente a la escuela con un horario establecido. El SEA funciona con el Plan y programas de estudio del Sistema Escolarizado, con servicios académicos de asesoría (psicopedagógica y de contenido por áreas) y una serie de recursos didácticos (libros de texto, prácticas de laboratorio, apoyos audiovisuales, Materiales de estudio). El estudiante se prepara en base a los textos programados, asistiendo a la asesoría si la requiere o para ser examinado en las diversas formas de evaluación existentes. Un examen somero de estos elementos pueden explicarnos el bajo (casi nulo) rendimiento de este sistema:

-El Plan y los programas de estudio conservan todos los defectos ya señalados anteriormente: está sobrecargado de materias, asignaturas y contenidos programáticos; tiene desequilibrios en ciertas áreas (privilegio de las Ciencias Naturales, pocos cursos propiamente propedéuticos) y sus programas se convirtieron en cartas descriptivas estructuradas sobre objetivos de operación que sirvieron de apoyo a los fascículos que, en su mayoría, fragmentan el conocimiento, fomentan un aprendizaje mecánico, memorístico y no significativo pero no una educación activa, integral y crítica. Sobre tales fascículos se hacen evaluaciones parciales o globales.

-La asesoría es mecánica y sólo responde fragmentariamente a los problemas de los usuarios; de hecho, las tareas de la asesoría es resolver dudas sobre la lectura y actividades de los fascículos. El asesor sólo vigila y apoya el cumplimiento de un proceso de aprendizaje que ya está determinado en los fascículos; tiene poca o nula incidencia en la adecuación del proceso a la situación de los alumnos.

-La evaluación es de tres tipos: la autoevaluación que se aplica el mismo alumno para estimar el aprendizaje; la evaluación formativa que aplican los asesores para retroalimentar a los estudiantes en sus problemas de aprendizaje (estas dos no tienen validez para la acreditación); y la evaluación final, llevada a cabo por el Departamento de Evaluación (en la que no intervienen los asesores y con la tecnología educativa obsoleta). Lo cierto es que la evaluación se reduce a la aplicación de "exámenes objetivos" de opción múltiple, respuesta breve y de complementación que concentran todos los defectos que el Colegio ha querido combatir por años: son memorísticos, fragmentarios, mal estructurados, detallistas, y sin permitir la expresión reflexiva de los alumnos. No hay, pues, una evaluación formativa verdadera sino una sumativa formal pero deficiente.

-Los "recursos" didácticos han sido criticados por la propia Coordinación del SEA, e incluso se renovaron, pero manteniendo aspectos criticados como la "inconveniente dependencia del texto", el centrar el proceso educativo en la acreditación y la irrelevancia de los apoyos audiovisuales. No es extraño, por ende, el completo fracaso del SEA, patente en las siguientes cifras oficiales: "Desde 1976 a noviembre de 1985 se han registrado 49 576 estudiantes inscritos y han desertado 24 659, prácticamente el 50%, mientras que sólo han egresado 1621, aproximadamente el 3%".

Adecuaciones Pedagógicas del SEA

A partir de 1991, el SEA abandona los viejos programas de estudio que prevalecieron en el escolarizado hasta 1982. En base a los nuevos programas y al nuevo modelo pedagógico se producen nuevos materiales didácticos, se modifica la operación del sistema y se transforma el perfil del usuario del SEA, que capta principalmente a los estudiantes que por reglamento no pueden terminar sus estudios en el sistema escolarizado. Se impulsan nuevos cursos, se ofrecen modalidades de especialización en los Sistemas Abiertos y se buscan nuevas formas de hacer más funcional al SEA. En esta última fase del desarrollo se ubican las experiencias de educación y comunicación que quiero informar.

Capítulo 2:

ENSEÑANZA DE LA COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA ENSEÑANZA

En esta parte del trabajo abordaremos dos temáticas establecidas en los lineamientos para presentar estos informes, a saber: 1) la problematización que ha surgido y que he enfrentado en mi experiencia de educación y comunicación en el bachillerato, y 2) los objetivos de este informe así como los elementos que permitirán valorar las experiencias de mi desempeño profesional.

2.1. Cuestiones sobre la enseñanza de la comunicación y comunicación de la enseñanza.

A partir de las experiencias de la Enseñanza de la Comunicación y de la Comunicación de la Enseñanza en diferentes comisiones que he desempeñado en el Colegio de Bachilleres (participando en la formulación de programas de estudio sobre la Comunicación, elaborando materiales didácticos y un proyecto para producir Materiales de Comunicación Educativa), he enfrentado los siguientes problemas generales:

I. Respecto a la enseñanza de la Comunicación en el Colegio de Bachilleres.

En 1983 se inició una reforma curricular en el CB: se planteó cambiar y mejorar los programas de estudio del Colegio. Para la materia de Ciencias de la Comunicación, ubicada en el quinto y sexto semestres del Plan de estudios del CB, en 1987 se constituyó una Comisión para reformar su programa de estudios y actualizarlo, en la que participé como representante académica del SEA. Posteriormente, ya hecho el nuevo programa, se me comisionó para elaborar los Materiales de estudio que desarrollaban los contenidos programáticos de la materia de Taller de Análisis de la Comunicación (TAC) I y II de acuerdo a la didáctica propia de un Sistema de Enseñanza Abierta (SEA).

Como parte de estas comisiones enfrenté muchas cuestiones relativas tanto a la Teoría de la Comunicación como a la enseñanza de la misma. No se trataba sólo de cambiar el nombre la materia sino de formular una propuesta

teórico-didáctica para promover un aprendizaje crítico y significativo en los alumnos.

Un problema central para dar forma a esta propuesta fue el propio estatus de la Teoría de la Comunicación, ya que la estructura de un programa de estudios requiere apoyarse en un enfoque teórico sistemático y consistente. La cuestión sobre la situación epistemológica de la Comunicación no es irrelevante: sigue siendo una interrogación abierta y debatida. En una antología sobre el tema (Comunicación y teoría social), elaborada en 1984 y editada por la UNAM, se decía lo siguiente:

“¿Qué tipo de fenómeno es la comunicación, cuál es su sustancia particular?

Fenómeno físico, biológico, fisiológico, cibernético, abstracto, concreto, social, filosófico, antropológico, político, psicológico, histórico, ideológico, cultural, de significación. Desde todos estos ángulos ha sido abordado y se puede decir que legítimamente pertenece a todos ellos. La comunicación, al ser un proceso de enorme complejidad, no puede ser estudiado en su totalidad por una sola ciencia o disciplina. O dicho de otro modo, no se ha formulado la teoría que pueda sintetizar los diferentes enfoques particulares para crear una herramienta explicativa que dé cuenta del fenómeno completo.”(Fernández Christlieb y Yépez Hernández, comp., 1984, p.111)

Ante este complejo panorama se debía tomar una posición. Era necesario, además, definir la perspectiva desde la cual se enseñaría la comunicación.

En el programa anterior -titulado no por casualidad “Ciencias de la Comunicación”- se partía de una concepción discutible que de entrada impedía la formulación de un programa de estudios sistemático: si la comunicación era un asunto de varias ciencias, difícilmente podía tomarse un sustento teórico que permitiera vertebrar un programa de estudios. El programa anterior (Ciencias de la Comunicación I) partía de un modelo abstracto e incoherente del proceso de la comunicación (unidad I) para luego revisar diversos modelos de la comunicación funcionalistas (unidad II), aplicando algunos de estos elementos, de manera fragmentaria, en la comunicación social (unidad III).

Nuestro asesor nos proponía retomar el enfoque teórico del estudioso español Manuel Martín Serrano -al cual la mayoría desconocíamos- y partir de

una Teoría Social de la Comunicación (desarrollada en su libro La producción de la comunicación social). En la búsqueda de un enfoque teórico fue necesario revisar diversos planteamientos sobre la comunicación -volver a la crítica sobre el funcionalismo y reevaluar las perspectivas de la teoría crítica- y estudiar nuevas teorías como la de Manuel Martín Serrano.

¿Debíamos retomar el enfoque teórico fragmentario del programa anterior o el de una Teoría Social de la Comunicación?

Valorando las ventajas de promover el examen crítico-analítico de la comunicación social o colectiva, tomamos una posición a favor de una Teoría Social de la Comunicación, retomando la desarrollada por Manuel Martín Serrano.

Contando ya con un enfoque teórico consistente, todavía era preciso definir los contenidos programáticos: ¿qué contenidos de la Comunicación Colectiva debían ser considerados en esta materia? Se debía de partir de un marco teórico general sobre la mediación de la comunicación en la sociedad, estableciendo los rasgos del sistema de comunicación social, las interrelaciones entre éste y la sociedad así como la mediación en los usos de la comunicación. Con esta base teórica era posible ya plantearse el análisis crítico del proceso comunicativo en las expresiones impresas, radiofónicas y televisivas en México, y avanzar hacia una propuesta de comunicación alternativa y participativa.

Una vez que definimos la perspectiva teórica y los contenidos programáticos nos faltaba establecer la metodología más adecuada para la enseñanza y el aprendizaje de esta materia. ¿Cuál era la didáctica más apropiada para promover el aprendizaje de estos nuevos programas?

De acuerdo con las orientaciones didácticas y pedagógicas del Colegio de Bachilleres debía promoverse un aprendizaje crítico y significativo, de modo que

el modelo de "taller" parecía el más conveniente, enfocado al análisis crítico de los mensajes de los Medios de Comunicación de Masas. Por ello, nuestra propuesta se fue convirtiendo en "Taller de Análisis de la Comunicación".

Esta definición me llevaba a un problema particular en mi calidad de representante académica del SEA: ¿cuál es la didáctica más adecuada para enseñar la materia de Taller de Análisis de la Comunicación en el Sistema de Enseñanza Abierta del Colegio de Bachilleres? ¿Cómo elaborar un Material de estudio del Taller de Análisis de la Comunicación para el SEA?

En resumen, algunos de los problemas teóricos centrales que abordamos en la elaboración de este programa de estudios fueron:

-¿Qué enfoque teórico era el más adecuado para sustentar el programa de la materia Taller de Análisis de la Comunicación a nivel bachillerato?

-¿En qué consiste la "teoría de la producción social de la comunicación" de Manuel Martín Serrano?

-¿Qué contenidos de la Comunicación Colectiva debían ser considerados en esta materia de Taller de Análisis de la Comunicación que se encuentra en la enseñanza media superior dentro del Plan de Estudios del Colegio de Bachilleres?

-¿Cuál es la didáctica más adecuada para enseñar la materia de Taller de Análisis de la Comunicación en el Sistema de Enseñanza Abierta del Colegio de Bachilleres?

-¿Cómo elaborar un Material de estudios para la materia de TAC que funcionara en el SEA?

II. Respecto a los Materiales Didácticos en el área de Lenguaje y Comunicación.

En los años de 1991 a 1994 el Colegio de Bachilleres sufrió otra reforma académica en la que se modificaron las líneas pedagógicas, los programas de estudio y se desarrollaron nuevos materiales de apoyo didáctico o fascículos. Fui invitada a participar en la elaboración de estos fascículos en el área de lenguaje y comunicación del Colegio de Bachilleres, para las materias de Taller de Lectura y Redacción (I y II) y Taller de Análisis de la Comunicación (I y II). Con tiempos cerrados y limitados, se nos comisionó para elaborar estos fascículos en equipos cuando algunos de los programas de estudio no estaban siquiera terminados. Se nos proporcionaron guías para la producción de los fascículos que se pensaron inicialmente para el SEA, pero que posteriormente se plantearon también para el sistema escolarizado. Elaborando tales fascículos casi a marchas forzadas no dejaba de preguntarme si esa idea de extender los fascículos del SEA al sistema escolarizado era correcta. Ello me remitía a una cuestión más general: ¿qué son los materiales didácticos, cómo deben estructurarse y cuál es su importancia en la enseñanza a nivel bachillerato? Aunque fueron diversos los problemas que enfrenté en esta nueva experiencia, considero como centrales los siguientes:

- ¿Qué son, cómo se estructuran y cuál es la importancia de los Materiales Didácticos en un proceso de enseñanza-aprendizaje a nivel medio superior?
- ¿Cuál es la importancia de los Materiales Didácticos en el área de Lenguaje y Comunicación en la enseñanza media superior?
- ¿Cómo elaborar y usar los Materiales Didácticos en el área de Lenguaje y Comunicación en la enseñanza media superior?
- ¿Qué tan correcta es la extensión de estos Materiales Didácticos del SEA al sistema escolarizado?

III. Respecto a los Materiales de Comunicación Educativa.

En un Sistema de Enseñanza Abierta se debe contar con materiales básicos para promover el autodidactismo y con materiales complementarios que sirvan de apoyo. Desde los inicios del Sistema de Enseñanza Abierta se crearon los módulos (material básico), las audiocintas y las videocintas (material complementario) para apoyar algunos temas de los distintos programas de estudio: su elaboración fue de acuerdo con los postulados de la tecnología educativa, el conductismo, y no pasaban de ser sólo una clase televisada. Ante la reforma de los planes y programas de estudio surgió la necesidad de reformular los materiales complementarios por lo que fui comisionada a finales de 1992 para analizarlos y plantear un nuevo modelo acorde con los lineamientos del constructivismo y el aprendizaje significativo. Los problemas que me guiaron en esta nueva experiencia fueron los siguientes:

-¿Qué errores didácticos tenían los anteriores materiales complementarios (audiocintas y videocintas)?

-¿Cómo deben elaborarse los Materiales de Comunicación Educativa?

-¿Cuál es la importancia de producir y llevar a la práctica educativa Materiales de Comunicación Educativa?

En la tercera parte examinaremos las respuestas que se dieron a estas interrogantes.

2.2. Objetivos de esta Memoria y Elementos para valorar la Enseñanza de la Comunicación y la Comunicación de la Enseñanza.

En esta parte del trabajo se presentan los objetivos que se pretenden desarrollar para describir y valorar mi desempeño profesional en el Colegio de Bachilleres: lo que he denominado ***una experiencia de educación y comunicación en el bachillerato***. En ese sentido, y a partir de la problemática definida anteriormente, a continuación proporciono los objetivos de este informe así como el marco general para realizar dicho examen y evaluación de mis experiencias de desempeño profesional en la educación media superior, en el Colegio de Bachilleres. Son tres grandes temáticas las que se pretenden presentar y examinar en este Informe, cada una con su problemática y elementos particulares que es necesario tomar en cuenta:

I. La enseñanza de la Comunicación en el Colegio de Bachilleres.

El objetivo es examinar la experiencia de enfrentar la enseñanza de la comunicación en el Colegio de Bachilleres, desde la elaboración del programa de estudios hasta su adecuación en un Material de estudio de comunicación para promover el autoaprendizaje. Se trata de examinar la experiencia de participar en la Comisión elaboradora de los programas de estudios de la materia de Taller de Análisis de la Comunicación, en las asignaturas de Taller de Análisis de la Comunicación I y II, ubicadas en el 5° y 6° semestres del Plan de estudios del Colegio de Bachilleres, así como en la elaboración de una Material de estudios de TAC I y II para el SEA. Para la consecución de estos objetivos es preciso determinar:

- a) La pertinencia de los contenidos programáticos de la materia de Taller de Análisis de la Comunicación.

- b) La pertinencia del sustento teórico de la materia de Taller de Análisis de la Comunicación.

c) Valoración del material de estudios básico para el Sistema de Enseñanza Abierta que instrumentó la materia de Taller de Análisis de la Comunicación.

II. Materiales Didácticos en el área de Lenguaje y Comunicación.

El objetivo es examinar la experiencia de producir materiales didácticos para el área de Lenguaje y Comunicación en el CB. Se trata de examinar la participación en la elaboración de fascículos para el área de Lenguaje y Comunicación (Taller de Lectura y Redacción I, fascículo 6; Taller de Lectura y Redacción II, fascículo 1; Taller de Análisis de la Comunicación I, fascículo 4; Taller de Análisis de la Comunicación II, fascículo 4). Para desarrollar este objetivo es necesario:

- a) Valorar la importancia de los fascículos en el proceso educativo.
- b) Valorar el modelo usado para la elaboración de fascículos.
- c) Valorar la aplicación del modelo para la elaboración de fascículos.

III. Materiales de Comunicación Educativa.

El objetivo es examinar la experiencia de analizar y evaluar los materiales didácticos complementarios que se usan en el SEA (audiocintas y videocintas) así como la propuesta de un modelo para producir Materiales de Comunicación Educativa. Se trata de examinar y valorar la tarea que se me comisionó para realizar el análisis y la evaluación de los materiales didácticos complementarios, así como la propuesta que presenté de un modelo para su renovación. Para lograr este objetivo se requiere:

- a) Valorar la pertinencia e importancia del modelo para producir Materiales de Comunicación Educativa.

b) Valorar los Materiales Didácticos complementarios que elaboraba y elabora el Colegio de Bachilleres.

Capítulo 3:

UNA EXPERIENCIA DE EDUCACION Y COMUNICACION EN EL BACHILLERATO

En esta parte del trabajo haremos una descripción y una valoración de las experiencias de mi desempeño profesional en las áreas anteriormente señaladas: la enseñanza de la comunicación en el CB, la producción de materiales didácticos y la elaboración de un modelo para producir Materiales de Comunicación Educativa.

3.1. La enseñanza de la Comunicación en el Colegio de Bachilleres.

3.1.1. Descripción.

3.1.1.1. Elaboración del Programa de Estudio del Taller del Análisis de la Comunicación.

A partir de septiembre de 1987 hasta febrero de 1988 participé en la comisión elaboradora de los programas de estudio de las asignaturas del Taller del Análisis de la Comunicación. Esta Comisión elaboradora de los Programas de la materia del Taller de Análisis de la Comunicación (TAC) se integró por los maestros del Colegio de Bachilleres: Pilar Rodríguez Juárez, Alfonso Pérez Morales, Lilia Márquez Balderas, Lorena Páez Aguirre, Carlos Zarrabal Robert, Héctor Torres Lima, José Arreguín Acosta. El asesor pedagógico del Departamento del Centro de Planeación Académica del CB fue José Sánchez Vargas. El asesor externo o de contenido fue el licenciado Javier Avila Guzmán, académico de la ENEP-UNAM Acatlán en el área de Comunicación.

El procedimiento para trabajar en esta Comisión fue el siguiente:

a) Revisión de enfoques teóricos sobre la Comunicación.

En esta fase realicé un examen crítico del programa anterior (Ciencias de la Comunicación); revisé la discusión sobre Comunicación y teoría social (UNAM, 1984) buscando un enfoque sistemático y crítico del fenómeno de la comunicación social; repasé el desarrollo de las teorías de la comunicación social -del funcionalismo a la teoría crítica y las perspectivas que este enfoque abrió en América Latina (Cf.: Piccini y Nethol 1984, Prieto 1979a y b y 1987, Moragas

1985, Mattelart 1976 y otros)- y, a partir de propuestas del asesor externo, conocí y empecé a estudiar la importante obra de Manuel Martín Serrano (principalmente dos complejos libros que apenas se conocían en nuestro país: La producción social de la comunicación 1984 y La mediación social 1978). Con ciertas reticencias, porque no conocíamos del todo esta teoría, se retomó este enfoque como el básico.

b) Capacitación para la elaboración de Programas de Estudio.

Se nos proporcionó un modelo para la elaboración de programas de estudio para el Colegio de Bachilleres. El asesor pedagógico aclaró las dudas y supervisó los trabajos.

c) Elaboración de contenidos programáticos y definición de la didáctica.

Una vez que contábamos con un lineamiento teórico establecido y consensado en la comisión, la Teoría Social de la Comunicación, procedimos a elaborar la retícula del programa de la materia, que se divide en dos asignaturas.

-En TAC I se decidió empezar con la mediación de la comunicación en la sociedad (unidad I), en la que se examinó el sistema de comunicación social, su interrelación con la sociedad y la mediación en los usos de la comunicación (informativo, reproductivo y contracomunicativo); posteriormente, se pretendía aplicar el modelo teórico anterior en el análisis crítico de los medios impresos en México (unidad II), determinando la producción, distribución y consumo de los periódicos y revistas; finalmente, como se buscaba pasar de la teoría al análisis crítico y de éste a la práctica, se planteó la producción de expresiones impresas alternativas (unidad III).

-En TAC II la unidad teórica comprendía la evolución de las formas de comunicación social y la problemática actual de la comunicación pública (unidad I); a continuación se analizó el proceso comunicativo en los medios radiofónicos y televisivos en México. Con la misma idea de pasar de la teoría al análisis y de

éste a la práctica, se concluyó con la producción de expresiones participativas (unidad III).

Posteriormente, acordamos que esta materia se instrumentara didácticamente como Taller, enfocando el curso a la adquisición de elementos teóricos que permitieran el análisis crítico de los mensajes de los medios de comunicación masiva así como la producción de mensajes con un carácter alternativo. Por eso decidimos que el programa de la materia se titulara "**Taller de Análisis de la Comunicación**".

d) Elaboración de los Programas de las asignaturas.

Contando con los contenidos programáticos y el enfoque didáctico, procedimos a la elaboración de la versión preliminar de los programas de TAC I y II. De acuerdo con la currícula de plan de estudios del CB la materia de TAC pertenecía al área optativa, con 6 créditos por asignatura y tres horas de clase por semana. El programa de estudios estaba estructurado con los siguientes apartados:

- Ubicación: describía el lugar de la materia en el Plan de Estudios, área de formación y la función de las materias optativas.
- Intención: explicaba la función que tiene la materia y las dos asignaturas además de señalar la utilidad que le reportaría al estudiante.
- Enfoque: presentaba la perspectiva teórica desde la que se estructuró el campo de conocimientos conjugada con una perspectiva didáctica sobre cómo debía enseñarse la materia.
- Contenidos: aquí se señalaban los temas y subtemas a desarrollar a partir de los objetivos.
- Objetivos: orientaban la operación de los contenidos, estableciendo los aprendizajes que se pretendía que desarrollara el alumno.
- Estrategias Didácticas: marcaban las actividades y procedimientos que profesores y alumnos llevarían a cabo para el desarrollo de los objetivos.

-Lineamientos de Evaluación: se daban los lineamientos para las modalidades de evaluación diagnóstica, formativa y sumativa que se practican en el CB.

-Reticula: representaba gráficamente los contenidos y las relaciones que se daban a nivel de unidad, temas y subtemas, así como la carga horaria para desarrollarlos.

-Bibliografía: aquí se daban las referencias bibliográficas y hemerográficas para apoyar el desarrollo del curso.

e) Se remitieron los Programas de las asignaturas TAC I y TAC II a los profesores para hacer observaciones.

Una vez que se terminó la versión preliminar del programa de TAC se mandó a las academias para que los maestros que daban Ciencias de la Comunicación lo analizaran y mandaran sus observaciones y propuestas a la Comisión elaboradora. Sin embargo, puesto que muchos maestros desconocían el enfoque de la Teoría Social de la Comunicación de Martín Serrano, hubo inconformidades pero sin alternativas programáticas, planteando la necesidad de un curso para conocer y manejar esta teoría.

f) Se consideraron las propuestas, que fueron de detalle, y se hizo una elaboración definitiva de los Programas de las asignaturas. El programa de TAC se oficializó en febrero de 1988. En el apartado sobre la valoración lo examinaremos críticamente.

Ver Anexo 1, en donde se presentan copias de los Programas de Estudio de las asignaturas de Taller de Análisis de la Comunicación I y II.

3.1.1.2. Elaboración de Materiales de Estudio del Taller de Análisis de la Comunicación.

Mis actividades no terminaron con la aprobación del programa de TAC: era necesario capacitar a los maestros para que lo conocieran y lo prepararan -en ese sentido fui comisionada por el Centro de Actualización y Formación de Profesores para impartir el curso de Conocimiento y Manejo del Programa de la asignatura de TAC I. Sin embargo, mi compromiso como representante académico del SEA derivó en la comisión para elaborar los Materiales de estudio de TAC I y II para el propio SEA, siguiendo el modelo establecido por la institución.

Como lo indicamos en el primer capítulo, en el Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) el estudiante planifica su estudio a partir de su tiempo; a diferencia de un sistema escolarizado en el que el maestro imparte la clase, el desarrollo de los contenidos programáticos en el SEA se encuentra en los materiales básicos a los que el estudiante debe recurrir. Cuando se desarrollaron los primeros Materiales de estudio se tomaba como modelo los textos diagramados y guías de estudio que seguían los lineamientos del conductismo y la tecnología educativa. Para el desarrollo de los Materiales de estudio que elaboré se siguieron las siguientes bases teórico-metodológicas formuladas en el Manual de Procedimientos Para la Elaboración de Materiales Didácticos (COSEA,1987), que establecen lo siguiente:

- El estudiante se concibe como un sujeto activo, constructor de su propio conocimiento. Se requiere, en consecuencia, de una constante interacción entre el sujeto y aquello que va a conocer (epistemología constructivista).
- El proceso de aprendizaje se piensa como determinado por las condiciones histórico-sociales, las condiciones individuales de vida, así como por sus relaciones afectivas y emocionales en las que se encuentra inmerso el estudiante
- El proceso de enseñanza, entonces, debe fomentar en el estudiante un carácter crítico y responsable ante su sociedad.
- En un Sistema de Enseñanza Abierta se debe propiciar necesariamente el autoaprendizaje. Es por ello que el diseño, la planificación, la orientación, la

asesoría, y, sobre todo, los diversos Materiales de estudio (básicos y complementarios) deben promover el autoaprendizaje.

Para el diseño de los Materiales de estudio también se creó un Modelo de Enseñanza-Aprendizaje en el que se consideran los procesos relevantes por los que pasa un estudiante en su aprendizaje, constituido por cuatro fases, a saber:

-Inducción: pone en contacto al estudiante con el material que va a estudiar, lo contextualiza y motiva para el iniciar su aprendizaje.

-Estructuración: desarrolla los contenidos de la asignatura de manera sistemática

-Consolidación: reafirma lo aprendido a partir de la aplicación y generalización de los temas vistos en el material.

-Retroalimentación: permite la contrastación entre los conocimientos iniciales y los que adquirió como parte de su proceso de aprendizaje, así como su autoevaluación.

Siguiendo estas orientaciones y este modelo, elaboré para el SEA dos Materiales de estudio, el primer de 277 páginas y el segundo de 199, en los que desarrollé las asignaturas de TAC I y II. El proceso de elaboración no fue nada fácil: el programa era nuevo por lo que ni yo ni nadie lo había "instrumentado", además incorporaba una teoría prácticamente desconocida en nuestro país (la "mediación social" de Martín Serrano), con un enfoque teórico-práctico (taller) y graves faltas de precisión en sus contenidos programáticos (sobre todo en TAC II). Es por ello que a la hora de elaborar estos Materiales de estudio para el SEA fue necesario hacer ajustes y aclaraciones sobre los mismos que debieron ser explicadas ante las instancias superiores correspondientes. Para dar una idea de la complejidad de esta tarea (traducir, investigar y desarrollar un programa; darle una forma didáctica propia de un sistema de enseñanza abierto; justificar el trabajo realizado) presento algunos documentos que pretendían esclarecer y razonar las adecuaciones que se hicieron al programa de TAC en el desarrollo del Material de estudios que se hizo para el SEA:

“Aclaración de las modificaciones realizadas en el programa de TAC I para la Guía de estudios del SEA.

Consideraciones Preliminares.

1º El programa de la asignatura de TAC I se elaboró considerando centralmente al sistema escolarizado. El Enfoque enfatiza orientaciones didácticas que pueden llevarse a cabo en el sistema escolarizado, pero no en el Sistema de Enseñanza Abierta (SEA). Se habla por ejemplo, de dinámicas de grupo, de investigaciones o experiencias comunicativas de los alumnos, de una permanente interacción entre maestros y estudiantes, etc. (cf. Programa, pp. 8-10). Como representante del SEA en la formulación del programa expuse las modalidades, las limitaciones y diferencias entre ambos sistemas del Colegio de Bachilleres. Siempre se tuvo presente la necesidad de hacer adecuaciones para el SEA. Sobre todo en el momento de hacer el material de estudio. Esa necesidad la asumió la comisión que elaboró el programa.

2º En el SEA, como se sabe, no hay un proceso de enseñanza-aprendizaje como se lleva en las aulas del Colegio de Bachilleres. No son posibles las dinámicas de grupo, ni las investigaciones, ni las tareas para ser utilizadas en las clases; no existe la posibilidad de que el maestro parta de las experiencias inmediatas para remontarse a niveles teóricos-explicativos. El SEA se apoya fundamentalmente en el autoaprendizaje, a partir de ciertos textos básicos como los Materiales de estudio. Esta peculiaridad del sistema exige que los Materiales de estudio estén sólidamente vertebradas tanto en las teorías como en una estrategia didáctica adecuada. Por esta necesidad, la exposición teórica requirió de más especificaciones para mantener la coherencia de la teoría social de la comunicación; por otro lado, haciendo las adecuaciones pertinentes se intentó preservar la orientación didáctica, el enfoque teórico-metodológico-práctico. Por la operación del SEA, en el Material de Estudio se proporciona un marco teórico del cual se desprende una metodología, que pide que el alumno lleve a la práctica el análisis de sus experiencias comunicativas.

1º Formal: Los temas mencionados son congruentes con los objetivos 2.1 y 2.2, en los cuales, por cierto, se insiste en la interacción entre alumno-maestro, situación inexistente en el SEA (cf.p.13)

2º Contenido: Además de remitir a la anterior justificación de contenido para la unidad (estudiar globalmente el proceso comunicativo de los medios impresos y no sólo las expresiones), se hacen dos observaciones de detalle:

-En el título del tema 2.1 se habla de "elementos del proceso comunicativo en las expresiones", cuando en estas últimas no hay elementos puesto que ellas mismas son elementos junto con los emisores, los mensajes, etc., de un proceso comunicativo global. Se trata de examinar los elementos de un proceso comunicativo promovido por los medios impresos de comunicación de masas.

-En el título del tema 2.2 se habla de la "mediación en sus diversos momentos" sin mayor especificación. Por supuesto, y aquí el objetivo 2.2 es claro, se trata de estudiar la mediación en los medios impresos mexicanos.

En estos objetivos (2.1 y 2.2) se insiste en la interacción profesor-estudiante, lo cual no es posible en el SEA. Con todo, en la guía se hace un "análisis... sobre el proceso comunicativo y sus elementos en los medios impresos"; e incluso en las actividades de consolidación de la misma, se propone que el estudiante identifique "las características de los elementos del proceso comunicativo en las expresiones de la prensa escrita mexicana". Asimismo, en la guía se "indaga" la producción, la distribución y el consumo de la prensa escrita mexicana. En tal sentido se afirma que se preserva, con la adecuación necesaria al SEA, la orientación didáctica.

A nivel subtemas.

Si en los otros niveles sólo se hacen precisiones terminológicas, en los subtemas razones de exposición didáctica y la lógica de la teoría social de la comunicación "obligan" a precisar y explicitar contenidos básicos para cumplir con todos los objetivos de esta unidad (2, 2.1, 2.2).

Justificación:

1º Formal: Los subtemas precisados en la guía son congruentes con los objetivos 2, 2.1, 2.2.

2º Contenido:

Razones didácticas: si se van a estudiar los elementos del proceso comunicativo promovido por los medios impresos es necesario clarificar previamente cuáles son los medios impresos: Clasificar los medios impresos. Una vez hecho esto, es posible caracterizar los elementos de los medios impresos en nuestro país: Medios impresos mexicanos.

Lógica de la teoría social de la comunicación: para estudiar la mediación en los medios impresos mexicanos es necesario hacerlo fijando una metodología y determinando su funcionamiento en los diferentes medios impresos. Por ejemplo: la Mediación en las historietas y revistas, y la Mediación en los periódicos.

Por otro lado, los subtemas propuestos se engloban en la secuencia didáctica que la teoría exige. No hay, en consecuencia, alteraciones o cambios en la secuencia original. Existe, por lo contrario, una especificación que el desarrollo teórico y didáctico del programa exige. Se enfatiza lo que la lógica de la teoría exige y lo que las razones didácticas obligan. Sobre la implicación en los aprendizajes, cabe hacer notar que se le proporcionan al alumno herramientas para que las lleve a la práctica en su vida diaria. Finalmente, la amplitud y profundidad de los contenidos (tema espinoso y difícil de asir con precisión), se establece por los objetivos operacionales que sustentan al trabajo de la guía.”

(Presentadas al Centro de Planeación Académica del CB, en abril de 1988)

-Estructura Didáctica del Material de Estudio Para el Sistema de Enseñanza Abierta

A continuación explicaré la estructura didáctica y formal que contiene el Material de Estudio del Sistema de Enseñanza Abierta:

- El contenido general de la asignatura se presenta en un índice, en el que se da a conocer al estudiante los contenidos y la forma en que están organizados para su aprendizaje.
- Instrucciones para el estudiante: indican el proceso metodológico que debe seguir para abordar la asignatura.
- Presentación general: ubica a la asignatura en el Plan de Estudios y su relación con otras asignaturas, señala qué se va a estudiar y cuál es su importancia en el campo de conocimientos.
- Propósito general: presenta el objetivo general que se pretende que alcance el estudiante al concluir el estudio de la asignatura,
- Contenido de la Unidad: presenta el contenido particular que se va a estudiar en la unidad con el fin de que el estudiante centre su atención sobre lo que va a conocer.
- Propósito de la Unidad: orienta el desarrollo de contenido particular de la unidad y pretende generar interés en los conocimientos y habilidades que adquirirá.
- Introducción a la Unidad: es la exposición breve del contenido que se va a estudiar a lo largo de la unidad.
- Cuestionamiento guía del contenido: orienta al estudiante para movilizar sus estructuras internas, es además un impulso hacia la búsqueda de nuevos conocimientos, a la solución de problemas o la explicación de fenómenos.
- Desarrollo del contenido: es la estructuración de los conocimientos que va adquirir el estudiante.
- Actividades de consolidación y lineamientos de respuesta: permiten que el estudiante logre estructurar el conocimiento y desarrolle sus estructuras cognitivas, para ello se plantean preguntas o ejercicios que tienen una relación directa con lo que se está tratando.

-Explicación integradora: señala en forma breve la relación y vinculación de los conceptos vistos en la unidad

-Autoevaluación y lineamientos de respuesta: consolida el aprendizaje a partir de preguntas o ejercicios orientados hacia la aplicación de los conocimientos adquiridos, además permite comprobar al estudiante su avance en el logro de los objetivos de unidad.

-Estructura de contenido del Material de estudio para TAC I y II del SEA

A continuación reseñaré las investigaciones y el desarrollo de los contenidos del Material de estudio para TAC I y TAC II del SEA. Empezaremos con TAC I.

Después de una presentación general y de señalar el propósito de la materia de TAC, se aborda la Primer Unidad: "La mediación de la comunicación en la sociedad". Se abre con un Cuestionamiento-guía y una introducción a la Unidad, se indican sus tres temas con un cuadro. El primero, "1.1. El Sistema de Comunicación Social", se concreta en dos subtemas: "1.1.1. Elementos del Sistema de Comunicación: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones", desarrollado a partir de unas copias de un texto de Serrano ("Elementos del Sistema Comunicativo", s/r) que posteriormente publicó en Teoría de la Comunicación (UNAM, ENEP-Acatlán 1991), y "1.1.2. Tipos: Comunicación Privada y Comunicación Pública", que se derivó de la primera parte de La producción social de comunicación de Serrano. Aunque los textos de Serrano son claros, fue necesario resumirlos y exponerlos de una manera sencilla y esquemática, con muchos ejemplos. El segundo tema, "1.2. Las interrelaciones entre los Sistemas de Comunicación y el Sistema Social", se desarrolló a partir del capítulo 2 de la primera parte de La producción social de comunicación, introduciendo varias citas de esta obra. Todavía pensaba que el Material que estaba elaborando debía ser una especie de "antología" de textos con cierta forma didáctica, después me quité esta idea. El tercer tema, "1.3. La mediación en los usos de la comunicación", se desarrolló a partir de otra obra de Serrano: La mediación social (de la que sólo tenía fotocopias). Como se trataba de ofrecer las

herramientas analíticas para estudiar la mediación comunicativa, se ligó el "uso reproductivo" con la "mitificación" y la "ritualización" de los productos comunicativos que Serrano explica en la segunda parte de La producción social de comunicación. Se introduce como ejemplo de mediación comunicativa un pasaje de Florence Toussaint sobre la programación televisiva de la obra colectiva Televisa: el quinto poder (1985).

En la Segunda Unidad, "El proceso comunicativo en los medios impresos", se plantean dos temas generales: "2.1. Elementos del proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos", que se descompuso en dos subtemas: "2.1.1. Clasificación de los Medios de Comunicación de Masas", desarrollado retomando categorías que Serrano expone en La mediación social (abstractos/icónicos, acrónicos/sincrónicos, particulares/generales), y "2.1.2. Los medios impresos mexicanos", en los que no sólo se clasifican sino que se expone una breve y panorámica historia de estos medios en nuestro país derivada de una investigación bibliográfica apoyada en textos de Pablo Arredondo y Enrique Sánchez (Comunicación social, poder y democracia en México, 1987) María del Carmen Ruiz Castañeda (La prensa, pasado y presente, 1987), Fátima Fernández Christlieb (Los medios de difusión en México, 1982), Carlos Monsiváis (A ustedes les consta, 1980), María del Carmen Reyna (La prensa censurada durante el siglo XIX, 1987) y otros. El otro tema general de esta Unidad fue: "2.2. La mediación en los medios impresos mexicanos". Se empezó replanteando la idea de mediación reforzándola con la Retórica y comunicación masiva (1979) de Daniel Prieto, y se desarrollaron sus dos subtemas: "2.2.1. Mediación en historietas y revistas" y "2.2.2. Mediación del mensaje periodístico". Se expuso el origen y desarrollo de la historieta para luego examinar sus formatos ritualizados y sus contenidos mitificados, apoyándome en los textos de Oscar Masota (La historieta en el mundo moderno, 1970), Rius (La vida de cuadritos, 1978), Irene Hemer (Mitos y monitos, 1979), Armand Mattelart (Los medios de comunicación de masas, 1976, y su clásico escrito con Dorfman Para leer al Pato Donald, 1972), y otros. También se planteó una breve historia de las revistas en nuestro país para luego

-Explicación integradora: señala en forma breve la relación y vinculación de los conceptos vistos en la unidad

-Autoevaluación y lineamientos de respuesta: consolida el aprendizaje a partir de preguntas o ejercicios orientados hacia la aplicación de los conocimientos adquiridos, además permite comprobar al estudiante su avance en el logro de los objetivos de unidad.

-Estructura de contenido del Material de estudio para TAC I y II del SEA

A continuación reseñaré las investigaciones y el desarrollo de los contenidos del Material de estudio para TAC I y TAC II del SEA. Empezaremos con TAC I.

Después de una presentación general y de señalar el propósito de la materia de TAC, se aborda la Primer Unidad: "La mediación de la comunicación en la sociedad". Se abre con un Cuestionamiento-guía y una introducción a la Unidad, se indican sus tres temas con un cuadro. El primero, "1.1. El Sistema de Comunicación Social", se concreta en dos subtemas: "1.1.1. Elementos del Sistema de Comunicación: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones", desarrollado a partir de unas copias de un texto de Serrano ("Elementos del Sistema Comunicativo", s/r) que posteriormente publicó en Teoría de la Comunicación (UNAM, ENEP-Acatlán 1991), y "1.1.2. Tipos: Comunicación Privada y Comunicación Pública", que se derivó de la primera parte de La producción social de comunicación de Serrano. Aunque los textos de Serrano son claros, fue necesario resumirlos y exponerlos de una manera sencilla y esquemática, con muchos ejemplos. El segundo tema, "1.2. Las interrelaciones entre los Sistemas de Comunicación y el Sistema Social", se desarrolló a partir del capítulo 2 de la primera parte de La producción social de comunicación, introduciendo varias citas de esta obra. Todavía pensaba que el Material que estaba elaborando debía ser una especie de "antología" de textos con cierta forma didáctica, después me quitó esta idea. El tercer tema, "1.3. La mediación en los usos de la comunicación", se desarrolló a partir de otra obra de Serrano: La mediación social (de la que sólo tenía fotocopias). Como se trataba de ofrecer las

examinar la mediación en las revistas femeninas, apoyándome en las obras de Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo (Compropolitan, 1980), Carola García Calderón (Revistas femeninas. La mujer como objeto de consumo, 1980) y Luis Lorenzano (La publicidad en México, 1985). Para la "mediación del mensaje periodístico", después de exponer rasgos de los formatos y géneros periodístico - desarrollados a partir de Martín Vivaldi (y sus Géneros periodísticos), de Carlos Marín y Vicente Leñero (Manual de periodismo, 1986) y otros-, se expuso la ritualización y mitificación de los diez periódicos más importantes de la ciudad de México. Se solicitó a los archivos hemerográficos del CB un mes de los diez principales diarios del D.F. Ya que contaba con esa enorme columna de material en mi casa, después de clasificarla y ordenarla, analicé de esa muestra periodística las tendencias políticas y las mitificaciones ideológicas que promovían; también medí el número de noticias (distinguiendo la información nacional, la deportiva y la de entretenimiento y cultura), la publicidad, la organización por secciones, los apoyos icónicos, los géneros periodísticos utilizados. Las conclusiones se pusieron en el Material y se propuso una metodología para el análisis de los medios impresos.

Finalmente, en la Tercer Unidad, "Medios impresos alternativos", se desarrollaron dos subtemas: "3.1.1. Técnicas de producción de medios impresos alternativos", en la que se expusieron los procedimientos para la elaboración de carteles, periódicos murales y volantes; en el "3.1.2. Producción de mensajes impresos alternativos" se guía al estudiante para que "tome la palabra en el proceso comunicativo y asuma el papel de actor emisor para producir sus propias expresiones impresas alternativas". Me sirvieron de apoyo materiales elaborados por organizaciones sindicales y no gubernamentales.

El desarrollo de los contenidos programáticos de TAC II en el Material de estudios para el SEA se da de la siguiente manera: la Primera Unidad, "Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación social en la comunicación pública actual", se divide en dos grandes temas: "1.1. Evolución de las formas y medios de comunicación", expuesta a partir del capítulo

3 de la primera parte de La producción social de comunicación, y "1.2. Problemática actual de la comunicación pública". Este último tema se subdividió en: "1.2.1. Comunicación de masas y capitalismo" -en donde se resumieron concepciones de Armand Mattelart (Los medios de comunicación de masas, 1976)- y "1.2.2. Medios de comunicación de masas y líneas de avance tecnológico", en las que fue preciso corregir los vagos contenidos del programa y retomar las ideas que Serrano desarrolla en el capítulo 4 de la primera parte de La producción social de comunicación (progreso de la sincronía, de la carga icónica y del rebasamiento de las barreras geográficas de los medios de comunicación de masas, con sus respectivas disfunciones).

La Segunda Unidad, "El proceso comunicativo en las expresiones de medios radiofónicos o televisivos mexicanos", se dividió en dos grandes temas: "2.1. Medios radiofónicos y televisivos en la sociedad mexicana" y "2.2. El proceso comunicativo radiofónico y televisivo a partir de sus expresiones". Aunque el programa dejaba como optativo el examen de los medios radiofónicos o televisivos, decidí exponer la mediación comunicativa en ambos medios para dar una más amplia y más clara explicación de este fenómeno. Ello, por supuesto, implicó más trabajo e investigación. En el primer tema expuse de manera sucinta la historia de la radio y la televisión en nuestro país. Después recapitulé sobre la mitificación y la ritualización para una lectura ideológica de estos medios. Finalmente examiné los "formatos ritualizados y los contenidos mitificados en la Radio y la Televisión en México". Resultaron de gran utilidad los libros de Pablo Arredondo y Enrique Sánchez (el ya citado Comunicación social, Poder y Democracia en México) y el de Fátima Fernández Christlieb (el también ya referido Los medios de difusión en México), pero también la obra de Reynaldo Pareja ("El nacimiento de la radio", en Comunicación y Cultura 8), Rosalía Velázquez Estada ("El Estado y la Radiodifusión", en Connotaciones 1), Angelina Gutiérrez (Las relaciones de producción en los medios masivos de comunicación, 1988), Mariano Cebrián (La mediación técnica de la información, 1983), Alma Rosa Alva de la Selva (su Radio e Ideología, 1982, pero también el más rico

estudio colectivo de Perfiles del cuadrante, 1989, que coordina con María Antonieta Rebell), las obras coordinadas por Raúl Trejo Delabre sobre Televisa (Televisa: el quinto poder y Las redes de Televisa, 1975) y la que coordinaron Bernal Sahagun y Jacques Torreblanca (Espacios de silencio, 1988). Me deshice de la columna de periódicos y a la par que releía, resumía y escribía estos temas, investigaba el cuadrante de la radio de la ciudad de México así como la programación televisiva (ayudándome de teleguías y revistas de este tipo) para ilustrar la mediación comunicativa en estos medios. Fue un trabajo agotador pero satisfactorio.

En la última parte, la Tercer Unidad, "Expresiones participativas", desarrollé algunas técnicas de producción para audiovisuales, transparencias, diaporamas, guiones radiofónicos. Me apoyé en algunos materiales del ILCE y obras como El sonido de la radio y otros. Había pensado integrar elementos de la Comunicación Alternativa (como la plantean Máximo Simpson y otros en Comunicación alternativa y cambio social, 1981) pero me pareció excesivo.

En el apartado sobre la valoración, y contando con una evaluación de los programas de estudios de TAC I y II, haremos una evaluación de este Material de estudios de TAC I y II realizado para el SEA.

Ver Anexo 2 que incluye los Materiales de estudio de TAC I y II para el SEA.

3.1.2. Valoración.

3.1.2.1. Programa de estudios del Taller de Análisis de la Comunicación.

Aunque el programa de estudios de Taller de Análisis de la Comunicación fue sin duda más avanzado que el anterior -Ciencias de la Comunicación-, por la intención de superar el enfoque fragmentario y teorista del que adolecía el otro, proponiendo una teoría integral de la comunicación social que servía de sustento para la crítica, el análisis y la producción de expresiones alternativas, lo cierto es que también resultó un programa con graves fallas.

El programa de estudios de la asignatura de TAC I, como lo señalamos anteriormente, contaba con los siguientes elementos: ubicación, intención, enfoque, contenidos, objetivos, estrategias didácticas, lineamientos de evaluación, retícula, bibliografía. Se ubicó dentro de las materias optativas, en el quinto y sexto semestres, en el área de Lenguaje y Comunicación cuya intención es la siguiente: "Generar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos -en español y otra lengua- tanto a nivel oral como escrito, a través del análisis de los mismos y de la práctica de los medios y sistemas de comunicación, para acercarse a conocimientos básicos de otras áreas y de la cultura en general, y acceder a aprendizajes más complejos." Se planteaba a TAC como la culminación de las materias antecedentes -Taller de Lectura y Redacción y Literatura- en "el desarrollo de la capacidad de informarse y el uso de códigos diferentes, aplicándolos ahora al análisis y estudio de mensajes en la práctica comunicativa." Se señala que en TAC I se estudia la comunicación en los medios impresos mexicanos proporcionando los elementos teóricos para el análisis y la producción de expresiones impresas. Se señala como intención de TAC I lo siguiente: se pretende que el alumno "a) amplie y profundice su conocimiento acerca del lenguaje escrito, en el contexto del estudio y práctica de la comunicación; b) conozca y valore la función mediadora de la comunicación pública en la vida cotidiana; c) logre una mejor integración personal y una mayor comprensión de sus roles en la sociedad al reflexionar en grupo, sobre la práctica alternativa de la comunicación a partir de sus expresiones cotidianas." Se reivindica un "enfoque teórico-metodológico-práctico" que busca integrar "un panorama del papel de la comunicación dentro de la sociedad" articulando diversas perspectivas de análisis de la comunicación colectiva. Retomando la concepción de Manuel Martín Serrano, sin mencionarlo, se plantea la necesidad

de examinar la interrelación entre el sistema comunicativo predominante, la comunicación pública, y la formación social mexicana, determinando la "mediación social" o reproducción ideológica que promueven los medios de comunicación de masas y el triple uso de los mensajes de los medios (informativo, reproductivo y contracomunicativo). Por todo ello, la didáctica debía ir de lo concreto a lo abstracto y de éste a lo concreto. Antes de pasar a la exposición de las últimas partes del programa (los contenidos, objetivos, estrategias didácticas, lineamientos de evaluación, retícula y bibliografía), se señalan de manera general las unidades del primer curso (TAC I): "1. La mediación de la comunicación en la sociedad. 2. El proceso comunicativo en las expresiones de medios impresos mexicanos. 3. Expresiones impresas alternativas." Hasta aquí el programa resulta claro y coherente.

La primera unidad tenía sólo tres temas ("1.1. El sistema de comunicación social. 1.2. Las interrelaciones entre los sistemas de comunicación social. 1.3. La mediación en los usos de la comunicación"), el primero con dos subtemas y los otros con tres subtemas cada uno. La segunda unidad contaba sólo con dos temas ("2.1. Elementos del proceso comunicativo en las expresiones de los medios impresos mexicanos. 2.2. La mediación en sus diversos momentos"), cada uno con tres subtemas. La tercera unidad tenía también solo dos temas (3.1. Producción de expresiones impresas alternativas. 3.2. Recapitulación"), cada uno con dos subtemas. No era un programa sobrecargado que podía recaer en el teoricismo. Las estrategias didácticas, establecidas de manera general, recomendaban diversas actividades grupales e individuales por parte de los alumnos, reforzando el carácter crítico-analítico y práctico del curso. Sin embargo, la articulación entre Contenidos y Objetivos no resultó muy afortunada a lo largo de los dos programas: por un lado, para descifrar y desarrollar los Contenidos era necesario conocer la teoría de Martín Serrano (que, al parecer, sólo la Comisión elaboradora del programa medio conocía); por el otro, los objetivos planteaban un mágico salto intuitivo por parte de los alumnos que los suponía capaces de captar por sí mismos la teoría. El peso dado a la teoría comunicativa de Serrano así como la relación entre Contenidos y Objetivos, aparte de otros detalles menores (imprecisiones terminológicas y conceptuales), fue lo más problemático de este programa de estudios -el cual, al menos en TAC I, resultaba avanzado en relación al anterior y a otros programas de nivel medio superior, ya que proporcionaba tanto una visión global del papel de los medios

de comunicación de masas en la sociedad como elementos críticos y analíticos importantes

Otra situación fue la del programa de TAC II: aunque repite exacta y literalmente los mismos elementos del programa de TAC I en todo lo relativo a ubicación, intención, y enfoque, cuando llega a los Contenidos y Objetivos se vuelve ambiguo, impreciso y hasta incoherente. Se divide también en tres unidades ("1. Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación social en la comunicación pública actual"; "2. El proceso comunicativo en las expresiones de medios radiofónicos o televisivos mexicanos"; "3. Expresiones participativas"), cada una con dos temas, que a su vez cuentan con dos o tres subtemas. La articulación entre el título de cada unidad y su objetivo general, por un lado, y los contenidos (con sus temas y subtemas) y objetivos por temas, por el otro, se vuelven problemáticas. El título de la unidad I, "Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación social en la comunicación pública actual", no concuerda con lo dicho en el objetivo general de la unidad, que dice: "El alumno conocerá la problemática de la comunicación pública actual, como consecuencia del desarrollo histórico de las formas y medios de comunicación para adquirir nociones conceptuales básicas y posibilitar su aplicación posterior." Mientras el título apunta a las consecuencias del desarrollo de los medios de comunicación pública, el objetivo general pone a la comunicación pública actual como consecuencia del desarrollo de las formas y medios de comunicación. Esta imprecisión conceptual se amplía cuando en el segundo tema de esta unidad se apuntan como "problemática actual de la comunicación pública" los siguientes extraños subtemas: "1.2.1. Acontecer social y comportamiento individual"; "1.2.2. Naturaleza y tecnología"; y "1.2.3. Instantaneidad de la comunicación y presencia simultáneas de los actores". Si para comprender cabalmente y descifrar los contenidos de TAC I resultaba imprescindible conocer la teoría de Serrano, estos subtemas estaban cifrados hasta para la mayoría de los miembros de la Comisión elaboradora (por cierto, a la hora de desarrollar estos subtemas en los Materiales de estudio para el SEA los tuve que "interpretar" de acuerdo a Serrano). Más allá de las imprecisiones y la recaída teoricista en esta primera unidad de TAC II, lo cierto es que estos temas debían estar integrados al comienzo de TAC I. Después de examinar los medios impresos, lo consecuente era estudiar los medios radiofónicos y luego los televisivos. De hecho, se retoma el hilo en la segunda unidad, pero dejando optativo el estudio de los medios radiofónicos o de los televisivos. Se deja de lado

el eje fundamental de la teoría de Serrano -la mediación social- y se propone estudiar (primer tema) estos medios con los imprecisos ejes fijados en la unidad anterior, ahora conectados con la producción, la distribución y el consumo. Posteriormente (segundo tema), se sustituye el estudio de estos medios por sus expresiones, pasando sin congruencia alguna del discurso a las redes monopólicas y de éstas a las representaciones (denotativas y connotativas). El programa de estudios de TAC II se desdibuja todavía más en la tercer y última unidad, en la cual apunta como tema y objetivo central la elaboración de "expresiones participativas", sin definir medios ni formas de comunicación alternativa.

Todos estos defectos salieron a flote en el momento mismo en que se pretendía desarrollar e instrumentar este programa, como me sucedió a la hora de elaborar el Material de estudios de TAC I y II para el SEA.

No obstante, si algo debiera quedar fuera de la discusión en la vértebra teórica del programa de TAC es el sustento en la Teoría Social de la Comunicación de Manuel Martín Serrano. Este estudioso español de la comunicación ha elaborado una de las más importantes y consistentes propuestas teóricas de los últimos años. A mediados de los ochentas la obra de Manuel Martín Serrano era prácticamente desconocida en nuestro país, pero en la España postfranquista ya se reconocía y valoraba su importancia (por ejemplo, en 1984 la revista Anthropos le dedicaba un número monográfico).

Con diversos estudios e investigaciones previas así como una sólida y amplia formación cultural que le permitía ir de la literatura a la filosofía, de la sociología al psicoanálisis, de la semiótica a la comunicación, Manuel Martín Serrano da forma a una Teoría Social de la Comunicación en su voluminoso libro: La producción social de comunicación (1986). En esta obra -como lo aclara en la Introducción- se propone investigar las relaciones entre la sociedad y la comunicación abriendo un nuevo campo de estudios. Distingue una Teoría (general) de la Comunicación, que estudia las interacciones expresivas sean entre Actores animales o humanos, y una Teoría Social de la Comunicación que se ocupa de investigar todo el proceso que implica una información que se produce, distribuye y usa en forma institucionalizada, que refiere acontecimientos que interesan a la comunidad. No sólo rechaza los términos de "comunicación social" (por cierto, usado sin muchos rigor tanto en el programa como en el Material de estudios) porque se han asociado con concepciones propagandistas y

manipuladoras del funcionalismo norteamericano, sino porque no ayudan a esclarecer la relación entre la sociedad y la comunicación: toda comunicación humana, incluso si es privada, es social; además, no sólo la comunicación tecnológicamente mediada es pública ya que en el pasado existieron formas de comunicación pública sin usar instrumentos tecnológicos mediadores. En la primera parte de la obra que estamos comentando coloca los fundamentos para una teoría social de la comunicación, enlazándola con otras teorías que interpretan las interacciones entre el orden social y las visiones del mundo. En ese sentido, retoma la dimensión enculturizadora como función central de la comunicación pública al proporcionar relatos en los que se propone una interpretación del entorno que relacionan sucesos con creencias básicas para la reproducción del sistema social. Cuestionando determinismos y voluntarismos, conecta la comunicación pública con la Teoría de la Mediación Social (desarrollada ampliamente en otra importante obra anterior: La Mediación social). Desde esa perspectiva determina los campos (superestructural, estructural, infraestructural) de las afectaciones entre la Comunicación Pública y el Sistema Social y su tendencia a acoplarse para la reproducción de la sociedad material e ideológicamente; distingue varios tipos históricos de sistemas de comunicación pública: comunicación asamblearia, por emisores, por redes de distribución de mensajes y medios de comunicación de masas; formula ciertas leyes generales para estos sistemas de comunicación pública -según las cuales uno de ellos se vuelve dominante y funciona mientras exista un ajuste entre información pública, organización social y acción social- y plantea la necesidad de pensar la relación entre el sistema social y el sistema de comunicación pública como Modo de Producción de la Comunicación Pública: "Por 'modo de producción de comunicación' designo la manera en la que cada Formación Social se apropia de la información pública."(p.82) Establece, entonces, los rasgos del Modo de Producción de Comunicación propio de las Formaciones Sociales Capitalistas, que comunica por técnicas de producción y distribución masiva de información y cuya función primordial es "la apropiación social de la dimensión referencial del mundo" para avanzar en su apropiación material. Caracteriza asimismo las líneas de avance tecnológico de este modo de producción con sus disfunciones: al reducir el tiempo entre la elaboración de la noticia y su recepción (aumento de sincronía) se promueve el "presentismo" (la sobrevaloración de la nota de actualidad); al incrementarse las expresiones icónicas en los productos comunicativos se afecta la cognición de los mensajes (la capacidad de organizar y

relacionar la información); al traspasar los mensajes de los Medios de Comunicación de Masas las barreras geográficas se refuerzan fenómenos de transculturización y colonialismo cultural. Detecta también las contradicciones que atraviesan a este sistema comunicativo: quienes controlan los Medios necesitan utilizar todas sus capacidades expresivas y, al mismo tiempo, deben limitarlas. En la segunda parte de La producción social de comunicación Martín Serrano hace el "planteamiento teórico y metodológico para el estudio de la producción social de comunicación", replanteando la mediación comunicativa como una consonancia entre el entorno y las representaciones que se logra porque la Comunicación Pública media entre el Sistema de Referencias y el Sistema Cognitivo; aunque reconoce una autonomía de cada uno de estos elementos, examina sus mutuas afectaciones en "la producción social de comunicación". En ésta existe una "selección de aconteceres públicos", entendiendo por éstos todo lo que ocurre y afecta a grupos sociales que se selecciona y difunde en los medios, y un producto comunicativo elaborado de "modo objeto", que permite una "mediación estructural", y de "modo cognitivo", que posibilita una "mediación cognitiva". La mediación estructural remite el acontecer imprevisto a una forma prescrita de presentarlo -a una forma reiterada y, por ello, ritualizada-; la mediación cognitiva relaciona el acontecer a ideas y valores sociales reproductivas -a creencias y, en ese sentido, mitificaciones-. Mientras el análisis formal de los productos comunicativos debe develar los ritos, el análisis de contenido desenmascara los mitos que producen y difunden los Medios de Comunicación Masiva. Las tres últimas partes del libro están dedicadas a una investigación de "la producción social de comunicación" en la transición española del franquismo a la monarquía constitucional.

Pese a todas las objeciones que se levanten contra el programa de estudios de TAC, su sustento teórico -la teoría social de la comunicación desarrollada por Manuel Martín Serrano- proporcionaba una visión global y crítica del funcionamiento de los Medios de Comunicación de masas en las sociedades contemporáneas como los elementos para realizar análisis críticos de los productos comunicativos. Por esa razón no fue difícil retomar dentro de este marco general los análisis ideológicos realizados en América Latina por Armand Mattelart y Daniel Prieto, o los estudios de caso como los que se habían hecho sobre la publicidad, revistas femeninas, los cómics, las telenovelas, la radio, etc. Tal vez esta teoría peca de reproductorista, pero es innegable su alto nivel crítico y

analítico. Además, desde esta perspectiva crítica tenía sentido la propuesta de producir medios de comunicación alternativos y participativos (periódicos murales, revistas, contracomerciales, etc.). Si el programa de estudios del Taller de Análisis de la Comunicación fue una experiencia importante, lo fue por la tentativa de traducir la teoría desarrollada por Manuel Martín Serrano para los Medios de Comunicación de Masas. Para valorar y ubicar dentro de sus límites esta teoría, introduzco una reflexión posterior elaborada como reporte de un curso sobre Teorías de Comunicación Social en el que participé en el mes de julio de 1996:

¿Teorías de la comunicación de masas o un enfoque teórico crítico para la producción social de la comunicación?

I

Algunos estudiosos y docentes de la comunicación social parecen haber renunciado a la defensa y construcción de un enfoque teórico crítico en la investigación de la producción, distribución, uso y consumo de mensajes de las industrias culturales, planteando, en cambio, que existe un campo y un objeto de estudios que puede ser abordado por diversas "teorías de la comunicación de masas" (eso sostiene José Carlos Lozano Rendón en su texto Teoría e investigación de la comunicación de masas 1996). Ello obedece a varias circunstancias y tiene implicaciones teóricas y prácticas del todo cuestionables.

Sin duda, el relativismo en esta área de estudios se nutre tanto de los encontrados intereses (técnicos-manipuladores o crítico-emancipatorios) que entran en juego en la teoría y práctica de las ciencias sociales en general, y en particular en las investigaciones sobre la comunicación social, como de la consecuente crisis de paradigmas en estas mismas ciencias, que se expresa de manera muy patente en la competencia entre diversas orientaciones teóricas (positivismo vs. teoría crítica) en los estudios sobre la denominada "comunicación de masas".

Cuando, por ejemplo, Mauro Wolf en su libro sobre La investigación de la comunicación de masas (1991) confronta el enfoque de la teoría crítica con los primeros estudios positivistas norteamericanos sobre la "cultura de masas", parece plantear que la comunicación social puede ser investigada desde diversas

teorías y que incluso sus divergencias pueden ser salvadas e integradas en una síntesis superior. Con ello no sólo elude una toma de posición sobre sus principios y fundamentos, sino que relativiza los enfoques teóricos -como si valieran por igual-, abriéndose a una perspectiva ecléctica incoherente que puede traducirse en estudios fragmentarios y carentes de una visión crítica. Las implicaciones del relativismo y sus secuelas en la comunicación social son todavía más graves en la práctica docente: en una enseñanza-aprendizaje que en vez de ser formativa y crítica, resulta confusa y abstrusa; en un proceso educativo que se sustenta en una teoría diluida y, en consecuencia, una práctica obstruida.

Sin pretender recaer en el teoricismo que ya hace tiempo cuestionó Daniel Prieto, ese criticismo abstracto que perdía la especificidad y los diversos aspectos de la comunicación de masas ("Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación", en la antología Comunicación y teoría social 1964), es posible sostener una enfoque teórico para la "producción social de la comunicación" (como lo hace Manuel Martín Serrano, en La producción social de comunicación), como sistema y como programa de investigación, vinculado estrechamente con el paradigma de una renovada y abierta teoría crítica, alimentándose de otras disciplinas (sociología, semiótica, psicología, etc.) mientras avanza de la pluridisciplinariedad a la interdisciplina, buscando la transdisciplinariedad (Miquel de Moragas, Teorías de la comunicación 1985). Desde tal perspectiva, en vez del relativista repaso de diversas teorías de la comunicación de masas es posible examinar y valorar la inacabada construcción de una teoría de la comunicación de masas cada vez más compleja y sofisticada que ha ido integrando e investigando diversos aspectos de la comunicación social. En el plano educativo, no sólo se gana en profundidad y coherencia, sino que, al mismo tiempo, se cuenta con un sustento teórico que permite impulsar una pedagogía crítica que desde la perspectiva de una educación ciudadana promueva la adquisición de facultades críticas y una alfabetización política en alumnos que lleguen a ser ciudadanos (y no súbditos) cuestionadores y participativos en la recreación de una sociedad más autónoma y humanizada (Henry Giroux, La escuela y la lucha por la ciudadanía 1993).

II

La Teoría Crítica y la Comunicación de Masas.

Si consideramos que toda Teoría de la Comunicación de Masas requiere una concepción racional y totalizadora de la realidad social (filosófica o sociológica), la Teoría Crítica puede proporcionarla. De hecho, las pretensiones de la llamada Escuela de Frankfurt son éstas: hacer un diagnóstico global de la sociedad actual, estableciendo sus raíces y tendencias como una Dialéctica de la Ilustración (1987), dentro de la cual toman en cuenta el fenómeno de la comunicación masiva como "industria cultural". Si, además, pensamos que es necesario un enfoque problematizador sobre los usos de los medios de comunicación de masas en el mundo actual, entonces la Teoría Crítica es ineludible. Wolf, con justa razón, presenta a la Teoría Crítica contrastándola con la por él llamada "investigación administrativa" (que Piccini denomina con más tino "teorías del control social"). Pero cuando Wolf hace sus apuntes críticos respecto a la Escuela de Frankfurt parece caer en lo que lo cuestiona a Lazarsfeld: tiende a operativizarla y a desnaturalizarla. Por ejemplo, después de demeritar a Lazarsfeld, contradictoriamente lo pone como ejemplo de investigaciones prácticas que incluyen problematizaciones y teorizaciones. Según Wolf ambos enfoques contrapuestos pueden armonizarse en dos coordenadas: 1) los problemas que imponen una conceptualización (y señala como ejemplo los efectos a largo plazo de los Medios), y 2) la superación de los datos introduciendo otros referentes teóricos (semióticos, psicológicos, etc.). Su posición no resulta muy consistente: la perspectiva crítica no puede dejarse sólo para ciertos temas de la comunicación de masas, sino que es una perspectiva que ilumina el sentido de los hechos y temas del estudio de los Medios; además, el introducir nuevos referentes teóricos no necesariamente implica superación alguna de las contraposiciones teóricas: los instrumentos semióticos pueden servir para afinar análisis críticos (por ejemplo, en Daniel Prieto o M.M. Serrano) o para mejorar la persuasión publicitaria (comercial) y propagandística (política). En otros textos que

pretenden cuestionar a la teoría crítica, sin dejar de adherirse a sus principios básicos, también pueden localizarse inconsistencias: Piccini (Introducción a la pedagogía de la comunicación, p.31) cuestiona a la Teoría Crítica por ser "excesivamente globalizadora", cuando justamente esa era una posición teórica fundamental frente a lo que ellos consideraban como "teoría tradicional", estrechamente empirista. Lo cierto es que Piccini también posee una teoría social "excesivamente globalizadora" (marxista) que sustenta sus teorizaciones sobre la comunicación de masas. ¿Es posible una teoría de la comunicación de masas sin una concepción totalizadora de la sociedad? Yo creo que no. Tal vez, entonces, el problema no es la inevitable concepción globalizadora que sirve de basamento de una teoría de la comunicación de masas, sino sus contenidos. En ese sentido, J. Thompson cuestiona a la Teoría Crítica por ser "un punto de vista exagerado del carácter cohesivo de las sociedades modernas y un pronóstico excesivamente pesimista en relación con el destino del individuo en la era moderna" (Ideología y cultura moderna, p. 108). Más adelante ejemplifica su perspectiva -¿no exagerada ni excesivamente pesimista?- apelando a la caída del llamado "socialismo real": justamente a un tipo de sociedad que no entraba en el marco de los análisis críticos de la Escuela de Frankfurt sobre la "industria cultural", que, como se sabe, se inspiraron en sus años de exilio en Estados Unidos. Más allá de los apuntes críticos que tienden a matizar y diferenciar las industrias culturales (Piccini) y a introducir la cuestión de los consumos (Piccini y Thompson), la cohesión social del capitalismo tardío y la posición del individuo en ella (integrado, privatizado y consumista) no se pueden descartar como exageraciones o pesimismo particulares sin ofrecer no sólo otra perspectiva global, sino hechos y tendencias que la sustenten. Esto nos ha conducido a la cuestión de la perspectiva crítica, que en Wolf es escamoteada al asignarla sólo a ciertas temáticas. Para Piccini y Thompson no es así: para ellos como para los integrantes de la Escuela de Frankfurt se trata de estudiar la comunicación masiva como fenómeno ideológico dentro del capitalismo actual. En ese sentido habla Piccini no de una Teoría Crítica sino de diversas teorías críticas. Sin duda, es necesario diferenciar y

particularizar las industrias culturales (Piccini), refinar concepciones de la ideología (Thompson), incluir la cuestión del consumo y la recepción, romper esquemas reproductivistas, pasar de los Medios a las mediaciones (Barbero), pero no es posible pensar la comunicación masiva sin teorías críticas que proporcionen marcos globales sobre el estado y las tendencias de la sociedad actual, teorías que permiten elucidar el campo cultural e ideológico del mundo moderno, cuestionando las diversas formas del poder, la coerción y el dominio heterónimo.

III

Reconstrucciones de una teoría crítica sobre las industrias culturales.

En esa construcción de un enfoque teórico crítico sobre la comunicación social sobresalen los estudios de un grupo de investigadores británicos (Raymond Williams, Stuart Hall, Graham Murdock y Peter Golding) que especifican y amplían el estudio sobre la "industria cultural". Con sus investigaciones nuevas temáticas se inauguran, a saber: el papel de la comunicación de masas en la reproducción social y cultural (Murdock y Golding, "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clases", en: Varios. Sociedad y Comunicación de masas 1977), la estructura de poder y el control de los medios de comunicación, la "mediación de los sistemas culturales" reconceptualizando la ideología, vinculándola con la hegemonía gramsciana y retomando los aportes de la semiótica (Stuart Hall, "La cultura, los medios de comunicación y el "efecto ideológico"", Idem.) o de la antropología cultural (James W. Carey, "La investigación sobre la comunicación de masas y los estudios culturales", Idem.). De esta manera se va haciendo más complejo y refinado el enfoque teórico crítico sobre la comunicación de masas, como lo plantea Carlos Rendón en el siguiente esquema:

CODIGO

EMISOR	MENSAJE	RECEPTOR
Producción y distribución	Contenidos	Procesos de Recepción
Economía: propiedad y control	Ideología Análisis de mensajes	Reproducción Hegemonía
Imperialismo y Transnacionales de la cultura	Análisis de cultivo	Recepción y Consumo cultural

En América Latina el enfoque teórico crítico empieza a rendir frutos en las obras de Antonio Pasquali (Comunicación y cultura de masas, 1963) y, proponiendo ya la lectura ideológica del mensaje, la de los Mattelart y Mabel Piccini (Los medios de comunicación de masas, 1976). Paralelamente a las parciales lecturas ideológicas (Para leer al pato Donald, Dorfman y Mattelart, 1972) se hacen los estudios sobre la transnacionalización de la industria cultural (La cultura como empresa multinacional, A. Mattelart, 1974). Daniel Prieto sistematiza el análisis de los mensajes (Retórica y manipulación masiva, 1979 y Los elementos para el análisis de los mensajes, 1981), autocriticándose después (La fiesta del lenguaje, 1986) por quedarse en una lectura ideológica "fragmentaria y fragmentante": "fragmentaria" porque sólo trabaja algunos fragmentos del discurso, sin remitirse al sistema social en su totalidad, y "fragmentante" porque deshistoriza y desrelaciona ese pedazo del inmenso y complejo "campo de la comunicación". Propone avanzar hacia el "universo discursivo" que atraviesa a los propios Medios y a las Mediaciones culturales, intentando comprender el "imaginario social": la creación de significaciones sociales que unifican y dan sentido a ciertas sociedades y períodos históricos. En ese sentido, la propuesta teórica de Manuel Martín Serrano cobra su importancia: se trata de examinar, desde una teoría social crítica, los medios de comunicación de masas como mediación social. Se tocan la puertas de las mediaciones culturales en la recepción de los mensajes. En este tránsito es importante la obra de Jesús Martín Barbero, quien buscando ir más allá de los paradigmas teóricos

del ideologismo y el informacionalismo del análisis de los Medios se reencuentra con la real "comunicación en proceso" como parte de una batalla simbólica dentro de una disputa cultural (transnacionalización/ identidad, poder/ resistencias) en América Latina. Abandona entonces el mero estudio de los Medios y revaloriza lo cultural como percepción de "dimensiones inéditas de conflictos sociales, la formación de nuevos sujetos -regionales, religiosos, sexuales, generacionales- y formas nuevas de rebeldías y resistencias". De esta manera, Barbero pasa De los medios a las mediaciones (1987): se interna con "mapas nocturnos" en el nuevo campo de las "mediaciones culturales", separando la lógica de la producción de la comunicación masiva de sus usos, intentando discriminar en la inserción de los Medios en las mediaciones culturales los elementos libertarios mezclados y en conflicto con los enajenantes. A principios de los ochenta Néstor García Canclini enfocaba los estudios de comunicación hacia la relación entre Cultura y Sociedad (1981), avanzando después hacia un nuevo programa de investigación: el consumo cultural (El consumo cultural en México, 1993; Consumidores y ciudadanos, 1995). Su perspectiva sobre el consumo se emparenta con la de Martín Barbero, ya que, como dice Canclini, "ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. Se sabe que buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarían a los receptores: entre unos y otros se reconocen mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo. En dichos análisis, asimismo, se han dejado de concebir los vínculos entre quienes emiten los mensajes y quienes los reciben únicamente como relaciones de dominación. La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de colaboración y transacción entre unos y otros." ("El consumo sirve para pensar", en Consumidores y ciudadanos, pp.41-42). Este enfoque ha dado lugar a reflexiones tan totalizadoras como la cuestión de las identidades en medio de la globalización de la cultura, pero también a estudios muy particulares y diversos (el consumo cultural en Coyoacán o entre los jóvenes de la frontera norte, etc.).

Confluyendo en esa perspectiva se generan los estudios sobre la recepción (Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva, Guillermo Orozco, 1994) que llegan a convertirse en una Educación para la recepción, (compilación de Mercedes Charles y Guillermo Orozco, 1990).

Si una teoría es aceptada no sólo por su fundamentación y sistematicidad, sino por su poder explicativo y fecundidad de estudios, el enfoque teórico crítico sobre las industrias culturales, los medios de comunicación de masas o “la producción social de comunicación”, renovado y ampliado en sus diversos programas de investigación, ha pasado la prueba y promete seguir fecundando nuevos campos de estudio.

3.1.2.2. Materiales de Estudio del Taller de Análisis de la Comunicación.

Es difícil hacer una valoración de un trabajo propio, y más todavía si fue el resultado de muchos esfuerzos que acarrearón satisfacciones internas. La elaboración del Material de estudios del Taller de Análisis de la Comunicación I y II para el SEA me confrontó con las fallas e insuficiencias del programa de TAC, me devolvió al estudio y la investigación sobre la Comunicación de Masas, me obligó a recapitular sobre diversos análisis de la comunicación colectiva y a buscar una integración con el marco general que ofrecía la Teoría Social de la Comunicación de Manuel Martín Serrano. Más allá de estas consideraciones subjetivas, debo hacer notar que para la elaboración del Material de estudios de TAC fue necesario:

-corregir muchas fallas y vaguedades que tenía el propio programa de estudios, procurando darle coherencia e integración en el Material de estudios elaborado; por ejemplo: desde cuestiones terminológicas (medios impresos por expresiones impresas) hasta teorizaciones que requerían como ejemplos investigaciones a realizar (así sucedió con la mediación en los medios impresos mexicanos, particularmente en los periódicos);

-desarrollar una serie de investigaciones bibliográficas para dar contenido a un marco teórico general que Serrano desarrolló sólo para algunos medios españoles; por ejemplo: tuve que releer diversos análisis sobre los medios (periódicos, revistas, cómics, publicidad, televisión y radio), resumir y volver a presentar con las herramientas de la ritualización y la mitificación;

-hacer un conjunto de investigaciones y análisis de contenido y forma sobre la mediación en los medios impresos, radiofónicos y televisivos mexicanos; por ejemplo: solicité al propio CB me proporcionaran de sus archivos hemerográficos un mes de los principales periódicos que circulan en la ciudad de México; los analicé para determinar sus formatos y orientaciones ideológicas, los medí para cuantificar la publicidad y los contenidos que manejan, los comparé entre sí y traté de derivar elementos y conclusiones que se incorporaron al trabajo;

-redactar y dar forma didáctica a todo este nuevo material que resultaba de las investigaciones y análisis que desarrollaba al mismo tiempo que los Materiales de estudio, sin equipo de apoyo -a excepción del asesor pedagógico José Luis Chávez Alonso que me designaron en el SEA, quien siempre me brindó su apoyo le entró al trabajo de investigación y redacción en las actividades y autoevaluaciones e intervino con fortuna en el diseño didáctico.

3.2. Fascículos en el área de Lenguaje y Comunicación.

3.2.1. Descripción:

A principios de los noventas el CB impulsó el proyecto de renovar los Materiales de estudios del SEA de acuerdo a los nuevos programas de estudio. Al parecer, cuando ya estaba en marcha esta tarea, se decidió que estos materiales también servirían en el Sistema Escolarizado, renombrándose como "fascículos". Con muchos otros maestros, fui invitada a participar en este proyecto, particularmente en la elaboración de dos fascículos para el Taller de Lectura y Redacción y otros dos para Taller de Análisis de la Comunicación, a saber:

-Fascículo 6 de Taller de Lectura y Redacción I: Investigación Documental.

Autores: Pilar Rodríguez Juárez y Alfonso Pérez Morales

Fecha: diciembre de 1991 a enero de 1992.

Asesor de contenido: Frida Zacaula Sampieri

Asesora pedagógica: Rubén Paz.

-Fascículo 1 de Taller de Lectura y Redacción II: El discurso periodístico: estructura y contenido.

Autores: Pilar Rodríguez Juárez y Alfonso Pérez Morales.

Fecha: mayo-agosto de 1992.

Asesor de contenido: Frida Zacaula Sampieri.

Asesora pedagógica: Lorena Ramírez Ballesteros.

-Fascículo 4 de Taller de Análisis de la Comunicación I: Desarrollo de los Medios de Comunicación Masiva y Cultura de Masas.

Autores: Pilar Rodríguez Juárez y Marta Méndez Vázquez.

Fecha: julio-septiembre de 1993.

Asesor de contenido: Patricia Fernández Hernández.

Asesora pedagógica: Paula Meza Monge.

-Fascículo 3 de Taller de Análisis de la Comunicación II: El discurso cinematográfico.

Autores: Pilar Rodríguez Juárez y Alfonso Pérez Morales.

Fecha: 1993.

Asesor de contenido: Patricia Fernández Hernández.

Asesora pedagógica: Paula Meza Monge.

-Procedimiento: se nos proporcionó el programa y un modelo para la elaboración de fascículos, investigamos y redactamos de manera coordinada con los asesores; se tomaron en cuenta sus observaciones y se presentó la redacción final. Se aprobaron y se editaron.

-Estructura didáctica de los fascículos:

La instrumentación didáctica de los programas de las diferentes asignaturas que conforman el Plan de Estudios del CB se desarrolló en los llamados "fascículos". Según el CB, un fascículo es un cuadernillo impreso de poca extensión que pretender interesar al estudiante en el aprendizaje de diversos temas; por ello, además de ser un texto ameno, reflexivo tiene que ser accesible para él. En consecuencia, un fascículo debe (de acuerdo al Material de apoyo para la elaboración de fascículos, Didáctica-COSEA del CB, 1991):

- ser una herramienta eficaz en el estudio de diversos temas;
- considerar el enfoque y la intención de la cada asignatura;
- orientar la información hacia el qué, cómo y para qué de los objetivos señalados en el programa de estudios;
- tener una secuencia lógica de acuerdo a la disciplina;
- proporcionar elementos didácticos que permitan la comprensión del texto.

Por consiguiente, un fascículo es la conjugación de un aspecto disciplinario (enfoque del programa de asignatura) con un aspecto didáctico desarrollado en cuatro fases de enseñanza aprendizaje, a saber:

-Fase de Inducción, que cumple la función de motivar y contextualizar al estudiante: consta de un "Índice" en el que se desglosa el contenido, de una "Presentación" en la que se ubica en relación a los fascículos antecedentes o precedentes, de un "Propósito" en el que se señalan los conocimientos, cómo lograrlos y la utilidad que le reportará al estudiante en su vida académica o cotidiana. En la "Introducción" se indica cómo se organizan los temas para su estudio y en el "Cuestionamiento guía" se propicia un reflexión sobre lo que va a aprender y sus conocimientos previos.

-Fase de Estructuración, que desarrolla los contenidos para que el estudiante construya y reconstruya su conocimiento, apoyado en "Actividades de regulación" y "Explicaciones integradoras" en las que se sintetizan los temas vistos.

-Fase de consolidación y retroalimentación, que incluyen "Actividades de consolidación" para que el estudiante aplique sus conocimientos a través de la resolución de preguntas o de situaciones problemáticas a las que tendrá respuesta en los "Lineamientos de autoevaluación". También se incluyen "Actividades de generalización" para que el estudiante vincule sus conocimientos en otras áreas científicas y tecnológicas. El último elemento es la "Bibliografía" que se utilizó como referencia para desarrollar el contenido del fascículo.

En general, esta estructura didáctica de los fascículos es adecuada e, incluso, avanzada; y lo es no sólo porque al apoyarse en el Modelo Educativo del CB retoma los aportes del "constructivismo" -hoy por hoy, la orientación didáctica más integral y renovadora- sino porque apunta a materiales didácticos que sustentan una verdadera experiencia de autoaprendizaje. La estructura didáctica, entonces, está sustentada pero es una forma que depende tanto de los procedimientos para ser llenada como de los contenidos que se vierten en ella. Ni la mejor estructura didáctica para elaborara fascículos puede remediar fallas en contenidos programáticos o errores en de procedimiento.

-Estructura de contenido:

El fascículo VI Investigación Documental de Taller de Lectura y Redacción I fue desarrollado en coautoría con otro compañero del CB, el profesor Alfonso Pérez Morales; la asesoría de contenido estuvo a cargo de Frida Zacaula Sampieri, y la asesoría pedagógica por Rubén Paz Carrillo. En el fascículo VI se desarrolla la tercera y última unidad del programa de Taller de Lectura y Redacción I, cuyo objetivo es que los alumnos elaboren una investigación documental. La estructura didáctica sigue las fases de inducción, estructuración, consolidación y retroalimentación que fueron explicadas en el apartado anterior. La ejemplificación del proceso de investigación documental se realiza a través de un texto para que a partir de la lectoescritura el estudiante revise las etapas de la investigación documental y aplique su conocimientos en su propia investigación: planeación, lectura y acopio de información, organización de la misma, reacción y presentación del trabajo. Como se trataba de ligar la investigación documental con la lectura, la redacción y la expresión oral, el último tema que se desarrolló fue el de la exposición oral. Para el desarrollo del contenido se revisaron diversos manuales de investigación documental pero fueron de mucha utilidad los textos de Teresa Serafini (Cómo redactar un Tema, 1991, y Cómo realizar una investigación, 1992), el libro de José Bazán (y otros: Estrategias de Lectura y Redacción 1989) y el del Frida Zacaula (Guía de comprensión de lectura 1988) entre otros.

El fascículo I El discurso periodístico: estructura y contenido de Taller de Lectura y Redacción II fue desarrollado en coautoría con el profesor Alfonso Pérez Morales, con la asesoría de contenido de Frida Zacaula y la asesoría pedagógica de Lorena Ramírez. En él se exponen los primeros temas y objetivos del programa de esta asignatura: se define la estructura y contenido del discurso periodístico, a partir de determinar cuándo un hecho se convierte en noticia; se explica cómo se seleccionan, organizan y estructuran las informaciones en los periódicos y las revistas; se distinguen los elementos que conforman el discurso

periodístico (quién los elabora, de qué tratan, como se presentan y qué efectos buscan en los lectores), también se da una clasificación de los textos periodísticos, enfatizando en la estructura y redacción de una nota informativa así como elementos para la expresión oral. Para el desarrollo de los objetivos nos basamos en los textos de: Blanca Aguilar (La noticia y la nota informativa 1988), de Vicente Leñero y Carlos Marín (Manual de periodismo), y también en el libro de Olivier Rebeul (Lenguaje e ideología 1986), entre otros.

En el fascículo IV Desarrollo de los medios de comunicación masiva y cultura de masas se abordan todos los temas y objetivos de la unidad dos de Taller de Análisis de la Comunicación I de acuerdo al nuevo programa de estudios vigente, cuyo enfoque teórico es promover una "Educación para la Recepción". Es una coautoría con la maestra Martha Méndez Vázquez; la asesoría de contenido estuvo a cargo de Patricia Fernández y la asesoría pedagógica por parte de Paola Meza Monge. El fascículo comienza con una explicación de los sistemas institucionalizados de comunicación pública para llegar a caracterizar a los medios de comunicación de masas en México; se estudia su evolución histórica y se menciona el impulso que les dio el Estado mexicano, los grupos empresariales y monopolios que dominan actualmente a la comunicación en nuestro país. También se da un concepto de "cultura" y sus diversas formas para poder entender a la "Cultura de Masas" como aquella que generan y transmiten los medios de comunicación de masas.

El último fascículo que hice fue el III El discurso cinematográfico de Taller de Análisis de la Comunicación II, en coautoría con Alfonso Pérez Morales, con la asesoría de contenido de Patricia Fernández y didáctica por parte de Paola Meza Monge. En este fascículo se desarrollan los temas de la Unidad tres: se explica qué es el cine y sus rasgos fundamentales; posteriormente se relatan los orígenes del cine en México, se examina la "Epoca de Oro" hasta llegar al nuevo cine mexicano. Después se dilucidan las funciones que cumple el cine en nuestra

sociedad así como una metodología para el análisis del discurso cinematográfico a partir del estudio de los significantes visuales y sonoros, para promover en el estudiante una lectura crítica del séptimo arte. Para el aspecto histórico del cine se utilizaron los textos de Emilio García Riera (Historia del cine mexicano 1986), de Carlos Monsiváis ("Las mitologías del cine mexicano" publicado en Intermedios 2). Para la formulación de la metodología de análisis algunos textos utilizados fueron el de Antonio Costa, Saber ver cine (1991), el de Leonardo García Tsao: Cómo acercarse al cine (1989), el de Francesco Casetti, Cómo analizar un film (1991), y otros.

Ver Anexo 3 que incluye: los cuatro fascículos para el área de lenguaje y comunicación.

3.2.2. Valoración:

Presentaremos una valoración de esta experiencia distinguiendo dos aspectos: por un lado examinaré el modelo y la instrumentación de los fascículos en el CB; por otro, evaluaré los productos realizados.

1" Modelo para la elaboración de fascículos e instrumentación.

Con los últimos cambios en la dirección del CB, a principios de los noventas, se realizó un análisis de la institución de la que se derivaron cambios en el modelo educativo del Colegio. Las implicaciones del nuevo modelo se tradujeron en tres proyectos de trabajo: 1) actualización de programas, 2) elaboración de material didáctico y 3) formación docente. Los contenidos de los programas de estudio fueron reformados por Comisiones elaboradoras de programas que trabajaron de manera muy limitada, con lineamientos preestablecidos por las autoridades y sin tomar en cuenta las opiniones y cuestionamientos de las Academias. A diferencia del diseño de los programas anteriores, se trabajó con muy poco tiempo, llegando a empalmarse con la elaboración de material didáctico (fascículos). Se llegó al caso de que quienes redactaban los fascículos terminaron el diseño de los programas de estudio -al menos eso me pasó a mí en el caso de Taller de Lectura y Redacción I, fascículo VI. Por el apresuramiento y el propio procedimiento que se siguió para su formulación, los nuevos programas (hasta ahora vigentes) tienen graves fallas: o están sobrecargados algunos o demasiado simplificados otros, carecen de secuencia teórica o los contenidos se sustituyen por metodologías, son pretensiosos y complejos o carecen de sustancia teórica por la trivialización de los contenidos. Cuando se dieron a conocer en las Academias se empezó a generar una resistencia contra ellos. Estos programas se legitimaron al incluir a muchos maestros de las Academias en la producción de fascículos. Fue por ello que, en los fascículos, los contenidos de los programas se parcializaron al extremo: se formaron varios equipos para desarrollar temas y subtemas de los

programas -por poner solo un ejemplo: hasta quince personas desarrollaron Taller de lectura y Redacción. Con ello se perdió coherencia y continuidad, uniformidad estilística y terminológica en estos materiales. Más grave todavía fue la fragmentación excesiva de los contenidos programáticos, recargados además de "pretensiones didácticas" (demasiadas ejemplificaciones, actividades, recapitulaciones, etc.).

Se pretendía que estos materiales funcionaran para el SEA y el Sistema Escolarizado. En ese sentido, se retomó el modelo para el material de estudios que había construido el Departamento de Didáctica del SEA. Sin embargo, los fascículos que se produjeron resultaron unos "híbridos" que no están adecuados ni para el SEA ni para el Sistema Escolarizado. No concuerdan con el funcionamiento del SEA porque hacen referencia a las interrelaciones de los maestros con los alumnos (trabajo en equipo supervisado por el profesor, tareas, etc.); están diseñados pensando en la experiencia de enseñanza-aprendizaje en el salón de clases. Tampoco para el Sistema Escolarizado son totalmente adecuados: como estos fascículos desarrollaban los nuevos contenidos programáticos se convirtieron en libros de texto que empobrecieron la práctica docente.

Ciertamente, los fascículos son una importante ayuda didáctica -a condición de que equilibren lo teórico y lo práctico, y de que no diluyan un aprendizaje integral-, pero debió cuidarse y preservarse su carácter de material básico para el SEA (para el autoaprendizaje). Se debió insistir en que para el Sistema escolarizado sólo eran un material de referencia y no debían de tomarse como "libros de texto".

2° Productos realizados:

A continuación realizaré una apreciación muy general de cada uno de los fascículos en los que participé:

-Fascículo VI Investigación Documental de TLR I: resulta reiterativo en relación a otros antecedentes, pero por ser el último de la serie proporciona una visión

globalizadora; se exponen los temas de manera sencilla y con ejemplos. En la operación del SEA fue desvirtuado porque ya no se pide una investigación documental para la evaluación, pero ahora sólo se realiza un examen general: el aprendizaje significativo y práctico se sustituyó por uno memorístico; en el Sistema Escolarizado ha sido de utilidad: guía los pasos y procedimientos para la elaboración de una monografía.

-Fascículo I El Discurso Periodístico de TLR II: cabe reconocer que en su primera parte resultó con cierto grado de complejidad, y, además, esta parte del análisis no fue retomado nunca en los otros fascículos; pero la parte reconstructiva (del hecho a la noticia) me parece eficaz e interesante. En el SEA se ha usado con éxito y en el escolarizado también.

-Fascículo IV Desarrollo de los Medios de Comunicación Masiva y Cultura de Masas de TAC I: da un panorama global del desarrollo histórico de los Medios de Comunicación de Masas en México, aunque ciertamente faltó reseñar los orígenes del cine. La última parte, sobre Cultura de masas, resultó muy deficiente ya que le faltaba experiencia a la compañera que la hizo y no hubo tiempo para mejorar el trabajo. En el SEA y el Sistema Escolarizado han servido.

-Fascículo III El Discurso Cinematográfico de TAC II: considero que está bien estructurado y está completo; proporciona , además, una propuesta de lectura crítica. Apenas se está usando en el SEA y en el Sistema Escolarizado.

En conclusión: los fascículos o materiales didácticos siempre han sido un importante apoyo para la educación y se corresponden con las nuevas líneas pedagógicas del Colegio de Bachilleres; su estructura didáctica y la tentativa de promover un aprendizaje significativo y construido por el estudiante es totalmente correcta e incluso loable. Sin embargo, las fallas en los contenidos programáticos y los errores de procedimiento señalados (así como de edición y distribución) repercutieron en sus resultados. Ello afectó también, por supuesto, a los fascículos en los que participé. Con todo, es una experiencia de la que pueden desprenderse enseñanzas que ayuden a mejorar futuros materiales didácticos que se produzcan en el Colegio si se rompen los estrechos lineamientos que el

propio Colegio ha diseñado para evaluarlos -los llamados cursos de Evaluación de Fascículos (EVAFAS). Estos cursos, aparte de que sufren las "perversiones" del sistema de estímulos, han resultado demasiado limitativos pues se dirigen a unos cuantos maestros, cerrándose a una participación por Academias que revise de manera integral los contenidos programáticos y ame propuestas renovadoras.

3.3. Materiales de Comunicación Educativa.

3.3.1. Descripción:

A propuesta del área de Didáctica del SEA, en 1993 se me invitó a participar como responsable del análisis de los Materiales Didácticos complementarios del SEA y de una propuesta para su renovación. Defini un programa de trabajo con un plan de actividades y comencé mi comisión realizando un análisis de todos los materiales didácticos complementarios del SEA, presentando un "Estudio y análisis del material didáctico complementario del SEA" (ver Anexo 4). Posteriormente, a raíz de una investigación bibliográfica y de la revisión de la experiencia de otros centros educativos, principalmente el ILCE, entregué una "Argumentación y Propuesta de Materiales de Comunicación Educativa". Mientras trabajaba una propuesta más acabada, elaboré dos guiones para audiocintas de poesía y cuento. Mi comisión terminó con la entrega de un "Manual para la producción de Materiales de Comunicación Educativa". Al parecer el CB hizo caso omiso de este trabajo e impulsó la producción de estos materiales sin una adecuada planeación. Pero antes de pasar a una evaluación, debe terminar la descripción de esta actividad con el resultado principal: el "Manual para la producción de materiales de comunicación educativa", que a continuación se presenta.

MANUAL PARA LA PRODUCCION DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA.

1. INTRODUCCION.

Los lineamientos para la producción de Materiales de Comunicación Educativa que se presentan en este Manual forman parte del proceso de actualización del Colegio de Bachilleres dentro del marco de la Modernización Educativa.

Dentro de este proceso de reforma se han revisado y actualizado los "Lineamientos para la práctica educativa" del Modelo Educativo del Colegio de Bachilleres, y a partir de esta renovación de las líneas pedagógicas que organizan el proceso de enseñanza-aprendizaje, se han actualizado tanto los programas de estudio como los materiales didácticos para la práctica educativa. Los materiales didácticos básicos (fascículos) fueron rediseñados y se extendió su uso al sistema escolarizado (originariamente sólo se utilizaban en el Sistema de Enseñanza Abierta); como se verá a continuación, los Materiales de Comunicación Educativa (MCE) implican asimismo una redefinición del material didáctico complementario.

Si se está planteando actualizar y producir nuevos materiales didácticos complementarios, es decir, usar la tecnología comunicativa en una institución de enseñanza, debe tenerse en cuenta que el uso de los medios comunicativos para la educación no es un hecho reciente: existen numerosas y fructíferas experiencias en países desarrollados, empleándose de manera masiva, por ejemplo, para la capacitación de los soldados en la Segunda Guerra Mundial; proyectos educativos tan importantes en nuestro país como la teleprimaria y la telesecundaria, con todos sus defectos, se han apoyado en los recursos y lenguajes de los medios de comunicación; muchas escuelas particulares se apoyan cada vez más en estos materiales de comunicación educativa, e incluso proliferan a últimas fechas cursos de diversa índole en audiocintas (cursos de idiomas u obras literarias), videocintas (temas científicos y diversos), o en

disquets para computadoras. Es innegable, además, la enorme capacidad informativa ("enculturizadora", si se prefiere) de los medios, recursos y lenguajes de la televisión, el radio y el cine -aunque prevalece en estos medios de comunicación de masas un uso comercial, enajenante y superficial, de entretenimiento y evasión. Como quiera que sea, es un hecho que los niños le dedican a la televisión un promedio de cinco horas diarias, esto es, el mismo tiempo de la escuela (aunque frente a la televisión nunca hay vacaciones), de tal modo que las nuevas generaciones de estudiantes están enteramente modeladas por una cultura audiovisual que genera problemas con los métodos tradicionales de la escuela: verbalismo por parte del maestro, experiencias limitadas al aula, etc. Tal vez por el inapropiado uso que se le ha dado a los medios de comunicación de masas se han levantado prejuicios respecto a la utilización de los medios y lenguajes comunicativos en la educación escolar. El más fuerte de estos prejuicios contra el uso de materiales de comunicación educativa (audiocintas, videocintas, etc.) plantea que tales materiales transmiten un saber no conceptualizado, que repercute sólo en el plano sensible o afectivo. Sin embargo, este prejuicio no se sostiene si recordamos que, además de que las videocintas y audiocintas van acompañadas siempre de explicaciones conceptuales, "en la base de todo conocimiento existe el elemento audiovisual al ser los signos representación de objetos reales (cien por ciento figurativos... los mensajes audiovisuales son conceptuales, en su función comunicativa de asociación simbólica)." (Aparici, R. y García Matilla, A. Imagen, video y comunicación, 1989, p.11).

No se ha dado, por consiguiente, una cabal integración entre la educación y los medios comunicativos, lo que ha dejado a la escuela muy rezagada respecto a las nuevas tecnologías comunicativas y a los enormes y notables avances en el lenguaje audiovisual. "En un país como México, que para el siglo XXI contará con más de cien millones de habitantes, es urgente una transformación de los esquemas educativos y comunicacionales con el objeto de estimular el uso intensivo de los medios audiovisuales en y para la educación." (Idem., p.14)

Existen, no obstante, fuertes resistencias a la innovación de la educación escolar con los Medios de Comunicación Educativa (MCE) que se deben, en el fondo a concepciones elitistas y tradicionales de la educación, a temores respecto a un posible desplazamiento de la escuela y de los profesores o, simplemente, a la falta de políticas articuladas para los MCE y las carencias formativas para su uso en el magisterio. No se trata, por supuesto, de utilizar los MCE dentro de una educación escolar viciada por el verticalismo, la memorización, la pasividad de los alumnos, etc. Por lo contrario, los MCE no tienen sentido en sí mismos, sino en relación al proceso educativo y al alumno, por lo que deben estructurarse en función de los aprendizajes más que por las características de los medios o materiales, de modo que éstos permitan:

- 1) Fomentar la participación, el esfuerzo creativo: ciertas imágenes o testimonios pueden despertar el interés para investigar un tema o pueden utilizarse para la discusión con el fin de desarrollar la observación y el juicio crítico.
- 2) Ampliar el marco de experiencia de los alumnos: las imágenes como representación de objetos reales pueden acercar a los estudiantes a la comprensión de procesos lejanos a su experiencia, (... Las imágenes pueden evitar la memorización y el verbalismo al ofrecer representaciones cercanas a la realidad que ayuden a una correcta comprensión y abstracción...).
- 3) Motivar el aprendizaje: el universo de los estudiantes está conformado por mensajes que les llegan a diario a través de diversos medios audiovisuales. Su uso en clase permite ponerlos en contacto con su realidad comunicacional más cercana.
- 4) Provocar comportamientos imitativos (...que si bien coarta la creatividad y la reflexión resulta útil para adquirir ciertas destrezas...).
- 5) Facilitar el aprendizaje por descubrimiento: los medios de comunicación audiovisual, utilizados como elementos dinamizadores del aprendizaje, pueden ayudar a aprender. Los documentos icónicos y sonoros ofrecen la posibilidad de realizar comparaciones y contrastes con el fin de establecer semejanzas y diferencias. También permiten presentar de manera secuencial un proceso de funcionamiento, desarrollo o manipulación, así como analizar la relación existente entre las partes y el todo en un modelo o proceso.
- 6) Ayudar a los alumnos a comprenderse a sí mismos y a su entorno." (Ídem., p. 25-27)

Integrar los medios comunicativos y la educación implica transformaciones didácticas de fondo que es preciso considerar. Los materiales didácticos complementarios deben dejar de ser considerados "auxiliares" y marginales: si se utilizan los avances tecnológicos comunicativos se pueden aprovechar los recursos de la comunicación para la educación y presentar los contenidos de las

asignaturas de manera más atractiva, con una mayor riqueza y un amplio uso de lenguajes (y no sólo el lenguaje verbal o el escrito), de manera que las posibilidades de la práctica educativa puedan ser mucho más amplias y diversas que una clase, un libro o un fascículo. En el proceso de actualización y renovación de los materiales didácticos del Colegio de Bachilleres no puede prescindirse del uso de la tecnología comunicativa para la educación, lo cual, además, permitirá adecuar parte del proceso educativo a la cultura audiovisual que promueven los Medios de Comunicación de Masas en nuestra época.

La producción o inserción de los MCE (videocintas, audiocintas, computación) en el proceso de enseñanza-aprendizaje pretende:

1" Enriquecer el proceso educativo con el uso y la combinación tanto de una diversidad de lenguajes (verbal, escrito, icónico, sonoro) como de materiales y recursos didácticos (libros, fascículos, videos, audioprogramas...). En ese sentido, la elaboración y el uso de los MCE apunta al porvenir ya que -como dice Eduardo Weiss, jefe del Departamento de Investigación Educativa del CIEA- "el futuro estará en la combinación de las diferentes formas y medios de aprendizaje: el aprendizaje individualizado mediante libros, programas de computación y videos, combinados con la tutoría, la discusión y el trabajo grupal, bajo la guía de un 'maestro'." (Encrucijadas 1, p.14)

2" Extender el campo de experiencias de los alumnos al presentar en videos, audios y programas de computación contenidos educativos que de manera atractiva introducen, ilustran, explican y relacionan temas de estudio, superando barreras de comunicación o comprensión y facilitando un aprendizaje concreto y abstracto.

3" Apoyar y vivificar la labor docente así como el estudio independiente, adecuándose tanto a las "Líneas para la práctica educativa" como al modelo educativo del SEA:

LINEAS DIDACTICAS	MODELO DEL SEA	USO DE MCE
1" Planteamiento de problemas o explicación de fenómenos	INDUCCION	Introducir, motivar, problematizar
2" Ejercitación de los métodos 3" Apropiación constructiva y	ESTRUCTURACION	Ejercitar ilustrar y explicar
4" Relaciones, utilidad y aplicaciones actuales	CONSOLIDACION	Reforzar
5" Consolidación, integración y retroalimentación	RETROALIMENTACION	Ejercitar y Relacionar

Esta redefinición de los materiales didácticos complementarios como MCE no es solamente un cambio terminológico pues se pretende modificar su diseño y producción como sus funciones y usos. Se busca que incidan en el SEA, en el sistema escolarizado e, incluso, en otros sistemas educativos.

Su repercusión inmediata será en el propio SEA, en el que se deberá promover el uso de estos MCE, modificando la operación del sistema; en ese sentido, se requiere:

- 1" Planificar e impulsar el uso de MCE de acuerdo a su modalidad (programas de inducción, de estructuración, de consolidación y de retroalimentación), en los Cursos Introdutorios y los círculos de estudio, etc.
- 2" Conjugar la utilización de los fascículos, prácticas de laboratorio y los MCE.
- 3" Determinar el uso de los MCE previo a la evaluación.
- 4" Promover la utilización individual o grupal de MCE.

También deben incidir los MCE en el sistema escolarizado, de modo que los maestros y alumnos puedan disponer de ellos en audiotecas y videotecas para su uso, ya sea en el aula por parte del docente o individualmente para el estudiante. Para su uso e integración escolar deben tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

1" Planificar e impulsar el uso de MCE de acuerdo a sus modalidades, en las prácticas introductorias a los alumnos de nuevo ingreso, al inicio de los cursos, previo a un examen, etc.

2" Conjugar el desarrollo del curso, la utilización de fascículos y los MCE: impulsando campañas que los den a conocer y los promuevan.

3" Seleccionar el MCE, ya sea por parte de la Academia o por iniciativa del profesor, de acuerdo a la finalidad educativa, al tipo de temas, etc.

4" Presentar y utilizar el MCE, determinando el momento más idóneo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

5" Determinar las actividades posteriores a la presentación del MCE, ya que "asi como la mayoría de las veces se hace necesaria una serie de actividades previas a la presentación de un material, los ejercicios posteriores son fundamentales para cargar de valor didáctico al medio exhibido. Si se usa un material sin pensar en su explotación didáctica, se vacía de significado su propio contenido. El uso de medios no puede constituir un hecho en sí mismo." (Aparici y García, op.cit., p.24)

6" Promover el uso individual de los MCE previamente a las evaluaciones de recuperación o de acreditación especial.

Con el material didáctico, básico (fascículos) y de comunicación educativa, se pueden formar "paquetes didácticos" que pueden promoverse en otras instituciones educativas a nivel bachillerato, principalmente en los Colegios de Bachilleres de provincia.

2. ¿QUE SON LOS MATERIALES DE COMUNICACION EDUCATIVA?

Los Materiales de Comunicación Educativa conjuntan los siguientes aspectos:

1) son recursos educativos que transmiten contenidos de los Planes y programas de estudio del Colegio de Bachilleres;

2) son medios que transmiten sus informaciones a través de experiencias mediadas o indirectas -sustituyendo así la experiencia directa (Cf. Castañeda,

Margarita. Los medios de la comunicación y la tecnología educativa. 1979, p. 104);

3) son materiales organizados didácticamente, de acuerdo a las Líneas Pedagógicas del Colegio y al modelo educativo del SEA;

4) son medios comunicativos (videoprogramas, audioprogramas y programas de computación) que reúnen la tecnología comunicativa con mensajes e intenciones educativas y didácticas, conjugando los lenguajes de los medios comunicativos (imágenes y sonidos) con los lenguajes (verbal y escrito) que requieren las explicaciones educativas y didácticas.

Los Medios de Comunicación Educativa son recursos educativos que transmiten contenidos de programas de estudio a través de experiencias mediadoras, organizadas didácticamente, materializándose en audioprogramas, videoprogramas y programas de computación.

Su materialización en Medios Comunicativos supone la interacción del conjunto de sus componentes, a saber:

- a) el aparato de registro del mensaje educativo (grabadora, cámara de video, computadora);
- b) el documento en donde se registra el mensaje educativo (programas en audiocassette, videocassette, diskettas);
- c) el soporte material que conserva el mensaje educativo (las cintas o cassettes);
- d) el aparato de emisión que permite la lectura del mensaje educativo (Cf. Castañeda, pp. 106-108).

Existen, en consecuencia, tres tipos de MCE, a saber:

1° **AUDIOPROGRAMAS**: son programas que desarrollan contenidos educativos, con una organización didáctica, registrados en grabadoras, conservados en audiocassettes y transmitidos por grabadoras. Combinan dos lenguajes: el verbal y el sonoro.

2° **VIDEOPROGRAMAS**: son programas que desarrollan contenidos educativos, con una organización didáctica, registrados en cámaras de video, conservados en

videocassettes y transmitidos en televisores y videos. Combinan todos los lenguajes: el icónico, el verbal, el sonoro y el escrito.

3° PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN: son programas que desarrollan contenidos educativos, con una organización didáctica, registrados en computadoras, conservados en diskettes y transmitidos por computadoras. Combinan todos los lenguajes (icónico, verbal, sonoro, escrito) y suponen una interacción entre medio y estudiante.

Estos tres tipos de MCE pueden producirse con los medios y recursos con los que dispone el Colegio de Bachilleres, además de que son económicos y fácilmente reproducibles, de modo que pueden difundirse ampliamente. Por sus características podrán utilizarse en video o audiotecas de la institución, en las aulas y salas de computación, o bien, en el hogar y el trabajo (con una grabadora, videocasetera o computadora personal). Otros materiales didácticos, como los diaporamas, no podrían tener tal uso y difusión.

Los MCE que el Colegio de Bachilleres elabore deben ser congruentes con el Modelo Educativo del Colegio, en especial con las "Líneas para la práctica educativa" y el modelo didáctico del SEA, por lo que consideramos que en función de tales modelos y lineamientos deben definirse los siguientes Modelos de Programas de MCE:

1) Programas de introducción o inducción.

Este modelo de programas tiene como finalidad: promocionar al Colegio de Bachilleres y al SEA; poner en contacto al estudiante con problemas relacionados con asignaturas del Plan de estudios; motivarlo para adquirir nuevos conocimientos y ubicarlo en referencia al campo de estudios de una materia.

2) Programas de Estructuración o Desarrollo.

Este modelo de programas tiene como finalidad: presentar de una forma sistemática el conocimiento; exponer el desarrollo de un tema, de modo que el alumno comprenda la génesis y construcción de los conocimientos.

3) Programas de Refuerzo a Temas Difíciles o Profundización.

Este modelo de programas tiene como finalidad: ejemplificar, ejercitar o profundizar temas que por su grado de dificultad o de abstracción requieren de apoyo.

4) Programas Interdisciplinarios o Globalizadores.

Este modelo de programas tiene como finalidad: relacionar contenidos de diferentes temas, o asignaturas; elaborar síntesis de temas, unidades o asignaturas.

5) Programas de Manejos de Técnicas.

Este modelo de programas tiene como finalidad: ilustrar y ejercitar diversas técnicas.

Sin embargo, para la producción de los tipos de MCE definidos y los modelos de programas educativos anteriormente señalados debemos considerar los formatos y géneros para la comunicación educativa. Los formatos se refieren a la manera de organizar y distribuir la información a lo largo de un programa o una serie, considerando el tiempo de duración. Todos los programas de televisión, por ejemplo, siguen un formato determinado, de modo que existen formatos para los noticieros como para las telenovelas. De acuerdo a Alicia Poloniato (Géneros y Formatos para la televisión educativa 1992) es posible distinguir cuatro tipos de formatos básicos:

1) Formato Magazine o de revista: presenta información sobre diversos tópicos o asuntos, estén relacionados temáticamente o no, en segmentos independientes entre sí. Brinda así la posibilidad de determinar las unidades informativas para cada sección, atendiendo a objetivos de aprendizaje precisos que pueden ser abordados con una gran variedad de recursos y lenguajes. En este tipo de formato se debe tener presente la distribución de la información, así como la manera de mantener el interés y la motivación. La limitación de este formato viene, justamente, de la extensión y diversidad informativa que le caracteriza. Un ejemplo de programa con este formato es "Plaza Sésamo".

2) Formato Uniconceptual: desarrolla una sola información, es decir, es monotemático. Se aborda, por ejemplo, un experimento, un tema o un hecho. Otra

característica que posee es que es mudo: no tiene banda sonora, se limita a lo esencial, sin introducción o circunloquios. También son breves, no exceden de 3 a 4 minutos. La limitación de este formato consiste en el escaso contenido que transmite. Ejemplos de programas con este formato son aquellos relatos visuales que presentan procesos dinámicos, como la locomoción de un animal, el crecimiento de una planta, etc.

3) Formato temático: desarrolla un tema a lo largo de una unidad de emisión o varias, si se dividió en subtemas. Se organiza según una trama lógico-argumentativa. Presenta problemas y pruebas, efectúa razonamientos, pone ejemplos, deduce leyes, etc., En ocasiones se acompaña con gráficas, animaciones, testimonios. Bien elaborado, este formato posibilita excelentes programas educativos. Muchas películas científicas siguen este formato.

4) Formato Dramático: desarrolla una trama narrativa, con personajes que viven una situación determinada, en la que presenta la información relevante mezclada con la historia que narra, de tal manera que parte del contenido está implícita y debe ser inferida por los espectadores. Si bien puede presentar la información de modo atractivo e interesante, ilustrando o ejemplificando hechos o situaciones, si no se utiliza adecuadamente puede resultar contraproducente al trivializar el saber. Programas biográficos de científicos o personajes históricos siguen este formato.

Los géneros para la comunicación educativa estructuran los mensajes de acuerdo a la intencionalidad comunicativa: si la finalidad es narrar, se sigue un esquema narrativo donde un sujeto cuenta una historia, con su inicio, desarrollo y conclusión; puede ser un relato (narrando un acontecimiento real) con una función informativa, o puede ser un drama (narrando un conflicto ficticio) con una función ilustrativa. Si la intención es dialogar sobre un tema particular, se sigue un esquema dialógico que puede tener diversas modalidades: entrevista, mesa redonda y encuestas, con un presentador, conductor o entrevistador y los participantes. Si la finalidad es exponer, se sigue un esquema expositivo en el

que se cuestiona, se desarrollan argumentos, se presentan pruebas, se razona y se fijan los criterios de aceptabilidad.

Si consideramos las características de los los tres tipos de MCE y tomamos en cuenta los cuatro modelos de programas así como las áreas de la estructura curricular del Colegio de Bachilleres, se concluye lo siguiente:

a) Los programas de Introducción o Inducción se deben estructurar de acuerdo al formato magazine y al formato uniconceptual en videoprogramas con esquemas expositivos; los programas de Desarrollo o Estructuración deben producirse de acuerdo al formato temático, en videoprogramas, audioprogramas y programas de computación con esquemas expositivos; los programas de Refuerzo o Profundización se deben estructurar de acuerdo al formato magazine o al temático, en videoprogramas, audioprogramas y programas de computación con esquemas expositivos; los programas Interdisciplinarios o Globalizadores se deben estructurar de acuerdo al formato temático o al dramático, en videoprogramas con esquemas narrativos, dialógicos y expositivos. Los programas de Manejo de Técnicas pueden estructurarse de acuerdo al formato uniconceptual o temático, con esquemas expositivos.

b) Los videoprogramas pueden incidir en todas las áreas y asignaturas y son idóneos para producir programas de Inducción, Estructuración, Refuerzo, Interdisciplinarios y de Manejo de Técnicas.

c) Los audioprogramas son adecuados exclusivamente para el área de Lenguaje y Comunicación y a las asignaturas que comprende; se prestan para producir programas de Estructuración, Refuerzo y de Manejo de Técnicas (de expresión oral o de las manejadas en TAC).

d) Los programas de computación pueden incidir en todas las áreas y asignaturas y son adecuados para producir programas de Estructuración, Refuerzo y de Manejo de Técnicas.

3. LINEAMIENTOS PARA LA PRODUCCION DE MATERIALES DE COMUNICACION EDUCATIVA.

NORMATIVIDAD PARA LA PRODUCCION DE LOS MCE

Consideramos que es necesario definir un marco normativo que tome en cuenta el modelo educativo del Colegio de Bachilleres, las características de los alumnos y las potencialidades de los medios comunicativos para orientar con claridad la producción de MCE:

1. En los MCE debe conjugarse el concepto de enseñanza y aprendizaje contemplado en el modelo educativo del Colegio de Bachilleres, las "Líneas para la práctica educativa", y las fases del modelo del SEA. En ese sentido se limita la producción de MCE a modelos de programas acordes tanto con las líneas pedagógicas de la institución como con el modelo del SEA: programas de Inducción, de Estructuración o Desarrollo, de Refuerzo o Profundización, Interdisciplinarios o Globalizadores, de Manejo de Técnicas.

1.1. Los MCE deben plantear el conocimiento como problema para introducir al estudiante en el desarrollo de un tema en el que encontrará explicaciones coherentes y didácticas a fenómenos naturales o sociales. Este lineamiento deberá tenerse en cuenta en la producción de programas de Inducción, Estructuración o Globalizadores.

1.2. Los MCE deben exponer la construcción de los conocimientos, evitando toda presentación dogmática; en ese sentido deben promover la capacidad para el análisis, la síntesis, la contrastación, la abstracción y el desarrollo de habilidades para que el estudiante, a partir de la comprensión de la génesis del tema estudiado, construya los conocimientos que le servirán en sus estudios profesionales, en su vida laboral y comunitaria. Esta norma guiará la producción de programas de Desarrollo y los Globalizadores.

1.3. Los MCE deben propiciar una ruptura en los conocimientos (prejuicios o supuestos) que los estudiantes poseen para que pueda incorporar el aprendizaje. Este lineamiento debe estar presente en la producción de programas de Desarrollo y Globalizadores.

1.4. Los MCE deben integrar el conocimiento que construyó el estudiante, exponiendo claramente cómo se aplican, su utilidad, sus relaciones y consecuencias reales. Esta norma debe considerarse sobre todo para los programas Globalizadores.

1.5. Los MCE deben promover que los conocimientos aprendidos sean aplicados a otros campos para introducir a los estudiantes en la interdisciplinariedad. Este lineamiento debe concretarse en los programas Interdisciplinarios.

2. El MCE debe tener en cuenta las características del estudiante, sus conocimientos y vivencias, para que puedan ser interesantes e incidan en su formación. Debe tenerse bien presente que los destinatarios de los MCE serán adolescentes y adultos (considerando la población del SEA y del sistema escolarizado).

3. Los MCE deben aprovechar las potencialidades educativas de los medios, apoyarse en las imágenes visuales y acústicas así como en la riqueza que permite la mezcla de lenguajes (verbal, visual, escrito, acústico); no deben limitarse a reproducir clases tradicionales: verbalistas, superficiales, unidireccionales, dogmáticas y de mera recepción pasiva. Deben usarse imágenes acústicas y visuales que despierten el interés, que sirvan para investigar y formar un juicio crítico; que amplíen el marco de experiencias de los alumnos, además de motivar y facilitar un aprendizaje por descubrimiento, con imágenes visuales y acústicas, acompañadas con explicaciones verbales y escritas, que comparen y contrasten, etc. También pueden incluir actividades, problemas a resolver, cuestionamientos que ayuden a la consolidación de los conocimientos adquiridos.

3.1. Los audioprogramas, limitados al área de Lenguaje y Comunicación, de Estructuración, Profundización y Manejo de Técnicas deben aprovechar todos los recursos del lenguaje verbal y sonoro: correcta y clara dicción, musicalización, producción de efectos, etc.

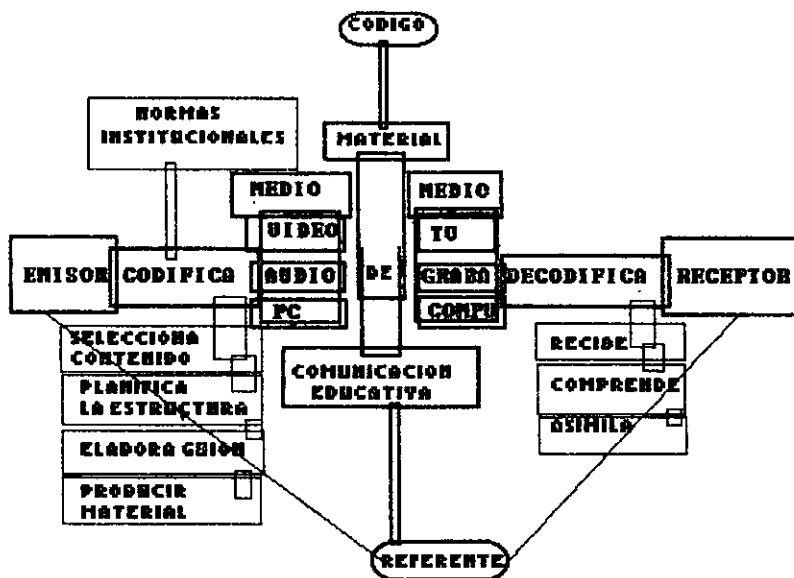
3.2. Los videoprogramas, útiles para todas las áreas y asignaturas y para todo modelo de programa, deben aprovechar todos los recursos de sus lenguajes,

sobre todo el visual (dramatizaciones, imágenes ilustrativas, etc.), acompañado de los otros lenguajes: el sonoro, el verbal y el escrito.

3.3. Los programas de computación, adecuados para todas las áreas, de Desarrollo, Refuerzo y Manejo de Técnicas deben aprovechar la interacción entre el estudiante y la computadora para propiciar el descubrimiento y la construcción del conocimiento, la ejercitación en la resolución de problemas y manejo de técnicas.

ORIENTACIONES METODOLOGICAS PARA LA PRODUCCION DE MCE

Los MCE son mensajes comunicativos, con un uso informativo, que se estructuran de acuerdo al contenido educativo, al modelo del programa, al tipo de medio comunicativo, al formato y al género seleccionado, así como por el conjunto de normas institucionales. Los destinatarios de tales mensajes son los estudiantes, que los reciben grupalmente o de manera individual.



El emisor de los MCE es el Colegio de Bachilleres, que los produce (codifica) de acuerdo a las siguientes fases:

1" Selección del contenido.

Selecciona el contenido, esto es, escoge un tema, unidad o programa escolar, lo define y delimita, investiga todo lo pertinente y traza un esquema de contenido;

2" Planificación del MCE.

Planifica la estructura del MCE, es decir, determina la finalidad y el modelo de programa, el tipo de medio comunicativo, el formato y el género, tomando en cuenta las normas relativas a la didáctica, al tipo de receptor y al aprovechamiento de los lenguajes de los medios.

Por ejemplo:

- Tema seleccionado: Características del SEA.
- Finalidad: promover el SEA y darlo a conocer.
- Modelo de Programa: Programa de Inducción o Introducción.
- Tipo de MCE: Videoprograma.
- Formato: Temático.
- Género: Esquema expositivo.
- Normas a considerar: 1.2., 1.3., 1.4., 2., 3., y 3.2.

Otro ejemplo:

- Tema seleccionado: Textos Poéticos.
 - Finalidad: presentar de manera sistemática los rasgos de la poesía.
 - Modelo de Programa: Programa de Estructuración o Desarrollo.
 - Tipo de MCE: Audioprograma.
 - Formato: Temático.
 - Género: Esquema dialógico.
 - Normas a considerar: 1.1., 1.2., 1.3., 2., 3., 3.1.
-

3" **Elaboración del guión.**

¿Qué es un guión? Recurramos a una de las muchas definiciones que existen: "El guión es la forma ordenada en que se presenta por escrito un programa, conteniendo lo referente tanto a su imagen como a su sonido, destinado a producirse, grabarse y transmitirse. Otra definición lo considera como el documento escrito o visual que sirve de guía para la realización de un mensaje." (González Alonso, C. El Guión, p.15)

Sin embargo, para hacer el guión se debe partir de lo determinado en las fases anteriores, en las que se seleccionó el tema y se planificaron todos los aspectos de la estructura del MCE. Asimismo, es necesario considerar dos rasgos básicos del guión, a saber: 1) que en él se incluye todo lo que se presentará en el programa; y 2) que el guión constituye el esqueleto primordial del programa, lo que permite valorarlo, prepararlo y producirlo. La elaboración del guión también supone una metodología que señalaremos de una manera general a continuación:

-Primer paso: Idea-sinopsis-guión.

Considerando los aspectos determinados en la segunda fase (tema, finalidad, modelo de programa, tipo de MCE, formato y género, normas), se investiga el tema ya delimitado, se organiza el material y se sintetiza en un esquema, seleccionando y jerarquizando lo relevante en una secuencia. Se busca darle una forma atractiva, motivadora y agradable, distinguiendo los bloques y secuencias del programa.; finalmente se hace una sinopsis.

-Segundo paso: Proyecto de guión o preguión.

Se parte de la sinopsis elaborada para desarrollarla, tomando la idea básica como eje alrededor del cual gira el programa. Se le puede dar un tratamiento lógico o cronológico; se divide en bloques y secuencias, en escenas, señalando todo lo que debe acontecer en cada sección, buscando un inicio atrayente, un desarrollo que mantenga la motivación y el interés, y un final culminante, dándole forma al esqueleto del programa.

-Tercer paso: Guión técnico.

Se toma el preguión y se hacen todas las indicaciones complementarias sobre los efectos de sonido, planos de las tomas, decorados, iluminación, enumerando las tomas, efectos, pistas de sonidos, etc., con el fin de integrar todos los aspectos del programa. hilación, audio y video, decorados, etc.

-Cuarto paso: Guión completo.

Integra el preguión con el guión técnico, introduciendo las correcciones y especificaciones necesarias, como la descripción del decorado que ambienta el programa o la escena, los rasgos psicológicos y físicos de los personajes, las acciones de los personajes, las impresiones que se quieren suscitar. Las secuencias o escenas se dividen claramente, y se numeran. Las indicaciones para el audio o el video, como efectos sonoros o tomas) se escriben en mayúsculas y entre paréntesis. Se debe procurar presentar las acciones de principio a fin, manteniendo el interés con la técnica de los "niveles pico" (estructurando contenidos de modo que cuando el mensaje va decayendo en interés, se introducen escenas o secuencias culminantes). El guión debe escribirse en un estilo claro, directo, natural y fluido, evitando rebuscamientos o sofisticaciones. Estas indicaciones son generales ya que así como existen diversos tipos de medios comunicativos, hay muchos tipos de guión (para cine, radio, diaporamas, etc.).

4" Producción de MCE.

Considerando todos los aspectos señalados en el guión, el equipo de producción le hace las correcciones e indicaciones técnicas pertinentes bajo la guía de un director. A continuación, selecciona todo lo que se requiere para materializar el guión: personajes, decorados, efectos, etc. Planifica la producción, y cuando cuenta con lo necesario, pasa a la fase de grabación del MCE: el guión es concretado mientras se copia en los aparatos de registro, materializado en un documento que cuenta con un soporte material gracias al cual puede reproducirse en los aparatos de emisión.

4. PROCEDIMIENTOS PARA LA PRODUCCION DE MATERIALES DE COMUNICACION EDUCATIVA.

IMPACTO E INSERCIÓN DE LOS MCE

En esta parte estableceremos el impacto y la inserción de los MCE así como los procedimientos y recursos humanos, con su perfil y sus funciones, para las fases de **selección de contenido, planificación de MCE y elaboración de guión**, ya que el departamento de producción tiene determinados sus mecanismos y su personal.

Para fijar las pautas que nos permitan priorizar y jerarquizar la producción de MCE tendremos que considerar, centralmente, los **modelos de programas** (de Introducción o Inducción, de Estructuración o Desarrollo, de Refuerzo o Profundización, Interdisciplinarios o Globalizadores, de Manejo de Técnicas), ya que en ellos se sintetizan criterios educativos y didácticos que son útiles para establecer el impacto y la incidencia de los MCE en el Colegio de Bachilleres, principios que orientarán la producción de los mismos. De acuerdo a las "Líneas para la práctica educativa" y otros aspectos del sistema educativo que sirvieron de base para establecer tales modelos de programas, todos son necesarios, pero tienen sus objetivos, su impacto específico, y su momento de inserción en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los programas de Introducción o Inducción justamente inician temas en asignaturas o sirven para promocionar, al CB en el primer semestre, al SEA en las primeras pláticas con los usuarios, a las Capacitaciones Técnicas en el semestre previo a la elección, etc., insertándose en los momentos adecuados para impactar en diversas áreas y servicios de la institución. Los programas de Estructuración o Desarrollo pueden tratar los temas relevantes de todas las materias, incidiendo en todos los semestres y en las evaluaciones. Los programas de Refuerzo o Profundización pretenden apoyar temas complejos y asignaturas con altos índices de reprobación, entrando en los cursos que tengan estas

características e impactando asimismo en las evaluaciones. Los programas Interdisciplinarios o Globalizadores sirven para recapitular de manera integral una asignatura al final o al principio de un curso, introduciéndose en esos momentos; también pueden usarse antes de efectuarse los exámenes. Los programas de Manejo de Técnicas buscan auxiliar a las asignaturas que desarrollan estos temas, apoyando en el momento requerido del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como todos los programas se apoyan en una secuencia lógica, educativa y didáctica, conviene empezar la producción de MCE con los programas relativos a la fase Introductoria o de Inducción, después los referidos al momento de Estructuración o Desarrollo, a continuación los que remiten a la etapa de Refuerzo y Profundización, para concluir con los programas Interdisciplinarios o Globalizadores; los de Manejo de Técnicas se dejarían hasta el final. Asimismo es conveniente empezar a impactar e insertarse a partir de los primeros semestres y avanzar progresivamente, eligiendo los promocionales requeridos y seleccionando con cuidado temas relevantes, asignaturas con altos índices de reprobados, bloques que se presten a ser globalizados y conectados con diversas disciplinas y técnicas que necesiten ejercitación.

Una vez señalados los criterios generales para priorizar y organizar la producción de MCE, estableceremos los procedimientos y recursos humanos para su elaboración.

PROCEDIMIENTOS Y RECURSOS

Los recursos humanos necesarios para producir los MCE son los siguientes:

- Responsable de área (RA)
- Coordinadores de Proyecto (CP)
- Especialista de Contenido (EC)
- Asesor Pedagógico (AP)
- Guionista (G).

El procedimiento general es el siguiente:

- Los CP establecen un programa de proyectos de MCE (criterios, número de programas, plazos) que se presenta a RA para ser aprobado o corregido.
- Una vez que se aprueba el programa de producción, se integran Comisiones de Trabajo (CT) formadas por un docente, considerado como EC, y un AP, que serán responsables, respectivamente, de los contenidos y de los aspectos didácticos, para trabajar proyectos de MCE.
- La CT toma un curso de capacitación sobre la producción de MCE que imparten los CP. Al término de éste, se fijan Programas de Trabajo, con objetivos, fases y plazos.
- En la primer fase la CT hace una selección de contenidos: define y delimita el tema, lo investiga y traza un esquema de contenido. Entrega a los CP para su aprobación.
- Una vez que se aprueba la selección de tema, la CT planifica el MCE: establece el tema explícita y claramente delimitado, el objetivo, el modelo de programa, el tipo de MCE, el formato, el género y las normas a considerar. Entrega a los CP para su aprobación.
- Una vez que se aprueba la planificación del MCE, la CT empieza a elaborar guión y realiza el primer paso de la metodología para hacer guiones: la idea-sinopsis-guión. Entrega a los CP para su aprobación.
- Una vez que se aprueba la idea-sinopsis-guión, la CT realiza el segundo paso: elabora un preguión. Entrega a los CP para su aprobación.
- Los CP se reúnen con RA y G para revisar, aceptar o señalar correcciones al preguión.
- Una vez que se aprueba el preguión, la CT realiza el tercer paso: hace el guión técnico. Entrega a G para su aprobación y corrección.
- Una vez que se aprueba el guión técnico, la CT realiza el cuarto paso: elabora el guión completo. Entrega a los CP para su aprobación.
- Los CP se reúnen con RA y G para revisar, aceptar o señalar correcciones al guión.

-Una vez que se aprueba el guión completo, se remite al departamento de producción para que le haga las observaciones y adecuaciones necesarias. Los CP y la CT mantienen contacto y colaboran con el departamento de producción.

Las funciones de quienes intervienen en esta producción de MCE son las siguientes:

-RA aprueba el programa de proyectos de MCE; designa a las CT; revisa que el trabajo se realice conforme al Programa de Trabajo establecido; revisa con los CP y G los trabajos de la CT, haciendo observaciones para que se corrijan o aprobándolos. Remite al departamento de producción, después de recibir la aprobación de las instancias superiores, el proyecto de MCE.

-CP establece un programa de proyecto de MCE que pone a consideración de RA; sugiere integrantes de CT; imparte curso sobre producción de MCE a CT; revisa que las CT trabajen conforme al Programa de Trabajo establecido; revisa, hace observaciones y aprueba las primeras fases de trabajo de la CT (selección, planificación, idea-sinopsis-guión); revisa con RA y G los productos finales de la CT. Colabora con el departamento de producción.

-EC se compromete a trabajar en un proyecto de MCE; toma un curso sobre producción de MCE; entrega en los plazos establecidos las tareas asignadas; toma en cuenta las observaciones para mejorar el proyecto de MCE; se responsabiliza, principalmente, de los contenidos y de su organización. Trabaja como CT.

-AP se compromete a trabajar en un proyecto de MCE; toma un curso sobre producción de MCE; entrega en los plazos establecidos las tareas asignadas; toma en cuenta las observaciones para mejorar el proyecto de MCE; se responsabiliza, principalmente, de los recursos didácticos del proyecto de MCE. Trabaja como CT.

-G, un profesional con experiencia, revisará con RA y CP los resultados de la CT, haciendo observaciones para mejorarlos y ayudándolos en las fases finales (con correcciones y mejoras en el guión técnico y en el guión completo)

3.3.2. Valoración:

Aunque para mí ésta fue una experiencia importante, que me permitió internarme en un terreno que no conocía (el de los materiales de comunicación educativa), conocer y aprender muchos temas nuevos, me parece que el Colegio no la aprovechó. Cuando ya se había realizado el diagnóstico y se había presentado un proyecto sustentado teóricamente y metodológicamente para pasar a la producción, simplemente se me apartó y se lanzó otro proyecto que empezó a repetir los defectos ya detectados.

Me cuesta trabajo valorar objetivamente el Manual presentado y reconozco que me falta experiencia en este campo, pero confío en la fuente principal a la que recurrí: la obra de Poloniato (Géneros y formatos..., 1992). Traté de hacer las adecuaciones pertinentes para el SEA del CB, con sus líneas pedagógicas, y de determinar un procedimiento que asegurara la valoración del proyecto previo a la producción. Sin embargo, faltó la prueba de la práctica. Ni siquiera es posible hacer un contraste objetivo con los productos que el CB ha impulsado (videos educativos, principalmente) porque no han salido a la luz pública. Existen casos en los que los profesores que realizaron los guiones se han quejado de la producción, otros en los que los productores cuestionaron el guión, e incluso se ha llegado al absurdo de que, una vez realizada la obra, se ha abierto un curso para evaluarlos previamente a su difusión -detectándose fallas conceptuales, didácticas y de producción en esos materiales. Tal vez la improvisación y una inadecuada planeación fueron la causa del hasta ahora fallido intento del CB de producir material comunicativo educativo. La propuesta que presenté y que fue desdeñada por lo menos buscó un sustento teórico y didáctico y planteó un procedimiento más racional.

Capítulo 4:
EDUCACION PARA LA COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN
PARA LA EDUCACION

En esta última parte, intentaremos derivar algunas propuestas del examen de mi experiencia profesional como docente en el Colegio de Bachilleres y de los problemas planteados y enfrentados en estos años

4.1. Respetto a la Enseñanza de la Comunicación:

Para la enseñanza de la Comunicación a nivel bachillerato -y en otros niveles escolares- un proyecto me parece central: impulsar la llamada "Comunicación para la Recepción". Al respecto quisiera retomar la ponencia: "Mediaciones y Recepción en la Comunicación de Masas", que presenté al "Encuentro de Profesores de Comunicación del Colegio de Bachilleres" del 30 de junio de 1995:

Mediaciones y Recepción en la Comunicación de Masas

UNA PROPUESTA TEORICO-METODOLOGICA

Esta ponencia pretende ofrecer algunos elementos teórico-metodológicos para lograr que nuestros alumnos de TAC desarrollen la habilidad de la recepción crítica de los mensajes que difunden los Medios de Comunicación de Masas. ¿Por qué teórico-metodológica?

Desde una perspectiva teórica, planteamos una propuesta de estrategia de enseñanza-aprendizaje que, sin abandonar la teoría crítica que piensa los Medios de Comunicación de Masas desde su función reproductiva (p.e., M.M. Serrano en La producción social de comunicación), va más allá de esa lógica cerrada y fatalista del "reproduccionismo" y considera tanto las "mediaciones" de los Medios (Barbero) como la posibilidad de una "educación para la recepción" (Mercedes Charles), es decir, toma en cuenta las "mediaciones" en las que se reciben los mensajes de los Medios y valora a los perceptores como agentes activos que pueden desarrollar una recepción lúdica, analítica, crítica e incluso estética de los Medios. Además, se quiere retomar una indicación del propio programa de TAC (enfoque de TAC I, inciso b) que, sin embargo, parece no explicitarse en sus objetivos de operación, a saber:

"Esta propuesta crítica [del programa] requiere metodologías de análisis que pueden ser tomadas de una o varias corrientes teóricas; es importante utilizar diferentes categorías de análisis que permitan al estudiante adoptar una posición crítica frente a los medios. ... [En el aspecto didáctico del programa se insiste en la pluralidad de métodos:] el método de análisis no es único, no parte de una concepción teórica en particular sino que el profesor deberá conjugar las diferentes posturas teóricas según los niveles que conforman la estructura, la función y la ideología del mensaje."

Sobre este momento indefinido y abierto del programa, cuando lo teórico se vuelve metodológico, deseamos hacer una propuesta y propiciar una reflexión colectiva.

Desde el punto de vista metodológico, la materia de TAC debe centrarse en la generación de habilidades para el análisis y la crítica de los mensajes de los Medios de Comunicación de Masas. Tal vez sea éste el reto más importante de los cursos de TAC. Para enfrentarlo, proponemos ejercitar diversos métodos de reflexión, juego, análisis y crítica que de manera progresiva profundicen en la lectura y recepción de los Medios. Abriendo un espacio en la 2ª unidad de TAC I para el conocimiento y la aplicación de estos métodos, se propone, en concreto, partir de la reflexión sobre las "mediaciones" de la recepción de los mensajes e los Medios; en un momento posterior, se intentaría subvertir la recepción de los Medios jugando con sus mensajes; se avanzaría, después, en el análisis de los formatos y contenidos de los productos comunicativos; con tales elementos se practicaría a continuación la lectura crítica de los Medios; tal lectura se profundizaría y ampliaría con elementos del análisis del discurso y culminaría con una recepción estética que pueda discriminar el arte del pseudoarte. Estos métodos se ejercitarían en el estudio de cada medio en particular. De manera muy esquemática intentaremos trazar algunas indicaciones sobre el sentido de tales métodos.

MÉTODOS PARA LA RECEPCIÓN

1ª RECEPCIÓN MEDIADA:

Jesús Martín Barbero, colocándose más allá de los paradigmas teóricos del ideologismo y el informacionalismo, se reencuentra con la real "comunicación en

proceso" como parte de una batalla simbólica dentro de la disputa cultural (transnacionalización/identidad nacional, poder/resistencias) en América Latina. Sale del mero análisis de los Medios y revaloriza lo cultural como percepción de "dimensiones inéditas de conflictos sociales, la formación de nuevos sujetos - regionales, religiosos, sexuales, generacionales- y formas nuevas de rebeldía y resistencia." De esta manera, Barbero pasa De los medios a las mediaciones: se interna sin mapas (o con "mapas nocturnos") en el nuevo campo de las "mediaciones culturales" separando la lógica de la producción de los Medios y la lógica de los usos, intentando discriminar los elementos libertarios mezclados y en conflicto con los enajenantes. Desde esta perspectiva, se puede intentar que los alumnos reflexionen e investiguen la inserción de los Medios en la mediación de la cotidianidad familiar con preguntas como las siguientes: ¿cómo ven la tele? ¿qué lugar ocupa el aparato televisor en la casa? ¿qué usos tiene (informativo, entretenimiento, cultural)? ¿qué le critican y qué valoran? Una discusión grupal seguramente revelaría la importancia de los Medios en la "enculturización" y la vida cotidiana de los estudiantes.

2" RECEPCION LUDICA:

Sara Corona Berkin propone un modo diferente de recepción activa y subversiva de los Medios: el jugar con ellos, tomar sus mensajes como juguetes y reutilizarlos lúdicamente, tomando distancia de ellos, desmitificándolos y ridiculizándolos. Pese a que ella parece limitar este tipo de recepción a los niños, creemos perfectamente posible hacerla extensiva a los alumnos -e incluso a los maestros. Recordemos que ya hace años Ludovico Silva (Teoría y práctica de la ideología) proponía divertir(se) con los superhéroes ridiculizándolos. Sara Corona (El genio de la botella) propone interesantes juegos con los Medios como escribir finales de telenovelas de modo, ironizar a los superhéroes llevándolos a la vida cotidiana, etc. Sin duda, este tipo de ejercicios además de fomentar el análisis, la crítica y la creatividad de los alumnos, resultarían significativos y divertidos.

3" RECEPCION ANALITICA:

Como momento previo a la recepción crítica es necesario desarrollar un tipo de recepción que sea capaz de distinguir y caracterizar los formatos y los contenidos de los productos que difunden los Medios, estos es, debemos capacitar a los alumnos para que puedan determinar partes, secuencias, estructuras, géneros, temas, etc.

4" RECEPCION CRITICA:

Manuel Martín Serrano ha trazado lineamientos que pueden orientarnos en la enseñanza-aprendizaje de una recepción crítica. A partir de la distinción de tres formas de empleo de la comunicación -el uso informativo, el reproductivo y el contracomunicativo (La mediación social)-, se analizará el uso reproductivo de la comunicación por los Medios detectando la mitificación y ritualización de los mensajes. Esta perspectiva general permitiría a los alumnos cuestionar el uso reproductivo de la comunicación y detectar mitos y ritos en diversos medios comunicativos (comics, canciones, programas televisivos, revistas, etc.). Estos elementos se integran con las "lecturas ideológicas" promovidas por Mattelart y Daniel Prieto que proponía: 1) detectar los contenidos manifiestos y latentes, 2) identificar la versión del mundo parcial que diluye los conflictos, recupera la impugnación y naturaliza los problemas sociales, 3) reconocer los tipos de persuasión, y 4) considerar los elementos de los relatos (Para leer el Pato Donald de Dorman y Mattelart; Elementos para el análisis de los mensajes de Prieto). En Educación para la recepción también se hacen propuestas interesantes.

5" RECEPCION DEL DISCURSO:

Daniel Prieto (en La fiesta del lenguaje) ha cuestionado los límites de las "lecturas ideológicas" planteando un más integral y complejo análisis del discurso considerando varios planos del análisis (de estructuras básicas, narrativo, estilístico e ideológico) que habría que retomar en los cursos de TAC.

El análisis del discurso, sin embargo, para no perderse en los ejercicios hermenéuticos de posestructuralistas y posmodernos necesita manejar como referente el campo cultural concebido como arena de conflictos entre poderes y

resistencias, heteronomías y autonomías, para integrarse así a una pedagogía crítica que desde la perspectiva de la educación ciudadana (Giroux, La escuela y la lucha por la ciudadanía) promueva la adquisición de facultades críticas y una alfabetización política en alumnos que lleguen a ser ciudadanos (y no súbditos) críticos y participativos en la recreación de una sociedad más autónoma y humanizada.

6" RECEPCION ESTETICA:

La lectura ideológica de los Medios y el análisis del discurso de los mensajes promueven una facultad crítica y, al mismo tiempo, ponen las bases para afinar el gusto estético y desarrollar la crítica artística. El cuestionamiento a relatos difundidos por los Medios (ritualizados y mitificados, fragmentarios y evasivos, reproductivos y dominantes, superficiales y repetitivos) apunta a un juicio estético y a una distinción introductoria entre el pseudoarte que promueven los Medios y el arte auténtico (innovador y subversivo, totalizador y autoconcientizador, crítico y libertario, profundo y creativo). Los métodos de recepción pueden ir más allá de la crítica y el análisis promoviendo la apreciación y el goce estético. De hecho, Serrano ha apuntado en esta perspectiva cuando distingue y confronta el uso reproductivo de la comunicación con el uso contracomunicativo; Daniel Prieto también abordó esta cuestión en una breve Estética que publicó la ANUIES. Podemos promover ejercicios elementales comparando obras artísticas y productos comunicativos de los Medios, pero también ensayos de crítica artística (de películas o comics, etc.). Este tipo de recepción puede resultar muy fructífero y se presta asimismo a diversos enfoques.

Tal es, en sus líneas generales, la propuesta de integrar en una progresión de menor a mayor complejidad diversos y válidos métodos de recepción activa de los mensajes de los Medios. Creemos que vale la pena abrir un espacio en nuestros cursos para mostrarlos y ejercitarlos. Lo más probable es que junto con nuestros alumnos reflexionaríamos sobre nuestras mediaciones culturales, nos divertiríamos jugando con los Medios y nos afirmaríamos como receptores activos. Y de eso se trata, en los cursos y en nuestras vidas.

4.2. Respecto a los Fascículos el área del Lenguaje y la Comunicación:

Aunque la elaboración de los fascículos se corresponde con el reformado Modelo Educativo del Colegio de Bachilleres, la manera de promover su producción resultó cuestionable: desde la formulación de un programa de estudios prácticamente preestablecido que no partió de un análisis crítico del anterior ni permitió una participación más amplia de docentes, hasta la apresurada e improvisada elaboración de estos materiales, así como su deficiente edición y distribución. Lo más criticable, como ya lo señalé, fue la fragmentación de los contenidos programáticos y su carácter híbrido (para el SEA y para el escolarizado). Con todo, cabe reconocer que la experiencia de que maestros del CB los hicieran -tomada académicamente y no como cuestión mercantil- implica tanto un reconocimiento a los mismos como un estímulo para hacer un trabajo de investigación y divulgación académica que promueve la formación y actualización docente. Así como se hicieron excelentes materiales hubo otros de una calidad muy cuestionable porque se careció de tiempo para investigar, redactar y corregir -y en ocasiones, hasta faltó un compromiso mayor de los asesores externos. El diseño didáctico, aunque en principio está bien planteado, se descuidó en muchos casos, permitiendo que se sobrecargaran con ejemplos trivializadores o con demasiadas actividades. Sin embargo, después de haber pasado unos años es claro que urge reformarlos y rediseñarlos para que funcionen de manera más adecuada en ambos sistemas académicos del Colegio. Para ello se requiere, desde mi punto de vista, lo siguiente:

- terminar con su carácter híbrido y centrar estos materiales fundamentalmente para el SEA;
- uniformarlos y evitar la excesiva fragmentación de los contenidos programáticos, integrándolos por Unidades o Asignaturas y reduciendo el número de autores;
- integrar un equipo de asesores de reconocido nivel académico y experiencia docente, comprometidos a fondo con este proyecto;
- mejorar tanto su edición como su distribución; promover su revisión y actualización permanente.

4.3. Respecto a los Materiales de Comunicación Educativa:

El proyecto de Materiales de Comunicación Educativa que presenté al Colegio de Bachilleres se quedó en una mera propuesta. Este proyecto partió de un análisis y diagnóstico de los materiales anteriormente producidos por el C.B. bajo las orientaciones didácticas conductistas de la tecnología educativa, que sólo los consideraba como *reforzadores del aprendizaje*; por ello su utilización era opcional. Los principales errores de los audiomódulos, telemódulos y teleprácticas (221 programas) fueron la falta de adecuación entre el tema y el medio comunicativo que se empleó para producirlos; muchos de ellos recayeron en una trivialización de los contenidos, además de que fomentaban una enseñanza receptiva y pasiva de contenidos que de por sí eran fragmentados y fuera de contexto; se utilizó incorrectamente el formato de la dramatización subordinando los contenidos a situaciones humorísticas por lo que resultaron infantiles y desvirtuaron su sentido educativo.

Para erradicar las imprecisiones y los errores anteriormente indicados se planteó un marco teórico y pedagógico que proponía que en los Materiales de Comunicación Educativa era necesario conjugar el concepto de enseñanza y aprendizaje contenidos en el Modelo Educativo del Colegio de Bachilleres, las Líneas de la Práctica Educativa, las Fases del Modelo Educativo del SEA. En la propuesta de Materiales de Comunicación Educativa el conocimiento debía ser planteado como un problema para introducir al estudiante en el desarrollo de un tema en el que encontraría explicaciones a fenómenos humanísticos o científicos. Su metodología buscaría promover la capacidad para el análisis, la síntesis, la contrastación, la abstracción y el desarrollo de habilidades, de tal manera que el estudiante construyera los conocimientos que le servirán en su vida universitaria, laboral o en su relación con su comunidad. Estos Materiales partirían de una ruptura o fractura en los conocimientos que el estudiante posee, para poder así reestructurar e incorporar nuevos saberes y crear una estructura que permita que los conocimientos adquiridos sean aplicados en otros campos, introduciéndolo en la interdisciplinariedad.

Se proponía que los Medios de Comunicación Educativa se usaran no sólo en el SEA y para determinados temas, sino que se aprovecharan las potencialidades educativas de los medios comunicativos en el proceso de enseñanza-aprendizaje del Colegio; se planteaba la producción de materiales que se apoyaran en imágenes visuales y sonoras así como en la riqueza de sus lenguajes; no debían limitarse a reproducir las clases tradicionales verbalistas, superficiales, unidireccionales y de mera recepción pasiva. Se recomendaba usar imágenes acústicas y visuales que despertaran el interés, que sirvieran para investigar y formar un juicio crítico; que ampliaran el marco de experiencias de los alumnos, además de motivar y facilitar un aprendizaje por descubrimiento, etc. También se planteaba la necesidad de incluir actividades, problemas a resolver, cuestionamientos que ayudaran a la consolidación de los conocimientos adquiridos. Para la producción de los Materiales de Comunicación Educativa se tenía que clarificar previamente el tipo de programas, de materiales, de formatos y géneros que se usarían para así ampliar la gama de posibilidades; se requería asimismo definir de entrada la adecuación entre tema y programa, medio comunicativo, formato y género.

La propuesta de Materiales de Comunicación Educativa no sólo se hizo a partir del análisis de los materiales del Colegio, también se hizo una somera revisión de otras experiencias educativas (el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa, principalmente) y un estudio para definir un enfoque teórico (retomando el que elaboró Alicia Poloniato, 1992, ya antes referido). Se intentó fijar un procedimiento que guiara cada fase de su producción.

Haciendo caso omiso del "Manual para la Elaboración de Materiales de Comunicación Educativa" que presenté, el Departamento de Materiales Didácticos del Colegio de Bachilleres implementó a partir de 1994 la producción de videos educativos sustentada en una Propuesta didáctica para la elaboración de material en video (COSEA, 1994), en la que se plantea lo siguiente:

"Un video es una señal que transporta información visual con la finalidad de transmitir un mensaje. En este sentido, un video didáctico es aquel diseñado especialmente para apoyar la construcción del

conocimiento y el desarrollo de habilidades y actitudes de tal manera que se propicie el aprendizaje en los estudiantes(...)

Sus funciones son:

- Motivar al estudiante
- Apoyar la construcción de conocimientos de difícil aprendizaje
- Retroalimentar contenidos de aprendizaje
- Consolidar el conocimiento”

Como se puede apreciar, no sólo se reducen el tipo de materiales de comunicación educativa a los videos, también sus objetivos son bastante limitados, ya que, como posteriormente lo señalan, tienen exclusivamente dos tipos de intervención:

“Remedial: en el sentido de que permiten al estudiante con problemas de reprobación de la asignatura tenga la oportunidad de aproximarse a los temas en una forma didáctica diferente a la experiencia del aula y/o de los textos.

Preventivo: dentro del programa de estudios se han identificado temas que son de difícil aprendizaje ya sea por su complejidad o su formalización; la utilización del video para estos temas permitirá al estudiante reforzar su conocimiento de los mismos así como entender temas subsecuentes que implican continuidad y a la larga evitar la reprobación de la asignatura”

Considero que la producción de materiales de comunicación educativa que empezó a promover el Colegio de Bachilleres tienen fallas que podemos detectar contrastándolas con lo propuesto en el “Manual para la producción de Materiales de Comunicación Educativa”.

La finalidad educativa de los videos se limita únicamente a reforzar los conocimientos en las asignaturas de Química, Física y Matemática, por lo que sigue prevaleciendo una concepción estrecha de su uso; en cambio, los Materiales de Comunicación Educativa tenían un empleo integral en el proceso educativo, distinguiendo diversos programas: de Inducción, para poner en contacto a los estudiantes con problemas relacionados con las asignaturas del Plan de Estudios; de Estructuración y Desarrollo, para exponer un tema, de modo que el alumno comprendiera la génesis y construcción de los conocimientos; Interdisciplinarios y Globalizadores, que tenían la finalidad de relacionar contenidos de diferentes temas o asignaturas; y, finalmente, de Manejo de Técnicas, para ilustrar y ejercitar diversas habilidades. Todos estos programas se podían organizar en audioprogramas, videoprogramas y programas de computación, con diversos formatos y géneros.

Para la producción de los videos educativos del C.B. se pretendió seguir las fases del aprendizaje que marca el Colegio (Inducción, Estructuración, Consolidación y Retroalimentación), pero se formaron equipos hasta de tres profesores para elaborar un guión para un producto que no iba a rebasar los veinte minutos y un breve cuaderno de trabajo complementario para ser usado antes, durante y después de la proyección del video. Al igual que en los fascículos, al integrar a tanta gente se fragmentaron los contenidos programáticos. El "Manual para la producción de Materiales de Comunicación Educativa" siempre cuidó que esa fragmentación no ocurriera. En los materiales que está haciendo el Colegio también existe una sobrecarga de actividades pues le solicitan al estudiante desde un resumen de lo que trata el video, la resolución de los cuestionarios del cuadernillo, hasta dar respuestas a las interrogantes que se hacen en el propio video -para lo cual se tiene que detener la reproducción del videocasste y se vuelve una clase verbalista. De hecho, se pidió a los elaboradores que plantearan de quince a veinte actividades, entre problemas, ejercicios y preguntas en las que se pide que "el alumno utilice el método propio de la asignatura"; también se le solicita que establezca nexos con otros conceptos y/o asignaturas, ¡y todo ello a partir de una proyección que dura de quince a veinte minutos! Parece que tantas actividades liegan a diluir los contenidos. En el "Manual" el contenido definía qué tipo de material, formato y género eran los pertinentes, pero nunca sobrevaloró las actividades respecto a los contenidos.

En resumen, al no considerar un conjunto de criterios como los que se fijaron en el Manual propuesto (la finalidad, el área de conocimientos, el modelo de programa, el formato a seguir, así como el género adecuado) en la producción de los videos educativos se desvirtuaron las orientaciones del Modelo Educativo del C.B. y se limitó el potencial educativo de este tipo de materiales de comunicación educativa. De hecho, se perdió la riqueza visual y sonora, el atractivo de estos lenguajes, al reproducir clases tradicionales, a pesar de incluir actividades de regulación.

Además de lo ya planteado en el "Manual para la producción de Materiales de Comunicación Educativa", creo que existen otras alternativas (que, por cierto, también propuse), que no implican su factura, para que estos materiales sean aprovechados en las instituciones educativas:

- formar videotecas con videos educativos y culturales que han producido otras instituciones; conectarse con proyectos de televisión educativa y de videoconferencias, valorando qué programas pueden ser utilizados provechosamente en el centro educativo;

- organizar audiotecas con cassettes educativos y culturales, grabaciones de audio conferencias, etc.;

- aprovechar las salas de computo que hay en los planteles para manejar enciclopedias digitales en CD room y establecer conexiones educativas a través de Internet, ampliando así la gama de posibilidades que brindan las nuevas tecnologías comunicativas a la educación.

Educación para la Comunicación y Comunicación para la Educación

De pronto, todo parece conectarse: el examen de la enseñanza de la Comunicación nos conduce a nuevos enfoques teóricos que podemos denominar como "Educación para la Comunicación" -pero ya no centrada en los Medios sino en las mediaciones, en la recepción-; esta "educación para la recepción" redefine nuevas tareas para la comunicación, abriéndose al estudio y la práctica de experiencias de recepción crítica y educativa de organizaciones, movimientos y sectores populares -o, como ahora se dice, de la sociedad civil-, pero también al análisis de la recepción de los medios en la cotidianidad familiar y propuestas de recepción activa; por esta vía se ha insistido en la necesidad de ligar a la escuela con estas experiencias de recepción, tal y como se propone en el nuevo programa de estudios de TAC del Colegio de Bachilleres. Este enfoque replantea asimismo el propio proceso educativo desde el enfoque comunicativo: se va volviendo "Comunicación para la Educación", y no sólo con ideas para el uso de los mensajes de los Medios de Comunicación de Masas en la escuela sino con

planteamientos en el propio proceso de enseñanza-aprendizaje del aula, en el diseño de los materiales educativos, en la formación docente. Ello tiene implicaciones, como ya se vió, tanto en la cuestión de los fascículos como en la de los Materiales de Comunicación Educativa. La Educación para la Comunicación es, también, Comunicación para la Educación.

CONCLUSIONES

Estudí la carrera de licenciada en "Periodismo y Comunicación Colectiva" en la ENEP-UNAM Acatlán y llevo varios años como profesora de Taller de Lectura y Redacción y Taller de Análisis de la Comunicación en el Colegio de Bachilleres. Como académica del C.B. he tomado cientos de horas-curso (más de 600 horas), tanto de formación didáctica como de actualización en el área de Comunicación y Lenguaje, incluso he dado algunos de esos cursos. A lo largo de estos años, sea aplicando los conocimientos adquiridos en mis clases, sea planeando y renovando mi práctica docente, me he formado como maestra.

Tuve la experiencia de participar en el diseño de un programa de estudios de comunicación a nivel medio superior así como de desarrollarlo en un material de estudios para el Sistema de Enseñanza Abierta del C.B. También llevé a cabo, por encargo del propio Colegio, un análisis de los "materiales complementarios" del SEA y presenté un proyecto para producir Materiales de Comunicación Educativa. He participado en la elaboración de cuatro fascículos del área de Lenguaje y Comunicación. Esta, para mi importante, experiencia la he expuesto y analizado en los capítulos anteriores. He tenido que revisar prácticamente toda mi actividad profesional y ahora debo conectarla con mi formación escolar universitaria para derivar algunas propuestas dirigidas a la formación profesional de comunicadores.

Al estudiar la carrera de Comunicación padecí las "deficiencias congénitas" de esta disciplina que Guillermo Orozco (Al rescate de los medios, 1994) atinadamente señala:

-Sufrí la "ambición conexionista" que aglomeró las "ciencias de la comunicación" con varias otras disciplinas que se consideraban esenciales para una formación integral del comunicador; el resultado fue que todo estaba fragmentado y relativizado -la "comunicación" llegó a volverse un rompecabezas que todavía no acabo de juntar, de modo que mi identidad como profesional de la comunicación

también se hizo difusa -llegué a pensar que negaba mi carrera si me asumía como maestra;

-Viví asimismo el "reduccionismo" de centrar la formación en los Medios de Comunicación de Masas, con el agravante de que no se nos capacitó adecuadamente ni para el análisis de sus mensajes ni para el manejo de sus lenguajes;

-Padecí la tendencia "separatista" que colocaba de un lado a la teoría con la academia y en el otro extremo a la práctica, con las experiencias sociales; durante años, como académica reproduje el esquema: separaba la docencia de la investigación y de las experiencias de la práctica comunicativa;

-Tuve una deficiente formación pedagógica que resentí cuando me empecé a dedicar a la docencia.

Con la **experiencia en comunicación y educación** que he expuesto y analizado anteriormente me vi confrontada con todos esos problemas: abandonando las "ambiciones conexionistas" logré acomodar una teoría social crítica de la comunicación (con Manuel Martín Serrano y muchos otros); superé el "reduccionismo" y empecé a pasar -como pide Martín Barbero- "de los Medios a las Mediaciones", de la lógica del emisor a las experiencias de los sujetos receptores; mi identidad profesional volvía a cobrar forma con ese enorme campo de experiencias que ha abierto la "Educación para la recepción" (que Guillermo Orozco y Mercedes Charles han impulsado con bastante éxito en el ámbito educativo), en las que pueden reunirse la teoría y la práctica, la docencia y la investigación, la comunicación y la educación; he repensado la relación entre los recursos de la comunicación para una pedagogía crítica (como la que plantea Henry Giroux) más eficaz.

De alguna manera, sobre la marcha y todavía con insuficiencias, he ido superando los problemas de una formación profesional deficiente. En esta última parte del informe quisiera hacer algunas propuestas en relación a esa negativa experiencia de mi formación académica.

TEORIA CRITICA DE LA COMUNICACION

-Es necesario definir como campo de estudios una teoría social de la comunicación y evitar la "ambición conexionista" (pretensión a la que le cae muy bien ese dicho de que "el mucho abarca poco aprieta") que al saturar de información diversa y contradictoria sólo trae confusiones y vaguedades pero no una verdadera formación profesional académica;

-Se requiere promover, además, una perspectiva crítica en el estudio de la comunicación social -evitando así el relativismo que promueve la presentación de las diversas teorías de la comunicación social que existen, que sólo redundan en una formación deficiente-; el referente del enfoque crítico sólo puede ser la democracia; como dice Guillermo Orozco, se trata de

"preparar comunicadores, que además de conocer técnicamente el funcionamiento de los medios como tales (...), sean capaces de entender a los medios también como instituciones histórica y políticamente situadas, y puedan desarrollar estrategias para administrar eficientemente en función de la sociedad y según valores democráticos." (Orozco, 1994, p.23)

-Es necesario acabar con esa "reducción" de la Comunicación a los Medios de Comunicación de Masas ya criticado y estudiar tanto los Medios (la lógica del emisor) pero también las mediaciones (las experiencias de los sujetos receptores);

-Se debe preparar en el análisis de los Medios y sus mensajes así como en el manejo de sus lenguajes; promover uno y desalentar otro lleva a los extremos que Eco señaló hace muchos años: la de los apocalípticos sobreideologizados y la de los técnicos integrados; por eso es necesario conjuntar el desarrollo de habilidades técnicas en el manejo de los Medios y la preparación teórica con una perspectiva crítica y democrática;

-Es preciso conectar la escuela, la formación académica universitaria, con experiencias sociales de intervención comunicativa; no es posible seguir

separando el saber de su ejercicio social; la teoría debe iluminar la práctica y ésta debe de enriquecer a la otra; en ese sentido, aparte de promover contactos de las escuelas de comunicación con organizaciones de la sociedad civil, es necesario preparar a los comunicadores en la investigación social participativa (Cf.: Orozco, Idem., "La investigación participativa y la práctica del comunicador").

EDUCACION Y COMUNICACIÓN

-Se requiere definir como orientación fundamental la "educación para la recepción":

para trascender los modelos reproducionistas y fatalistas de cierta teoría crítica, los estudios sobre la recepción son un buen correctivo que, además, "reclasifica" el fenómeno comunicativo abriendo un amplio y fructífero campo de estudios y prácticas. Mercedes Charles y Guillermo Orozco (Educación para la Recepción, 1990, p.22) lo plantean de la siguiente manera:

"Los estudios críticos sobre el proceso de recepción se centran en el conocimiento de los hábitos de exposición a los medios de comunicación y los usos de los diversos grupos, en la refuncionalización y resemantización de los géneros y contenidos, entre otros. En estos estudios se logra rebasar la concepción de la recepción como un proceso condicionado a una causalidad lineal, donde el sujeto receptor es sólo el polo más frágil y pasivo dentro del ciclo comunicativo. La recepción se considera como un proceso múltiple y contradictorio, donde entran en juego una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales en las que está inserto el sujeto, como por su posición social, cultural e histórica."

-Es necesario preparar en los diversos modos de recepción: sociocultural, como la plantea Barbero, estudiada por Orozco en varios ensayos; lúdica, como lo ha hecho Sara Corona y como lo reivindica Daniel Prieto en La fiesta del lenguaje; analítica (de lenguajes, géneros, formatos, etc.); crítica, sea con los lineamientos de las lecturas ideológicas que practicaban Mattelart y otros hace años o con los recursos de Martín Serrano (uso del lenguaje, mitificación y ritualización); del discurso, intentando -como dice Prieto- recrear el "universo discursivo" que atraviesa a los Medios y a las mediaciones, intentando comprender las significaciones imaginarias que unifican y dan sentido a ciertas sociedades y épocas históricas, para lo cual es necesario relacionar el discurso con el Poder

(Foucault) y ampliar las categorías del análisis para un examen no reductivo del discurso; estética, retomando lo afectivo y creativo que implica la recepción lúdica con una recepción gozosa, imaginativa que sensibilice más allá de la percepción estereotipada y trivializada de la cotidianidad.

-Se debe establecer un eje pedagógico a partir de la "educación para la recepción" y otro a partir de la teoría crítica: una pedagogía crítica para formar ciudadanos democráticos. Henry Giroux (La escuela y la lucha por la ciudadanía, 1993) ha planteado como parte de una "pedagogía crítica" que trascienda los modelos reproductivistas hacia formas alternativas de resistencia, la necesidad de educar a los estudiantes en el examen de los procesos culturales promoviendo la adquisición de facultades críticas capaces de analizar tres discursos fundamentales (el de la producción, el textual y el de las culturas vividas).

"Dentro de esta perspectiva, las escuelas deberán caracterizarse por una pedagogía que demuestre que está comprometida a encarar los puntos de vista y los problemas que preocupan hondamente a los estudiantes en su vida cotidiana. Es igualmente importante la necesidad de que las escuelas cultiven un espíritu de crítica y de respeto por la dignidad humana, que sea capaz de vincular las cuestiones personales con las sociales en torno al proyecto pedagógico de ayudar a los estudiantes a convertirse en ciudadanos críticos y activos." (Giroux, 1993, p.221)

COMUNICACION Y EDUCACION

-Se necesita conectar la comunicación con la educación. Daniel Prieto ha apuntado algunas sugerencias al respecto:

- 1) Revisar los programas de formación de docentes para incorporar en ellos elementos comunicacionales útiles a la labor educativa;
- 2) Revisar los programas de enseñanza para enriquecerlos con aportes de la comunicación, sean en medios, mensajes o actividades de los estudiantes;
- 3) Recuperar formas de análisis de mensajes para proceder a un análisis de los materiales (libros de texto, otras publicaciones, láminas, diapositivas, etc.) en uso de los establecimientos educativos;
- 4) Promover el acercamiento entre las escuelas de comunicación y las de formación de docentes, a través de seminarios y talleres que permitan una mutua comprensión y capacitación;
- 5) Recuperar la creatividad de los docentes en materia de comunicación, a través de testimonio grabados en video, publicaciones y reuniones especiales;
- 6) Reunir y analizar experiencias en comunicación y educación realizadas en el contexto latinoamericano;
- 7) Evaluar los sistemas de comunicación interna y externa utilizados en las escuelas en particular y los sistemas educativos en general." (Prieto, 1986, pp.74-75)

-Se requiere promover la producción de materiales de comunicación educativa con las técnicas y el conocimiento de los lenguajes de los medios.

-Se debe investigar los usos y potencialidades de las nuevas tecnologías comunicacionales en la educación.

Termino este informe sobre una experiencia de comunicación y educación en el bachillerato con un saldo positivo y un nuevo horizonte de estudios y práctica docente.

BIBLIOGRAFIA

- Acuña Escobar, Carlos Preparación de Informes Escritos. UNAM, México, 1985.
- Aguilar Plata, Blanca. La Noticia y la Nota Informativa. UNAM, México, 1988.
- Alva de la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. El Caballito, México, 1982.
- Aparici, Roberto y García Matilla, Agustín. Imagen, Video y Educación. FCE, México, 1989.
- Arredondo R., Pablo y Sánchez Ruíz, Enrique. Medios de Comunicación Social, Poder y Democracia en México. Universidad de Guadalajara, México, 1978.
- Balázs, Bela. El Film. Losange, Buenos Aires, 1957.
- Bazán, José et. al. Estrategias de Lectura y Redacción. UNAM. México, 1989.
- Bejar Navarro, Raúl. "Qué es Cultura Popular" en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. No. 95-96, UNAM, México, enero-junio, 1979.
- Bernal Sahagún, Victor M. Anatomía de la Publicidad en México. Nuestro Tiempo, México, 1985.
- Bernal Sahagun y Torreblanca, Jacques (Comp.) Espacios de Silencio. Nuestro Tiempo, México, 1988.
- Bohman, Karin. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. Conaculta-Alianza Editorial, México, 1989.
- Caro, Pio. Las Estructuras Fundamentales del Cine. Patria, México, s/f.
- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico. Cómo Analizar un Film. Paidós, México, 1991.
- Cassany, Daniel. Describir el Escribir. Paidós, Barcelona, 1989.
- Castañeda Yánez, Margarita. Los Medios de la Comunicación y la Tecnología Educativa. Trillas, México, 1979.
- Cázares Hernández, Laura et. al. Técnicas Actuales de Investigación Documental. Trillas, México, 1990.
- Colegio de Bachilleres. "Caracterización del Estudiante del SEA". C.B., COSEA, México, 1991.

- _____. "Formación Pedagógica y Metodológica Para el Personal del SEA". C.B., COSEA, México, 1992.
- _____. "La Concepción Pedagógica del Colegio de Bachilleres". C.B., Secretaría Académica, México, 1992.
- _____. "Manual de Procedimiento Para Elaborar Materiales Didácticos". C.B., COSEA, México, 1988-1994.
- _____. "Manual Para Oientar la Elaboración del Cuaderno de trabajo que Complementa el Video". C.B. COSEA, México, 1995.
- _____. "Modelo Educativo del Colegio de Bachilleres". C.B. Dirección de Planeación Académica-SEA, México, 1991.
- _____. "Propuesta Didáctica Para la Elaboración de Material en Video" C.B. COSEA, México, 1994.
- Costa, Antonio. Saber ver el Cine. Paidós, México, 1991.
- Corral Corral, Manuel. La Ciencia de la Comunicación en México. Trillas, México, 1985.
- Charles, Mercedes y Orozco Gómez, Guillermo. Educación Para la Recepción. Trillas, México, 1990.
- Dallal, Alberto. Lenguajes Periodísticos. UNAM, México, 1989.
- De los Reyes, et. al. 80 años de Cine en México. UNAM, México, 1977.
- Díaz Barriga, Angel. Didáctica y curriculum. Nuevomar, México, 1985.
- Eco, Humberto. Apocalípticos e Integrados. Limusa, España, 1981.
- Fernández Christlieb, Fátima. Los Medios de Difusión en México. Ed. Juan Pablos, 1982.
- _____ y Yépez Hernández, M (comps.). Comunicación y teoría social. UNAM, México, 1984.
- Fuentes Navarro, R y Luna Cortés, Carlos. "La Comunicación Como Fenómeno Cultural" en Comunicación y Teoría Social. UNAM, México, 1987.
- García Calderon, Carola. "Industria y Consumo del Mensaje Impreso" en Connotaciones. AMIC, México, 1982.

García Canclini, Néstor. Las Culturas Populares en el Capitalismo. Nueva Imagen, México, 1986.

_____. Cultura y Sociedad. SEP, México, 1981.

_____. El consumo cultural en México, Conaculta, México, 1993.

_____. Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, México, 1995.

García Riera, Emilio. El cine y su Público. Fondo de Cultura Económica, México, 1974.

_____. Historia del Cine Mexicano. Sep-Foro 2000, México, 1986.

García Tsao, Leonardo. Cómo Acercarse al Cine. Limusa, México, 1989.

Giménez, Gilberto. "Por una Concepción Semiótica de la Cultura" ponencia en el Encuentro Nacional Sociedad y Culturas Populares. UAM-X, México, 1982.

Giroux, Henry. La escuela y la lucha por la ciudadanía. Siglo XXI, México, 1993.

Goded, Jaime. "Cultura, Política y Poder" en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. No 87. UNAM, México, 1976.

Gomezjara, Francisco y Selene de Dios, Delia. Sociología del Cine. Diana, México, 1981.

González Alonso, Carlos. El Guión. Trillas, México, 1984.

González Reyna, Susana. Manual de Redacción e Investigación Documental. Trillas, México, 1982.

Gutiérrez, Angelina. Las Relaciones de Producción en los Medios Masivos de Comunicación. UNAM, México, 1988.

Gutiérrez, Francisco. El Lenguaje Total. Humanistas, Buenos Aires, 1979.

Herner, Irene. Mitos y Monitos. Nueva Imagen, México, 1979.

Lazarfield, Paul y King Merton, Ruber. "Comunicación de Masas y Gustos Populares" en Sociología de la Comunicación de Masas. Gustavo Gili, México, 1987.

Leñero, Vicente. Los Periodistas. Joaquín Mortíz, México, 1978.

Linares, Márcio Julio. El Guión. Alhambra Mexicana, México, 1989.

Lorenzano, Luis. La Publicidad en México. Ediciones Quinto Sol, México, 1986.

McEntee de Madero, E. Comunicación Oral. Alhambra, España, 1989.

- Marín, Carlos y Leñero Vicente. Manual de Periodismo. Grijalbo, México, 1986.
- Marín, Marcos. Comentarios de Lengua Española. Alhambra, España, 1983.
- Martín-Barbero, Jesús. De los Medios a las Mediaciones. Gustavo Gili, Barcelona, 1987.
- Martínez Albertos, José Luis. Redacción Periodística. ATE, España, 1974.
- Martínez Medellín, Francisco. Televisa: Siga la Huella. Claves Latinoamericanas, México, 1992.
- Martín, Marcel. El Lenguaje del Cine. Gedisa, Barcelona, 1992.
- _____. La Estética de la Expresión Cinematográfica. Rialp, Madrid, 1958.
- Martín Serrano, Manuel. "Elementos del Sistema Comunicativo" versión fotocopiada de la cátedra de Teoría de la Comunicación. Después en Teoría de la Comunicación. ENEP-ACATLAN, México, 1991.
- _____. La mediación Social. Akal, España, 1978.
- _____. La Producción Social de la Comunicación. Alianza Editorial, 1986.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. Géneros Periodísticos. Prisma, México, sff.
- Mattelart, Armand. Comunicación de Masas y Revolución Socialista. Diógenes, México, 1974.
- _____. La Cultura Como Empresa Multinacional. ERA, México. 1983.
- _____. Los Medios de Comunicación de Masas. CID, Buenos Aires, 1976.
- _____ y Dorfman, Ariel. Para Leer al Pato Donald. Siglo XXI, México, 1972.
- Masota, Oscar. La Historieta en el Mundo Moderno. Paidós, Buenos Aires, 1970.
- Medvedkin, Alexandre. El Cine Como Propaganda Política. Siglo XXI, México, 1977.
- Michel, Guillermo. Para Leer los Medios. Trillas, México, 1990.
- Monsiváis, Carlos. "Las Mitologías del Cine Mexicano" en Intermedios 2. México, 1992.
- Olvera, Oscar y Gómez, Pablo. "Industria y Consumo del Mensaje Impreso" en Connotaciones. No.3, AMIC, México, 1982.

- Orive, Pedro. Estructura de la Información Periodística. Pirámide, España, 1977.
- Orozco, Guillermo. Al rescate de los medios. UIA-FMB, México, 1994.
- Pareja, Reynaldo. "El Nacimiento de la Radio" en Comunicación y Cultura. No. 8 UAM, México, 1986.
- Pascuali, Antonio. Comprender la Comunicación. Monte Avila, Venezuela, 1985.
- Prieto, Daniel. Diseño y Comunicación. UAM, México, 1982.
- _____. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. Premeia, México, 1987.
- _____. Elementos Para el Análisis de Mensajes. ILCE, México, s/f.
- _____. La Fiesta del Lenguaje. UAM, México, 1986.
- _____. Retórica y Manipulación Masiva. Edicol, México, 1977.
- Poloniato, Alicia. Cine y Comunicación. Trillas, México, 1990.
- _____. Géneros y Formatos Para el Guionismo en Televisión Educativa. ILCE, México, 1992.
- Rebeil Corrella Ma. Antonieta y Alva de la Selva, Alma Rosa et al. Perfiles del Cuadrante. Trillas, México, 1989.
- Rebeul, Olivier. Lenguaje e Ideología. FCE, México, 1986.
- Rendón, Carlos. La Investigación en Comunicación. Alhambra, México, 1996.
- RIUS. La Vida de Cuadritos. Nueva Imagen, México, 1978.
- Ruíz Castañeda, Ma. del Carmen. La Prensa Censurada, Durante el Siglo XIX. Sepsetentas, México, 1976.
- _____. La Prensa, Pasado y Presente. UNAM; México, 1987.
- Sadoui, George. Las Maravillas del Cine. Fondo de Cultura Económica, México, 1981.
- Santa Cruz, Adriana y Erazo, Viviana. Compropolitán. Nueva Imagen, México, 1980.
- Serafini, María Teresa. Cómo se Estudia. Paidós, Barcelona, 1992.
- _____. Cómo Redactar un Tema. Paidós, Barcelona, 1989.
- Simpson, Máximo. Géneros Periodísticos. UNAM, México, 1983.

Trejo Delabre, Raúl (compilador). Televisa el Quinto Poder. Claves Latinoamericanas, México, 1985.

Velázquez Estrada, Rosalía. "El Estado y la Radiodifusión" en Connotaciones. No 8, México, 1981.

Verón, Eliseo. Construir el Acontecimiento. Gedisa, España, 1981.

Vilches, Lorenzo. La Lectura de la Imagen. Gedisa, Barcelona, 1992.

Zacaula, Frida. Guía de Comprensión de Lectura. SEP/SESIC, CONPES, México, 1988.

Zubizarreta, Armando F. La Aventura del Trabajo Intelectual. Fondo Educativo Interamericano, México, 1983.

ANEXO 1

**Programas de estudio de las asignaturas de
TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN I y II**



COLEGIO DE
BACHILLERES

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I

México, D.F., Febrero de 1988

CRED: 6
HORAS 3

PRESENTACION DEL PROGRAMA

El presente programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I requiere para su adecuada comprensión e interpretación una lectura integral y atenta, particularmente en los apartados de enfoque y estrategias didácticas en donde se expone la idea de comunicación que el documento maneja, así como una propuesta de cómo enseñarla: sin embargo la sola lectura de dichos apartados no bastará para una comprensión óptima y suficiente de este documento por lo cual, insistimos, es recomendable una lectura completa de todas las partes del documento.

La organización de este programa contempla los siguientes apartados:

UBICACION. Describe el lugar que ocupa la materia en el Plan de Estudios, área de formación, y orden temporal.

INTENCION. Explica la función que tiene la materia y las dos asignaturas que la comprenden además de la utilidad que le reportará al alumno, lo que podrá saber -o saber hacer- al cursar la asignatura.

ENFOQUE. Presenta la perspectiva o punto de vista desde el cual se captó y estructuró el campo de conocimiento con el propósito de ser enseñado. Conjuga la perspectiva conceptual que se va a enseñar y las intenciones de hacerlo, con una posición de cómo debe enseñarse.

CONTENIDOS. Son los conceptos, habilidades, actitudes del campo de conocimientos; así mismo constituyen la base sobre la cual se dan las acciones de profesores y alumnos para la enseñanza y el aprendizaje.

OBJETIVOS. Orientan la operación de los contenidos, establecen los aprendizajes que se pretende que el alumno desarrolle. Señalan el qué, el cómo y el para qué de los contenidos.

ESTRATEGIAS DIDACTICAS. Consiste en las actividades y procedimientos que profesores y alumnos llevan a cabo durante el curso para lograr los aprendizajes prescritos en los objetivos.

LINEAMIENTOS DE EVALUACION Contemplan las modalidades de evaluación diagnóstica, formativa y sumativa. En el programa se señalan aspectos generales de las mismas con objeto de que las academias y el profesor las adecuen al curso.

RETICULA. Representa gráficamente los contenidos y sus relaciones en dos ejes: uno de desagregación (desglose de las unidades del programa en temas y subtemas) y otro de secuenciación (organización de las unidades, temas y subtemas en un eje temporal para desarrollarse durante el curso). También se especifica la carga horaria por unidad.

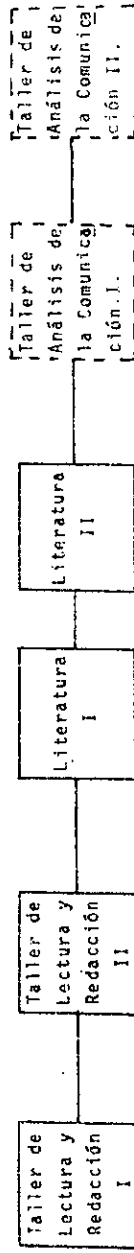
BIBLIOGRAFIA. Constituye el conjunto de documentos con los cuales se apoya en general el desarrollo del curso.

UBICACION

La comunicación es un proceso que se da en la vida de todo grupo, imprescindible y necesaria en la socialización del ser humano. En el curso se estudia la comunicación como una institución pública que crea representaciones históricamente determinadas, por lo tanto el Taller plantea el estudio y análisis de la comunicación y su interacción con el sistema social, para proporcionar al alumno elementos que le permitan una participación consciente, creativa y crítica en su entorno social.

Este programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se elaboró considerando las finalidades de la Institución y, dentro del plan de estudios, la función del núcleo de materias optativas cuyo objetivo es complementar los conocimientos que los alumnos han adquirido en las materias del núcleo básico, en dos sentidos: ampliar y/o profundizar su cultura básica y favorecer el desarrollo de sus habilidades susceptibles de ser aplicadas en la vida cotidiana.

Esta materia pertenece al Área de Lenguaje y Comunicación, cuya intención es: "Generar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos -en español y otra lengua- tanto a nivel oral como escrito, a través del análisis de los mismos y de la práctica de los medios y sistemas de comunicación, para acercarse a conocimientos básicos de otras áreas y de la cultura en general, y acceder a aprendizajes más complejos". Tiene como antecedentes directos las asignaturas de Taller de Lectura y Redacción I y II y Literatura I y II.



En la materia de Taller de Lectura y Redacción se desarrolla la capacidad de informarse, de comunicarse en forma oral y escrita con claridad y precisión y de usar el material escrito de manera eficiente.

En la materia de Literatura se promueve la lectura, el análisis y la apreciación de textos literarios en su función comunicativa.

Así, en la materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se culmina el área y para ello se continúa el desarrollo de la capacidad de informarse y el uso de códigos diferentes, aplicándolos ahora al análisis y estudio de mensajes en la práctica comunicativa.

La asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I, de acuerdo a los anteriores señalamientos, se ubica en el quinto semestre y en ella se estudia a la comunicación en medios impresos mexicanos y se proporcionan los elementos conceptuales y las técnicas para la producción de expresiones alternativas, es decir, la realización por parte de los alumnos, de expresiones en donde se utilizan medios acordes a una comunicación intergrupai, convirtiéndose en elaboradores de códigos diferentes a los masivos.

INTENCION

La materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION pertenece al núcleo optativo, busca ampliar y enriquecer la cultura básica del alumno retomando sus conocimientos adquiridos en las asignaturas previas, ampliándolos y/o profundizándolos por lo cual propone que:

- El alumno aplique sus habilidades de Interpretación, valoración y uso del lenguaje (verbal y escrito), adquiridas en Taller de Lectura y Redacción y Literatura, en el estudio y práctica de la comunicación.
- El alumno -en una dinámica de interacción con el profesor -analice expresiones, adquiera conceptos básicos, y elabore mensajes impresos, auditivos o audiovisuales a partir de su realidad inmediata; lo anterior con la finalidad de que el alumno:
 - a) Amplie y profundice su cultura básica, a partir del estudio de la comunicación en la sociedad mexicana.
 - b) Analice y mejore sus actitudes, expresiones comunicativas, desarrolle conocimientos y habilidades para analizar, evaluar y producir mensajes impresos, auditivos y audiovisuales, que le posibiliten el acceso a estudios posteriores.
 - c) Desarrolle una mayor y mejor integración personal, mediante la reflexión y aplicación de los conocimientos adquiridos a su comunicación cotidiana.

La intención de la asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I propone que el alumno continúe el desarrollo de conocimientos actitudes y habilidades adquiridas en las asignaturas antecedentes: su capacidad de informarse, de analizar y usar el lenguaje oral y escrito, y los integre en la perspectiva propia del estudio de los procesos comunicativos.

El aprendizaje se propiciará mediante la interacción permanente entre profesores y alumnos, a partir del análisis de ejemplos extraídos de la comunicación cotidiana del alumno, de investigaciones sobre la prensa actual y de la producción de expresiones escritas alternativas, en las que el alumno descubrirá e identificará la función mediadora de la comunicación, es decir, cómo los actores -emisores y receptores- interpretan lo que sucede a su alrededor a través de sus propios intereses y puntos de vista, y cómo la vida social consiste en la interacción y transacción logradas entre los distintos intereses.

De acuerdo a lo anterior se pretende que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su conocimiento acerca del lenguaje escrito, en el contexto del estudio y práctica de la comunicación.
- b) Conozca y valore la función mediadora de la comunicación pública en la vida cotidiana.
- c) Logre una mejor integración personal y una mayor comprensión de sus roles en la sociedad al reflexionar en grupo, sobre la práctica alternativa de la comunicación a partir de sus expresiones cotidianas.

ENFOQUE

En esta materia el estudio de la comunicación se realiza desde un enfoque teórico-metodológico-práctico que no se reduce al estudio de actos comunicativos, sino que además procura integrar un panorama del papel de la comunicación dentro de la sociedad, para ello articula una explicación sistemática de las diferentes corrientes y perspectivas que se han aplicado a los fenómenos comunicacionales, desde un ámbito específicamente comunicativo. Se parte de la interrelación existente entre los sistemas de comunicación y social, expresada durante la actividad social cotidiana. Plantea este enfoque además que tales sistemas están en interrelación con otros subsistemas: político, educativo y económico, por ejemplo.

La propuesta fundamental de este enfoque, para el programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION, consiste en caracterizar la interrelación entre sistema social y comunicativo a través de afectaciones mutuas y diversas, entendido el sistema comunicativo en su forma, hoy predominante, de comunicación pública. Se trata pues de describir tal interrelación en la formación social mexicana.

El sistema social se estudia según las bases materiales que la constituyen (la infraestructura); la forma en que se articulan esas bases materiales (su estructura); y el modo en que se relacionan en él los valores, las ideas, etc. (la supraestructura).

Se estudia, de igual modo, al sistema de comunicación: por sus bases materiales, su organización, la cultura y los valores que propone.

En este sentido se estudia a la comunicación a partir de la información que transmite así como de los valores

e ideas que propone y/o reproduce. La proposición de tales valores e ideas crea representaciones que son captadas globalmente por los individuos.

Esta tendencia natural a crear representaciones por cada comunicador recibe el nombre de "mediación", todo comunicador "media" la información que transmite, matizándola según intereses y puntos de vistas específicos.

De esta manera, las mediaciones de la comunicación se estudian, desde este enfoque, según el uso que se da al mensaje:

- Uso informativo: transmite y conlleva normas y conductas en las cuales se fundamenta la actividad social.
- Uso reproductivo: se caracteriza por indicar y proponer los roles que la sociedad espera de los individuos para apoyar la permanencia de la misma.
- Uso contra comunicativo: se define como el uso de los hechos comunicativos al margen de los códigos imperantes y una de sus finalidades es producir una creatividad comunicativa de acuerdo a las necesidades del individuo o grupo social.

De acuerdo a los anteriores planteamientos, la metodología asumida en este enfoque se caracteriza por la constante confrontación del hecho comunicativo con la teoría y de ésta con la práctica, lo que posibilitará que el alumno acceda a la comprensión, explicación y modificación de su realidad comunicativa.

En este sentido la didáctica propuesta por este enfoque parte de las experiencias comunicativas de los alumnos, considerando tanto sus intereses y necesidades como sus conocimientos previos, con la finalidad de que el pro-

fer a partir de dinámicas de grupo, de acuerdo a las características del tema, del grupo y del propio maestro, propicie la descripción, exposición y estudio de los problemas planteados para así poner en juego, junto con los alumnos, los diferentes elementos conceptuales y técnicos. Lo anterior permitirá que los alumnos y el profesor descubran qué elementos intervienen y su relación en el proceso de comunicación, para asignarles los términos pertinentes del enfoque.

Se propone como un recurso didáctico la elaboración de diagramas sencillos, cuadros sinópticos y esquemas en donde se representen gráficamente los elementos de cada problema planteado, así como las relaciones y funciones de los mismos, para vincularlos con otros problemas más generales en prensa, radio o televisión. Esta aplicación tiene como finalidad apoyar a los alumnos en su aprendizaje.

Considerando la intención del curso se plantea la elaboración de expresiones alternativas y participativas, realizadas por los alumnos, que serán el producto terminal y punto de referencia de las reflexiones grupales. La finalidad última es que el profesor propicie, a través de la presentación y réplica oral de estas producciones, que los alumnos logren una mayor comprensión del papel de la comunicación pública en su realidad cotidiana.

Así pues los fundamentos didácticos del enfoque son los siguientes:

1. De lo particular a lo general: partir de la explicación de la realidad comunicativa del alumno, para llegar a la explicación de la comunicación pública mexicana.
2. De lo concreto a lo abstracto a lo concreto: partir del estudio de las expresiones de los medios masivos para desarrollar un análisis y conceptualización de los mismos, con el objetivo de aplicarlos en la elaboración de sus propias expresiones con carácter alternativo o participativo.

3. De la intuición a la reflexión: partir de los elementos que el alumno puede identificar en un problema o ejemplo comunicativo para llegar a una explicación del mismo, basada en el estudio y descubrimiento de los elementos que efectivamente lo constituyen así como sus principales relaciones.

Con base en lo anterior, para el TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACION se configuran las siguientes unidades a desarrollarse en el primer curso (quinto semestre):

1. La mediación de la comunicación en la sociedad.
2. El proceso comunicativo en las expresiones de medios impresos mexicanos.
3. Expresiones impresas alternativas.

Para el segundo curso (sexto semestre):

1. Consecuencias del desarrollo de las formas de comunicación social en la comunicación pública actual.
2. El proceso comunicativo en las expresiones de los medios radiofónicos o televisivos mexicanos.
3. Expresiones participativas.

De acuerdo con esta propuesta, los cursos proporcionan los elementos conceptuales básicos (en las primeras unidades), con los cuales se analizan los medios impresos y auditivos o audiovisuales (en las segundas unidades), para elaborar expresiones alternativas por medios impresos, y participativas por medios auditivos o audiovisuales (en las terceras unidades); por tanto se conforman tres tipos de unidades, las primeras son conceptuales, las segundas analíticas y las terceras aplicativas, predominantemente, lo que no excluye la existencia de momentos de uno u otro tipo al interior de cada unidad.

<p>UNIDAD: I. La mediación de la comunicación en la sociedad.</p> <p>OBJETIVO: El alumno conocerá la noción de mediación de la comunicación en la sociedad con el fin de aplicarlo a su realidad inmediata.</p> <p>Carga Horaria: 10 Hrs.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS</p> <p>1.1 A partir de la discusión grupal sobre un hecho comunicativo cotidiano y de la elaboración de un diagrama explicativo sobre el mismo, el profesor propiciará que los alumnos descubran las relaciones entre los elementos y tipos de comunicación, para que accedan a la noción de sistema de comunicación social.</p> <p>1.2 El alumno, a partir de la exposición de un hecho comunicativo, de discusiones grupales dirigidas por el profesor y con el apoyo de un diagrama explicativo, ubicará las interrelaciones entre los sistemas: social y comunicativo, para comprender la existencia de afectaciones mutuas entre dichos sistemas.</p>
<p style="text-align: center;">CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)</p> <p>1.1 El sistema de comunicación social.</p> <p>1.1.1 Elementos: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.</p> <p>1.1.2 Tipos: privada y pública.</p> <p>1.2 Las interrelaciones entre los sistemas de comunicación y social.</p> <p>1.2.1 Infraestructurales.</p> <p>1.2.2 Estructurales.</p> <p>1.2.3 Supraestructurales</p>	

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>1.3 La mediación en los usos de la comunicación.</p> <p>1.3.1 Informativo.</p> <p>1.3.2 Reproductivo.</p> <p>1.3.3 Contracomunicativo.</p>	<p>1.3 Relacionando los diagramas elaborados y apoyado, en las explicaciones y síntesis de el profesor, el alumno identificará la mediación en los usos de la comunicación dentro del sistema social, para caracterizarla en su realidad cotidiana.</p>

UNIDAD: II. El proceso comunicativo en las expresiones impresas mexicanas.

OBJETIVO: El alumno conocerá el proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos, identificará en ellos los componentes del sistema de comunicación pública y sus mediaciones para acercarse a los medios impresos desde sus intereses y necesidades.

Carga Horaria: 15 hrs

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>2.1 Elementos del proceso comunicativo en las expresiones de los medios impresos mexicanos.</p> <p>2.1.1 Roles de los actores.</p> <p>2.1.2 Instrumentos: Periódicos y revistas.</p> <p>2.1.3 Representaciones: Temporales y atemporales.</p> <p>2.2 La mediación en sus diversos momentos.</p> <p>2.2.1 En la producción comunicativa de los actores.</p> <p>2.2.2 En la distribución de los instrumentos impresos.</p> <p>2.2.3 En el consumo de las representaciones temporales y atemporales.</p>	<p>2.1 A partir del análisis que alumnos y profesor realicen sobre el proceso comunicativo y sus elementos en los medios impresos y apoyándose en los diagramas elaborados, el alumno identificará las características de los elementos del proceso comunicativo en las expresiones de la prensa escrita mexicana, para interpretarlas desde sus intereses y necesidades.</p> <p>2.2 Con los resultados de las indagaciones que los alumnos realicen sobre la producción, distribución y consumo de la prensa escrita mexicana, el alumno reconocerá la mediación en cada uno de esos momentos, para significarlas de acuerdo a sus intereses y necesidades.</p>

UNIDAD: III. Expresiones impresas alternativas.

OBJETIVO: El alumno elaborará en equipo, expresiones impresas alternativas contextualizadas en su realidad comunicativa, para confrontarlas colectivamente y valorar su utilidad cotidiana.

Carga Horaria: 20 Hrs.

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>3.1 Producción de expresiones impresas alternativas.</p> <p>3.1.1 Técnicas de producción.</p> <p>3.1.2 Elaboración de expresiones impresas alternativas.</p> <p>3.2 Recapitulación.</p> <p>3.2.1 Confrontación grupal sobre las expresiones elaboradas</p> <p>3.2.2 Utilidad cotidiana de la producción alternativa.</p>	<p>3.1 Con la asesoría técnica del profesor el alumno elaborará, en equipo, expresiones impresas alternativas para representar situaciones comunicativas cercanas a su realidad personal.</p> <p>3.2 Mediante discusiones grupales, los alumnos confrontarán las expresiones impresas elaboradas con las nociones conceptuales estudiadas, privilegiando la utilidad cotidiana de sus productos finales para recapitular y reflexionar sobre el curso.</p>

ESTRATEGIAS DIDACTICAS

Las estrategias didácticas cumplen varias funciones, una de ellas es enlazar los contenidos (respetando su estructura) del programa con la manera en que éstos son tratados en los objetivos de operación que se les asignan. En este sentido las estrategias didácticas se constituyen en el cómo se pretende lograr los aprendizajes establecidos en los objetivos de operación.

Es fundamental que el profesor comprenda y asuma que su papel es coordinar, asesorar y orientar las actividades del curso con objeto de retroalimentar a los alumnos constantemente en relación a su aprendizaje. En este sentido los contenidos programáticos de la materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION presenta tres fases generales: conceptual, analítica y aplicativa, mismas que corresponden a cada una de las unidades de ambas asignaturas, igualmente en cualquiera de ellas la operación didáctica parte de los siguientes supuestos a) trabajo en forma de taller; b) un aprendizaje por descubrimiento; y c) como punto de referencia para todo trabajo que parte de la realidad comunicativa cotidiana de los alumnos.

La modalidad de taller alude a la integración de teoría y práctica propiciada por la interacción de profesor y alumno. La función preponderante del profesor consiste en asesorar, orientar, y propiciar la creación de un ambiente adecuado en la integración del trabajo colectivo.

La aplicación del aprendizaje por descubrimiento hace referencia a la construcción de un conocimiento, con base en la asociación de elementos extraídos de ejemplos comunicativos de la realidad inmediata de los alumnos. Por tal motivo los ejemplos estudiados en el salón serán acordados a partir de temas definidos en clase, entre alumnos y profesor.

Respecto a las actividades didácticas específicas relacionadas para las unidades conceptuales, se proponen:

- a) Discusiones dirigidas en donde el profesor orientará la participación de los alumnos.
- b) Elaboración y diseño por parte de los alumnos, de diagramas que expliquen de manera operacional los elementos estudiados en los ejemplos elegidos.
- c) Exposiciones grupales de las conclusiones obtenidas de los análisis de los ejemplos.

En relación a las unidades analíticas las actividades que se proponen son:

- a) Realización de investigaciones monográficas a fin de reunir información documental y/o de campo.
- b) Elaboración de reseñas, resúmenes, cuadros sinópticos y ensayos escolares.
- c) Exposiciones grupales de los resultados y de las propuestas elaboradas por los alumnos con la finalidad de someterlos a los criterios y juicios del grupo.

En este apartado el profesor orientará a los alumnos con referencias documentales, razonamientos y cuestionamientos generales.

Finalmente para las unidades de aplicación, relativas a la elaboración de expresiones se proponen las siguientes actividades:

- a) Asesoría del profesor a los alumnos, para que éstos elijan las técnicas de producción adecuadas para la elaboración de sus expresiones.
- b) Exposiciones por parte del profesor, de las técnicas de producción requeridas para cada uno de los medios de difusión.
- c) Realización de debates entre los equipos para propiciar la identificación y relación de los elementos descubiertos, así como una reflexión sobre la comunicación cotidiana. Los debates podrán implementarse a lo largo de todo el curso pero adquirirán una importancia singular en estas unidades.

LINEAMIENTOS DE EVALUACION

La evaluación es un proceso dinámico en estrecha relación con la enseñanza y el aprendizaje, a través de ella es posible dar cuenta de algunos de los procesos y logro en el aprovechamiento escolar de los alumnos en función de la modalidad evaluativa que se adopte.

La evaluación diagnóstica en TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION tendrá una función de enlace entre los conocimientos adquiridos en las asignaturas precedentes al área, por un lado, y por otro, servirá para que el profesor indague si los alumnos tienen y manejan los conocimientos pertinentes, tanto de la ya visto como de lo que se verá, de tal manera que el profesor obtenga bases sobre las cuales establecer estrategias para su labor docente de coordinador.

La evaluación formativa es una modalidad con el fin de corregir deficiencias o desviaciones en el avance del proceso de enseñanza-aprendizaje a lo largo del curso.

La evaluación sumativa tiene como punto de referencia los objetivos y ciertos productos establecidos durante el curso. Conviene enfatizar que esta modalidad de evaluación es la única que tiene un valor aceptado en la acreditación de los alumnos, por lo cual es necesario que el profesor asigne un valor numérico a los criterios que utilice.

Los profesores reunidos en academias deberán dar un sentido concreto a estas modalidades. Después de analizar el programa, determinarán los momentos, los productos y los instrumentos idóneos para evaluar los aprendizajes de los alumnos. Lo anterior deberá registrarse por los siguientes lineamientos: la conuencencia que debe guardar la evaluación con el enfoque del programa, con las estrategias didácticas a que se haya recurrido, en relación con la forma en que se adquirieron los aprendizajes; y, desde luego, las particularidades de cada academia y de cada grupo.

De manera general es importante resaltar que las evaluaciones deberán realizarse a partir de productos que representen el trabajo práctico e intelectual, buscando propiciar el que los alumnos adquirieran conciencia de su rol dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, para ello el profesor puede apoyarse en la elaboración de expresiones por parte del alumno.

Otro aspecto importante consiste en determinar los criterios de selección acerca de los objetivos que podrán ser usados para la evaluación sumativa; en este sentido, dado que este curso tiene fundamentalmente al desarrollo de habilidades de análisis y de producción de expresiones basadas en el conocimiento y aplicación de nociones conceptuales, es necesario identificar los objetivos integradores: independientemente del corte de las unidades o de la carga horaria, así el tema de las mediaciones comunicativas es de carácter conceptual, mientras que el de las mediaciones en sus diversos momentos es de índole analítica por lo que ambos resultan integradores, pero dado que el Taller promueve más que el aprendizaje memorístico, la aplicación de tales nociones, deberá considerarse el segundo tema mencionado como el más relevante para la evaluación sumativa.

De acuerdo a lo anterior, el aprendizaje deberá entenderse en función de la intención, del enfoque y de las relaciones que guarda con todo el programa, pero sin olvidar que son las academias las instancias que deben promover y acordar los lineamientos de evaluación en lo particular.

BIBLIOGRAFIA

- BERNAL SAHAGUN, V. Anatomía de la publicidad en México; México: Nuestro Tiempo, 1974.
- Se dan a conocer las relaciones económico-ideológicas de la actividad publicitaria en los medios masivos mexicanos. Resulta útil por los datos proporcionados, así como por la metodología empleada, con referencia a la generalización que el estudiante pueda hacer de ellos.
- FERNANDEZ CH, F. Los medios de difusión en México; México: Juan Pablos Editor, 1982.
- Se estudian las actividades comunicativas en los medios de difusión, particularmente los mexicanos, desde diferentes metodologías y niveles sociales, utiliza un análisis crítico con posibilidades de aplicación a casos más particulares.
- FREIRE, P. Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural, México: Siglo XXI, 1982.
- Se plantea como punto central la dialógica del proceso comunicativo, la contraponen al concepto de extensión. Explica como una verdadera comunicación dialógica es un instrumento de evaluación y concientización frente a la cultura dominante y enajenada.
- HARNECKER R., M. Los conceptos fundamentales del Materialismo Histórico; México: Siglo XXI, 1970.
- Permite ubicar el sistema social y caracterizarlo en función de sus bases materiales y superestructurales, a partir de una concepción histórica. Menciona a la comunicación, en sus interrelaciones superestructurales, principalmente como medio transmisor de ideología, y hace un mayor énfasis en las relaciones ideológicas con los modos de producción capitalista.

PRIETO CASTILLO, D. Discurso autoritario y comunicación alternativa; México: Prentis, 1984.

Se tipifican las características del discurso autoritario y posibilita un análisis crítico de la comunicación masiva, a partir del cual podría surgir una comunicación alternativa a niveles individuales (grupales). Se recomiendan algunas técnicas y formas de alternatividad.

Esta bibliografía se recomienda sobre todo para alumnos.

BIBLIOGRAFIA

- BARBERO MARTIN, J. De los medios a las mediaciones; Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
Plantea el estudio de la comunicación desde un modelo de análisis que coloca a la cultura como una mediación social y teórica de la comunicación con lo popular.
- BORRAS SANCHEZ, L. Comunicación rural, teoría práctica; México: F.C.P.S. UNAM, 1983.
Estudio teórico-práctico que rescata los principales elementos y acciones para fundamentar un proyecto real de comunicación intra e inter grupal.
- ORIVE RIVA, P. Estructura de la información periodística, aproximación al concepto y su metodología. Madrid: Pirámide, 1977.
Analiza la estructura de la información periodística y propone una metodología estructural para el análisis de la prensa.
- MARTIN SERRANO, M. La producción social de la comunicación. Madrid: Atienza, 1986.
Desarrolla los fundamentos de la teoría social de la comunicación, estudia a la comunicación pública de uso social y las transformaciones de los sistemas institucionales de comunicación. Investiga las relaciones entre sociedad y comunicación, plantea leyes históricas que permiten prever los efectos de tales interrelaciones.
- Esta bibliografía esta recomendada sobre todo para profesores.



COLEGIO DE
BACHILLERES

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II

México, D.F., Febrero de 1988

CRED. 6
HORAS 3

Pérez

PRESENTACION DEL PROGRAMA

El presente programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II requiere para su adecuada comprensión e interpretación una lectura integral y atenta, particularmente en los apartados de enfoque y estrategias didácticas en donde se expone la idea de comunicación que el documento maneja, así como una propuesta de cómo enseñarla; sin embargo la sola lectura de dichos apartados no bastará para una comprensión óptima y suficiente de este documento por lo cual, insistimos, es recomendable una lectura completa de todas las partes del documento.

La organización de este programa contempla los siguientes apartados:

- UBICACION.** Describe el lugar que ocupa la materia en el Plan de Estudios, área de formación, y orden temporal.
- INTENCION.** Explica la función que tiene la materia y las dos asignaturas que la comprenden además de la utilidad que le reportará al alumno, lo que podrá saber -p saber hacer- al cursar la asignatura.
- ENFOQUE.** Presenta la perspectiva o punto de vista desde el cual se captó y estructuró el campo de conocimiento con el propósito de ser enseñado. Conjuga la perspectiva conceptual que se va a enseñar y las intenciones de hacerlo, con una posición de cómo debe enseñarse.
- CONTENIDOS.** Son los conceptos, habilidades, actitudes del campo de conocimientos; así mismo constituyen la base sobre la cual se dan las acciones de profesores y alumnos para la enseñanza y el aprendizaje.

OBJETIVOS. Orientan la operación de los contenidos, establecen los aprendizajes que se pretende que el alumno desarrolle. Señalan el qué, el cómo y el para qué de los contenidos.

ESTRATEGIAS DIDACTICAS. Consisten en las actividades y procedimientos que profesores y alumnos llevan a cabo durante el curso para lograr los aprendizajes prescritos en los objetivos.

LINEAMIENTOS DE

EVALUACION. Contemplan las modalidades de evaluación diagnóstica, formativa y sumativa. En el programa se señalan aspectos generales de las mismas con objeto de que las académicas y el profesor las adecúen al curso.

RETICULA. Representa gráficamente los contenidos y sus relaciones en dos ejes: uno de desagrega -- ción (desglose de las unidades del programa en temas y subtemas) y otro de secuenciación (organización de las unidades, temas y subtemas en un eje temporal para desarrollarse durante el curso). También se especifica la carga horaria por unidad.

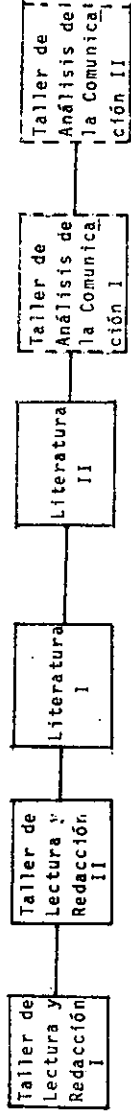
BIBLIOGRAFIA. Constituye el conjunto de documentos con los cuales se apoya en general el desarrollo del curso.

UBICACION

La comunicación es un proceso que se da en la vida de todo grupo, imprescindible y necesaria en la socialización del ser humano. En el curso se estudia la comunicación como una institución pública que crea representaciones históricamente determinadas, por lo tanto el Taller plantea el estudio y análisis de la comunicación y su interacción con el sistema social, para proporcionar al alumno elementos que le permitan una participación consciente, creativa y crítica en su entorno social.

Este programa TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se elaboró considerando las finalidades de la institución y, dentro del plan de estudios, la función del núcleo de materias optativas cuyo objetivo es complementar los conocimientos que los alumnos han adquirido en las materias del núcleo básico, en dos sentidos: ampliar y/o profundizar su cultura básica y favorecer el desarrollo de sus habilidades susceptibles de ser aplicados en la vida cotidiana.

Esta materia pertenece al Área de Lenguaje y Comunicación, cuya intención es "Generar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos -en español y otra lengua- tanto a nivel oral como escrito, a través del análisis de los mismos y de la práctica de los medios y sistemas de comunicación, para acercarse a conocimientos básicos de otras áreas y de la cultura en general, y acceder a aprendizajes más complejos". Tiene como antecedentes directos las asignaturas de Taller de Lectura y Redacción I y II y Literatura I y II.



En la materia de Taller de Lectura y Redacción se desarrolla la capacidad de informarse, de comunicarse en forma oral y escrita con claridad y precisión y de usar el material escrito de manera eficiente.

En la materia de Literatura se promueve la lectura, el análisis y la apreciación de textos literarios en su función comunicativa.

La asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II se ubica en el sexto semestre del bachillerato y culmina en el área de Lenguaje y Comunicación. Como asignatura optativa finaliza la formación propedéutica del alumno en el Colegio de Bachilleres, proporcionándole la oportunidad de ampliar y/o profundizar su cultura básica con la finalidad de posibilitar también su acceso a estudios posteriores, para ello continúa el desarrollo de los conocimientos adquiridos en las asignaturas precedentes del área, las que de acuerdo a la ubicación general están mencionadas en dicho apartado.

I N T E N C I O N

La materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION pertenece al núcleo optativo, busca ampliar y enriquecer la cultura básica del alumno retomando sus conocimientos adquiridos en las asignaturas previas, ampliándolos y/o profundizándolos por lo cual propone que:

- El alumno aplique sus habilidades de interpretación, valoración y uso del lenguaje (verbal y escrito), adquiridas en Taller de Lectura y Redacción y Literatura, en el estudio y práctica de la comunicación.
- El alumno -en una dinámica de interacción con el profesor -analice expresiones, adquiera conceptos básicos, y elabore mensajes impresos, auditivos o audiovisuales a partir de su realidad inmediata.

Lo anterior con la finalidad de que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su cultura básica, a partir del estudio de la comunicación en la sociedad mexicana.
- b) Analice y mejore sus actitudes, expresiones comunicativas, desarrolle conocimientos y habilidades para analizar, evaluar y producir mensajes impresos, auditivos y audiovisuales, que le posibiliten el acceso a estudios posteriores.
- c) Desarrolle una mayor y mejor integración personal, mediante la reflexión y aplicación de los conocimientos adquiridos a su comunicación cotidiana.

La intención de la asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II propone que el alumno retomase los elementos conceptuales y técnicos básicos del estudio de la comunicación verbal y escrita, adquiridos en la asignatura Taller de Análisis de la Comunicación I, para el estudio y práctica de la comunicación auditiva o visual.

El aprendizaje se realizará en una dinámica interactiva, de manera que el alumno participe activamente en el descubrimiento e identificación de la problemática actual de la comunicación pública, generada por la evolución de las formas y medios de comunicación social. Este aprendizaje se fundamentará en el estudio de ejemplos extraídos de la comunicación cotidiana del alumno, de la indagación acerca del papel de la radio o la televisión mexicana y de la práctica auditiva o audiovisual participativa.

Lo anterior con la finalidad de que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su conocimiento acerca de los lenguajes, auditivo y visual, empleados en la televisión y la radio.
- b) Comprenda y valore la problemática de la comunicación pública, generada por la evolución de las formas y los medios de comunicación social.
- c) Logre una mayor y mejor integración personal, mediante la confrontación reflexiva en grupo, propiciada por el profesor, acerca de su producción auditiva o visual participativa.
- d) Adquiera las habilidades y conocimientos básicos sobre la comunicación que le permitan el acceso a estudios posteriores más complejos.

ENFOQUE

En esta materia el estudio de la comunicación se realiza desde un enfoque teórico-metodológico-práctico que no se reduce al estudio de actos comunicativos, sino que además procura integrar un panorama del papel de la comunicación dentro de la sociedad, para ello articula una explicación sistemática de las diferentes corrientes y perspectivas que se han aplicado a los fenómenos comunicacionales, desde un ámbito específicamente comunicativo. Se parte de la interrelación existente entre los sistemas de comunicación y social, expresada durante la actividad social cotidiana. Plantea este enfoque además que tales sistemas están en interrelación con otros subsistemas: político, educativo y económico, por ejemplo.

La propuesta fundamental de este enfoque, para el programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION, consiste en caracterizar la interrelación entre sistema social y comunicativo a través de afectaciones mutuas y diversas, entendido el sistema comunicativo en su forma, hoy predominante, de comunicación pública. Se trata pues de describir tal interrelación en la formación social mexicana.

El sistema social se estudia según las bases materiales que la constituyen (la infraestructura); la forma en que se articulan esas bases materiales (su estructura); y el modo en que se relacionan en él los valores, las ideas, etc. (la supraestructura).

Se estudia de igual modo al sistema de comunicación: por sus bases materiales, su organización, la cultura y los valores que propone.

En este sentido se estudia a la comunicación a partir de la información que transmite así como de los valores

6 ideas que propone y/o reproduce. La proposición de tales valores e ideas crea representaciones que son captadas globalmente por los individuos.

Esta tendencia natural a crear representaciones por cada comunicador recibe el nombre de "mediación", todo comunicador "media" la información que transmite, matizándola según intereses y puntos de vista específicos.

De esta manera, las mediaciones de la comunicación se estudian, desde este enfoque, según el uso que se da al mensaje:

- Uso informativo: transmite y conlleva normas y conductas en las cuales se fundamenta la actividad social.
- Uso reproductivo: se caracteriza por indicar y proponer los roles que la sociedad espera de los individuos para apoyar la permanencia de la misma.
- Uso contracomunicativo: se define como el uso de los hechos comunicativos al margen de los códigos imperantes y una de sus finalidades es producir una creatividad comunicativa de acuerdo a las necesidades del individuo o grupo social.

De acuerdo a los anteriores planteamientos, la metodología asumida en este enfoque se caracteriza por la constante confrontación del hecho comunicativo con la teoría y de esta con la práctica, lo que posibilitará que el alumno acceda a la comprensión, explicación y modificación de su realidad comunicativa.

En este sentido la didáctica propuesta por este enfoque parte de las experiencias comunicativas de los alumnos, considerando tanto sus intereses y necesidades como sus conocimientos previos, con la finalidad de que el profesor a partir de dinámicas de

grupo, de acuerdo a las características del tema, del grupo y del propio maestro, propicie la descripción, exposición y estudio de los problemas planteados para así poner en juego, junto con los alumnos, los diferentes elementos conceptuales y técnicos. Lo anterior permitirá que los alumnos y el profesor descubran qué elementos intervienen y su relación en el proceso de comunicación, para asignarles los términos pertinentes del enfoque.

Se propone como un recurso didáctico la elaboración de diagramas sencillos, cuadros sinópticos y esquemas en donde se representen gráficamente los elementos de cada problema planteado; así como las relaciones y funciones de los mismos, para vincularlos con otros problemas más generales en prensa, radio o televisión. Esta aplicación tiene como finalidad apoyar a los alumnos en su aprendizaje.

Considerando la intención del curso, se plantea la elaboración de expresiones alternativas y participativas, realizadas por los alumnos, que serán el producto terminal y punto de referencia de las reflexiones grupales. La finalidad última es que el profesor propicie a través de la presentación y réplica oral de estas producciones, que los alumnos logren una mayor comprensión del papel de la comunicación pública en su realidad cotidiana.

Así pues los fundamentos didácticos del enfoque son los siguientes:

1. De lo particular a lo general: partir de la explicación de la realidad comunicativa del alumno, para llegar a la explicación de la comunicación pública mexicana.
2. De lo concreto a lo abstracto a lo concreto: partir del estudio de las expresiones de los medios masivos para desarrollar un análisis y conceptualización de los mismos, con el objetivo de aplicarlos en la elaboración de sus propias expresiones con carácter alternativo o participativo.

3. De la intuición a la reflexión: partir de los elementos que el alumno puede identificar en un problema o ejemplo comunicativo para llegar a una explicación del mismo, basada en el estudio y descubrimiento de los elementos que efectivamente lo constituyen así como sus principales relaciones.

Con base en lo anterior, para el TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se configuran las siguientes unidades a desarrollarse en el primer curso (quinto semestre):

1. La mediación de la comunicación en la sociedad.

2. El proceso comunicativo en las expresiones de medios impresos mexicanos.

3. Expresiones impresas alternativas.

Para el segundo curso (sexto semestre):

1. Consecuencias del desarrollo de las formas de comunicación social en la comunicación pública actual.

2. El proceso comunicativo en las expresiones de los medios radiofónicos o televisivos mexicanos.

3. Expresiones participativas.

De acuerdo con esta propuesta, los cursos proporcionan los elementos conceptuales básicos (en las primeras unidades), con los cuales se analizan los medios impresos y auditivos o audiovisuales (en las segundas unidades), para elaborar expresiones alternativas por medios impresos, y participativas por medios auditivos o audiovisuales (en las terceras unidades); por tanto se conforman tres tipos de unidades, las primeras son conceptuales, las segundas analíticas y las terceras aplicativas, predominante-mente, lo que no excluye la existencia de momentos de uno u otro tipo al interior de cada unidad.

<p>UNIDAD: 1. Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación social en la comunicación pública actual.</p> <p>OBJETIVO: El alumno conocerá la problemática de la comunicación pública actual, como consecuencia del desarrollo histórico de las formas y medios de comunicación para adquirir nociones conceptuales básicas y posibilitar su aplicación posterior.</p> <p style="text-align: right;">Carga Horaria: 9 Hrs.</p>	
CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>1.1 Evolución de las formas y medios de comunicación.</p> <p>1.1.1 Asambleas, emisarios, redes y comunicación masiva.</p> <p>1.1.2 Interdependencia entre sistema comunicativo y avance tecnológico.</p> <p>1.2 Problemática actual de la comunicación pública entre:</p> <p>1.2.1 Acontecer social y comportamiento individual.</p> <p>1.2.2 Naturaleza y tecnología.</p> <p>1.2.3 Instantaneidad de la comunicación y presencia simultánea de los actores.</p>	<p>1.1 Previa explicación del desarrollo histórico de las formas y medios de comunicación y con el apoyo de la elaboración de cuadros sinópticos y síntesis, el alumno identificará la interdependencia entre sistema comunicativo y avance tecnológico, para ubicar históricamente a la comunicación pública actual.</p> <p>1.2 Mediante discusiones grupales orientadas por el profesor y con el apoyo de cuadros sinópticos, el alumno identificará la problemática actual de la comunicación pública, para adquirir nociones conceptuales que le permitan explicar las oposiciones de dicho sistema.</p>

UNIDAD: II. El proceso comunicativo en las expresiones de medios radiofónicos o televisivos mexicanos.

OBJETIVO: El alumno conocerá la problemática y los momentos del proceso comunicativo en la televisión o radio mexicanas para interpretar las expresiones de los mismos de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Carga Horaria: 16 Hrs.

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS:
<p>2.1 La problemática de los momentos del proceso comunicativo radiofónico o televisivo.</p> <p>2.1.1 El acontecer social y comportamiento [individual] en la producción.</p> <p>2.1.2 Instantaneidad de la comunicación y simultaneidad de los actores en la distribución.</p> <p>2.1.3 Naturaleza y tecnología en el consumo.</p> <p>2.2 El proceso comunicativo radiofónico o televisivo a partir de sus expresiones.</p> <p>2.2.1 Estructura del discurso.</p> <p>2.2.2 Niveles de cobertura y redes monopólicas.</p> <p>2.2.3 Representaciones denotativas y connotativas.</p>	<p>2.1 A partir de la discusión grupal coordinada por el profesor el alumno analizará la producción, distribución y consumo de las expresiones radiofónicas o televisivas, para conocer la problemática actual del proceso comunicativo.</p> <p>2.2 A partir de la ejemplificación que los alumnos y profesor realicen de las estructuras del discurso, los niveles de cobertura y redes monopólicas y las representaciones denotativas y connotativas de las expresiones radiofónicas o televisivas mexicanas, el alumno analizará el proceso comunicativo en las expresiones seleccionadas para darles sentido de acuerdo a sus intereses y necesidades.</p>

<p>UNIDAD: III. Expresiones participativas.</p> <p>OBJETIVO: El alumno elaborará, en equipo, expresiones participativas y podrá de su realidad comunicativa cercana, para confrontarlas colectivamente y verificar su utilidad cotidiana.</p> <p style="text-align: right;">Carga Horaria: 20 Hrs.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS</p> <p>3.1 Producción de expresiones participativas.</p> <p>3.1.1. Técnicas de producción.</p> <p>3.1.2 Elaboración de expresiones participativas.</p> <p>3.2 Recapitulación.</p> <p>3.2.1 Confrontación colectiva de expresiones elaboradas.</p> <p>3.2.2 Utilidad cotidiana de la producción participativa.</p>
	<p>3.1 Con asesoría técnica del profesor, el alumno elaborará, en equipo, expresiones participativas, para representar en ellas situaciones comunicativas propias y cercanas a su realidad.</p> <p>3.2 En una discusión grupal, el alumno confrontará las expresiones elaboradas, con las nociones conceptuales estudiadas, privilegiando la utilidad cotidiana de sus producciones, para recapitular reflexivamente sobre el curso.</p>

ESTRATEGIAS DIDACTICAS

Las estrategias didácticas cumplen varias funciones, una de ellas es enlazar los contenidos (respetando su estructura) del programa con la manera en que éstos son tratados en los objetivos de operación que se les asignan. En este sentido las estrategias didácticas se constituyen en el como se pretende lograr los aprendizajes establecidos en los objetivos de operación.

Es fundamental que el profesor comprenda y asuma que su papel es coordinar, asesorar y orientar las actividades del curso con objeto de retroalimentar a los alumnos constantemente en relación a su aprendizaje. En este sentido los contenidos programáticos de la materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION presentan tres fases generales: conceptual, analítica y aplicativa, mismas que corresponden a cada una de las unidades de ambas asignaturas, igualmente en cualquiera de ellas la operación didáctica parte de los siguientes supuestos a) trabajo en forma de taller; b) un aprendizaje por descubrimiento; y c) como punto de referencia para todo trabajo se parte de la realidad comunicativa cotidiana de los alumnos.

La modalidad de taller alude a la integración de teoría y práctica propiciada por la interacción de profesor y alumno. La función preponderante del profesor consiste en asesorar, orientar, y propiciar la creación de un ambiente adecuado en la integración del trabajo colectivo.

La aplicación del aprendizaje por descubrimiento hace referencia a la construcción de un conocimiento, con base en la asociación de elementos extraídos de ejemplos comunicativos de la realidad inmediata de los alumnos. Por tal motivo los ejemplos estudiados en el salón serán acordados a partir de temas definidos en clase, entre alumnos y profesor.

Respecto a las actividades didácticas específicas relacionadas para las unidades conceptuales, se proponen:

- a) Discusiones dirigidas en donde el profesor orientará la participación de los alumnos.
- b) Elaboración y diseño por parte de los alumnos, de diagramas que expliquen de manera operacional los elementos estudiados en los ejemplos elegidos.
- c) Exposiciones grupales de las conclusiones obtenidas de los análisis de los ejemplos.

En relación a las unidades analíticas las actividades que se proponen son:

- a) Realización de investigaciones monográficas a fin de reunir información documental y/o de campo.
- b) Elaboración de reseñas, resúmenes, cuadros sinópticos y ensayos escolares.
- c) Exposiciones grupales de los resultados y de las propuestas elaboradas por los alumnos con la finalidad de someterlos a los criterios y juicios del grupo.

En este apartado el profesor orientará a los alumnos con referencias documentales, razonamientos y cuestionamientos generales.

Finalmente para las unidades de aplicación, relativas a la elaboración de expresiones, se proponen las siguientes actividades:

- a) Asesoría del profesor a los alumnos, para que éstos elijan las técnicas de producción adecuadas para la elaboración de sus expresiones.
- b) Exposiciones por parte del profesor, de las técnicas de producción requeridas para cada uno de los medios de difusión.
- c) Realización de debates entre los equipos para propiciar la identificación y relación de los elementos descubiertos, así como una reflexión sobre la comunicación cotidiana. Los debates podrán implementarse a lo largo de todo el curso pero adquirirán una importancia singular en estas unidades.

LINEAMIENTOS DE EVALUACION

La evaluación es un proceso dinámico en estrecha relación con la enseñanza y el aprendizaje, a través de ella es posible dar cuenta de algunos de los procesos y logros en el aprovechamiento escolar de los alumnos en función de la modalidad evaluativa que se adopte.

La evaluación diagnóstica en TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION tendrá una función de enlace entre los conocimientos adquiridos en las asignaturas precedentes al área, por un lado, y por otro, servirá para que el profesor indague si los alumnos tienen y manejan los conocimientos pertinentes, tanto de lo ya visto como de lo que se verá, de tal manera que el profesor obtenga bases sobre las cuales establecer estrategias para su labor docente de coordinador.

La evaluación formativa es una modalidad con el fin de corregir deficiencias o desviaciones en el avance del proceso de enseñanza-aprendizaje a lo largo del curso.

La evaluación sumativa tiene como punto de referencia los objetivos y ciertos productos establecidos durante el curso. Conviene enfatizar que esta modalidad de evaluación es la única que tiene un valor aceptado en la acreditación de los alumnos, por lo cual es necesario que el profesor asigne un valor numérico a los criterios que utilice.

Los profesores reunidos en academias deberán dar un sentido concreto a estas modalidades. Después de analizar el programa, determinarán los momentos, los productos y los instrumentos idóneos para evaluar los aprendizajes de los alumnos. Lo anterior deberá regirse por los siguientes lineamientos: la congruencia que debe guardar la evaluación con el énfase del programa, con las estrategias didácticas a que se haya recurrido, en relación con la forma en que se adquirieron los aprendizajes; y, desde luego, las particularidades de cada academia y de cada grupo.

De manera general es importante resaltar que las evaluaciones deberán realizarse a partir de productos que representen el trabajo práctico e intelectual, buscando propiciar el que los alumnos adquieran conciencia de su rol dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, para ello el profesor puede apoyarse en la elaboración de expresiones por parte del alumno.

Otro aspecto importante consiste en determinar los criterios de selección acerca de los objetivos que podrán ser usados para la evaluación sumativa; en este sentido, dado que este curso tiende fundamentalmente al desarrollo de habilidades de análisis y de producción de expresiones basadas en el conocimiento y aplicación de nociones conceptuales, es necesario identificar los objetivos integradores independientemente del corte de las unidades o de la carga horaria, así el tema de las mediaciones comunicativas es de carácter conceptual, mientras que el de las mediaciones en sus diversos momentos es de índole analítica por lo que ambos resultan integradores, pero dado que el taller promueve más que el aprendizaje memorístico la aplicación de tales nociones, debiera considerarse el segundo tema mencionado como el más relevante para la evaluación sumativa.

De acuerdo a lo anterior, el aprendizaje deberá entenderse en función de la intención, del enfoque y de las relaciones que guarda con todo el programa, pero sin olvidar que son las academias las instancias que deben promover y acordar los lineamientos de evaluación en lo particular.

BIBLIOGRAFIA

- COLOMBRES, ADOLFO. Manual del promotor cultural, la acción práctica, T. II México: Ediciones del Centro Cultural Nazahua, 1982.
Expresa las acciones fundamentales para desarrollar proyectos con referencia y trascendencia cultural. Destaca las acciones comunicativas propias a implementarse.
- GONZALEZ ALONSO, C. El guión, México: Trillas, 1984.
La sencillez con que el autor explica la complejidad teórica para elaborar distintos guiones en medios audiovisuales, permite que el alumno acceda con pertinencia a la producción de mensajes con objetivos precisos.
- LLANO, SERAFINA Y OSCAR MORALES, La radiodifusión en México, México: Comunicación Tecnológica e Investigación S.C., 1984.
Estudio reciente y profundo de la situación actual de la radiodifusión mexicana. Expresa con objetividad un conjunto de datos que permiten su utilización en distintas categorías de análisis.
- MORAGAS SPA, M. Sociología de la Comunicación, T. I, Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
Dentro de esta antología se encuentra un capítulo escrito por Manuel Martín Serrano, en donde expresa los lineamientos generales de la Teoría Social de la Comunicación, sus principales premisas y aportaciones a la investigación y análisis de la comunicación de masas.
- TRÉJO DELARRE, R. (coord.) Televisa: El quinto poder. México: Claves Latinoamericanas, 1985.

Esta bibliografía se recomienda sobre todo para alumnos.

BIBLIOGRAFIA

- ARRIAGA, P. Publicidad economía y comunicación masiva "Estados Unidos y México"; México: CCESTEM y Nueva Imagen, 1980.
- Profundo análisis demostrativo de las interrelaciones entre comunicación y economía que influyen en los procesos políticos y sociales de México. Pone énfasis en el papel de los medios de difusión masiva audiovisual.
- LINARES, M. El quión: elementos, formatos y estructuras; México: UNAM, 1983.
- Exposición detallada de los elementos fundamentales para la planeación y producción de mensajes. Esboza con detenimiento y claridad las técnicas y sus requerimientos.
- LOMBARDI SATRIANI, M. Apropiación y distrubución de la cultura de las culturas subalternas; México: Nueva Imagen, 1978.
- Estudio reflexivo sobre las culturas subalternas; en cuanto a los mecanismos implementados por los sectores dominantes para su apropiación y distribución. Su mayor pertinencia encuentra validez en las aportaciones teóricas para la preservación de ellas.
- MARTIN SERRANO, M. La producción social de la comunicación; Madrid: Alianza, 1986.
- Desarrolla los fundamentos de la teoría social de la comunicación. Estudia a la comunicación pública, su uso social y las transformaciones de los sistemas institucionales de comunicación. Investiga las relaciones entre sociedad y comunicación. Plantea leyes históricas que permiten prever los efectos de tales interrelaciones.

MORAGAS Spa, M. Sociología de la comunicación de masas (T.I.) Barcelona : Gustavo Gili, 1985.

Tesis doctoral que desarrolla, con objetividad, una propuesta metodológica para el análisis de mensajes audiovisuales.

Esta bibliografía esta recomendada sobre todo para profesores.

COMISION ELABORADORA DEL PROGRAMA

ALFONSO PEREZ MORALES
LILIA MARQUEZ BALDENAS
PIIAR RODRIGUEZ JUAREZ
LORENA PAEZ AGUIRRE
CARLOS ZARRAVAL ROBERT
HECTOR TORRES LIMA
JOSE LUIS ARREGUIN ACOSTA
JOSE SANCHEZ VARGAS

ASESOR EXTERNO:
JAVIER AYIUA GUZMAN

APROYO TECNICO:
ALMA ROSA HERNANDEZ ROMERO

COMISION ELABORADORA DEL PROGRAMA

ALFONSO PÉREZ MORALES
LILIA MÁRQUEZ BALDERAS
PILAR RODRÍGUEZ JUÁREZ
LORENA PÁEZ AGUIRRE
CARLOS ZARRABAL ROBERT
HÉCTOR TORRES LIMA
JOSÉ LUIS ARREGUÍN ACOSTA
JOSÉ SÁNCHEZ VARGAS

ASESOR EXTERNO: ,

JAVIER ÁVILA GUZMÁN

APOYO MECANOGRÁFICO:

ALMA ROSA HERNÁNDEZ ROMERO



COLEGIO DE
BACHILLERES

DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I

México, D.F., Febrero de 1988

CRED. 6
HORAS 3

PRESENTACION DEL PROGRAMA

El presente programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I requiere para su adecuada comprensión e interpretación una lectura integral y atenta, particularmente en los apartados de enfoque y estrategias didácticas en donde se expone la idea de comunicación que el documento maneja, así como una propuesta de cómo enseñarla; sin embargo la sola lectura de dichos apartados no bastará para una comprensión óptima y suficiente de este documento por lo cual, insistimos, es recomendable una lectura completa de todas las partes del documento.

La organización de este programa contempla los siguientes apartados:

- UBICACION.** Describe el lugar que ocupa la materia en el Plan de Estudios, área de formación, y orden temporal.
- INTENCION.** Explica la función que tiene la materia y las dos asignaturas que la comprenden además de la utilidad que le reportará al alumno, lo que podrá saber -o saber hacer- al cursar la asignatura.
- ENFOQUE.** Presenta la perspectiva o punto de vista desde el cual se captó y estructuró el campo de conocimiento con el propósito de ser enseñado. Conjuga la perspectiva conceptual que se va a enseñar y las intenciones de hacerlo, con una posición de cómo debe enseñarse.
- CONTENIDOS.** Son los conceptos, habilidades, actitudes del campo de conocimientos; así mismo constituyen la base sobre la cual se dan las acciones de profesores y alumnos para la enseñanza y el aprendizaje.

OBJETIVOS. Orientan la operación de los contenidos, establecen los aprendizajes que se pretende que el alumno desarrolle. Señalan el qué, el cómo y el para qué de los contenidos.

ESTRATEGIAS DIDACTICAS. Consiste en las actividades y procedimientos que profesores y alumnos llevan a cabo durante el curso para lograr los aprendizajes prescritos en los objetivos.

LINEAMIENTOS DE EVALUACION Contemplan las modalidades de evaluación diagnóstica, formativa y sumativa. En el programa se señalan aspectos generales de las mismas con objeto de que las académicas y el profesor las adecuen al curso.

RETICULA. Representa gráficamente los contenidos y sus relaciones en dos ejes: uno de desagregación (desglose de las unidades del programa en temas y subtemas) y otro de secuenciación (organización de las unidades, temas y subtemas en un eje temporal para desarrollarse durante el curso). También se especifica la carga horaria por unidad.

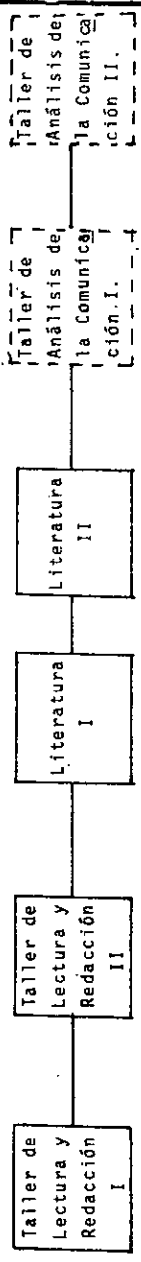
BIBLIOGRAFIA. Constituye el conjunto de documentos con los cuales se apoya en general el desarrollo del curso.

UBICACION

La comunicación es un proceso que se da en la vida de todo grupo, imprescindible y necesaria en la socialización del ser humano. En el curso se estudia la comunicación como una institución pública que crea representaciones históricamente determinadas, por lo tanto el Taller plantea el estudio y análisis de la comunicación y su interacción con el sistema social, para proporcionar al alumno elementos que le permitan una participación consciente, creativa y crítica en su entorno social.

Este programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se elaboró considerando las finalidades de la Institución y, dentro del plan de estudios, la función del núcleo de materias optativas cuyo objetivo es complementar los conocimientos que los alumnos han adquirido en las materias del núcleo básico, en dos sentidos: ampliar y/o profundizar su cultura básica y favorecer el desarrollo de sus habilidades susceptibles de ser aplicadas en la vida cotidiana.

Esta materia pertenece al Área de Lenguaje y Comunicación, cuya intención es: "Generar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos -en español y otra lengua- tanto a nivel oral como escrito, a través del análisis de los mismos y de la práctica de los medios y sistemas de comunicación, para acercarse a conocimientos básicos de otras áreas y de la cultura en general, y acceder a aprendizajes más complejos". Tiene como antecedentes directos las asignaturas de Taller de Lectura y Redacción I y II y Literatura I y II.



En la materia de Taller de Lectura y Redacción se desarrolla la capacidad de informarse, de comunicarse en forma oral y escrita con claridad y precisión y de usar el material escrito de manera eficiente.

En la materia de Literatura se promueve la lectura, el análisis y la apreciación de textos literarios en su función comunicativa.

Así, en la materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION se culmina el área y para ello se continúa el desarrollo de la capacidad de informarse y el uso de códigos diferentes, aplicándolos ahora al análisis y estudio de mensajes en la práctica comunicativa.

La asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I, de acuerdo a los anteriores señalamientos, se ubica en el quinto semestre y en ella se estudia a la comunicación en medios impresos mexicanos y se proporcionan los elementos conceptuales y las técnicas para la producción de expresiones alternativas, es decir, la realización por parte de los alumnos, de expresiones en donde se utilizan medios acordes a una comunicación intergruppal, convirtiéndose en elaboradores de códigos diferentes a los masivos.

INTENCION

La materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION pertenece al núcleo optativo, busca ampliar y enriquecer la cultura básica del alumno retomando sus conocimientos adquiridos en las asignaturas previas. ampliándolos y/o profundizándolos por lo cual propone que:

- El alumno aplique sus habilidades de interpretación, valoración y uso del lenguaje (verbal y escrito), adquiridas en Taller de Lectura y Redacción y Literatura, en el estudio y práctica de la comunicación.
- El alumno -en una dinámica de interacción con el profesor -analice expresiones, adquiera conceptos básicos, y elabore mensajes impresos, auditivos o audiovisuales a partir de su realidad inmediata; lo anterior con la finalidad de que el alumno:

 - a) Amplie y profundice su cultura básica, a partir del estudio de la comunicación en la sociedad mexicana.
 - b) Analice y mejore sus actitudes, expresiones comunicativas, desarrolle conocimientos y habilidades para analizar, evaluar y producir mensajes impresos, auditivos y audiovisuales, que le posibiliten el acceso a estudios posteriores.
 - c) Desarrolle una mayor y mejor integración personal, mediante la reflexión y aplicación de los conocimientos adquiridos a su comunicación cotidiana.

La intención de la asignatura TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I propone que el alumno continúe el desarrollo de conocimientos actitudes y habilidades adquiridas en las asignaturas antecedentes: su capacidad de informarse, de analizar y usar el lenguaje oral y escrito, y los integre en la perspectiva propia del estudio de los procesos comunicativos.

El aprendizaje se propiciará mediante la interacción permanente entre profesores y alumnos, a partir del análisis de ejemplos extraídos de la comunicación cotidiana del alumno, de investigaciones sobre la prensa actual y de la producción de expresiones escritas alternativas, en las que el alumno descubrirá e identificará la función mediadora de la comunicación, es decir, cómo los actores -emisores y receptores- interpretan lo que sucede a su alrededor a través de sus propios intereses y puntos de vista, y cómo la vida social consiste en la interacción y transacción logradas entre los distintos intereses.

De acuerdo a lo anterior se pretende que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su conocimiento acerca del lenguaje escrito, en el contexto del estudio y práctica de la comunicación.
- b) Conozca y valore la función mediadora de la comunicación pública en la vida cotidiana.
- c) Logre una mejor integración personal y una mayor comprensión de sus roles en la sociedad a. reflexionar en grupo, sobre la práctica alternativa de la comunicación a partir de sus expresiones cotidianas.

ENFOQUE

En esta materia el estudio de la comunicación se realiza desde un enfoque teórico-metodológico-práctico que no se reduce al estudio de actos comunicativos, sino que además procura integrar un panorama del papel de la comunicación dentro de la sociedad, para ello articula una explicación sistémica de las diferentes corrientes y perspectivas que se han aplicado a los fenómenos comunicacionales, desde un ámbito específicamente comunicativo. Se parte de la interrelación existente entre los sistemas de comunicación y social, expresada durante la actividad social cotidiana. Plantea este enfoque además que tales sistemas están en interrelación con otros subsistemas: político, educativo y económico, por ejemplo.

La propuesta fundamental de este enfoque, para el programa de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION, consiste en caracterizar la interrelación entre sistema social y comunicativo a través de afectaciones mutuas y diversas, entendido el sistema comunicativo en su forma, hoy predominante, de comunicación pública. Se trata pues de describir tal interrelación en la formación social mexicana.

El sistema social se estudia según las bases materiales que la constituyen (la infraestructura); la forma en que se articulan esas bases materiales (su estructura); y el modo en que se relacionan en él los valores, las ideas, etc. (la supraestructura).

Se estudia, de igual modo, al sistema de comunicación: por sus bases materiales, su organización, la cultura y los valores que propone.

En este sentido se estudia a la comunicación a partir de la información que transmite así como de los valores

e ideas que propone y/o reproduce. La proposición de tales valores e ideas crea representaciones que son captadas globalmente por los individuos.

Esta tendencia natural a crear representaciones por cada comunicador recibe el nombre de "mediación", todo comunicador "media" la información que transmite, matizándola según intereses y puntos de vistas específicos.

De esta manera, las mediaciones de la comunicación se estudian, desde este enfoque, según el uso que se da al mensaje:

- Uso informativo: transmite y conlleva normas y conductas en las cuales se fundamenta la actividad social.
- Uso reproductivo: se caracteriza por indicar y proponer los roles que la sociedad espera de los individuos para apoyar la permanencia de la misma.
- Uso contracomunicativo: se define como el uso de los hechos comunicativos al margen de los códigos imperantes y una de sus finalidades es producir una creatividad comunicativa de acuerdo a las necesidades del individuo o grupo social.

De acuerdo a los anteriores planteamientos, la metodología asumida en este enfoque se caracteriza por la constante confrontación del hecho comunicativo con la teoría y de ésta con la práctica, lo que posibilitará que el alumno acceda a la comprensión, explicación y modificación de su realidad comunicativa.

En este sentido la didáctica propuesta por este enfoque parte de las experiencias comunicativas de los alumnos, considerando tanto sus intereses y necesidades como sus conocimientos previos, con la finalidad de que el pro-

tesor a partir de dinámicas de grupo, de acuerdo a las características del tema, del grupo y del propio maestro, propicie la descripción, exposición y estudio de los problemas planteados para así poner en juego, junto con los alumnos, los diferentes elementos conceptuales y técnicos. Lo anterior permitirá que los alumnos y el profesor descubran qué elementos intervienen y su relación en el proceso de comunicación, para asignarles los términos pertinentes del enfoque.

Se propone como un recurso didáctico la elaboración de diagramas sencillos, cuadros sinópticos y esquemas en donde se representen gráficamente los elementos de cada problema planteado, así como las relaciones y funciones de los mismos, para vincularlos con otros problemas más generales en prensa, radio o televisión. Esta aplicación tiene como finalidad apoyar a los alumnos en su aprendizaje.

Considerando la intención del curso se plantea la elaboración de expresiones alternativas y participativas, realizadas por los alumnos, que serán el producto terminal y punto de referencia de las reflexiones grupales. La finalidad última es que el profesor propicie, a través de la presentación y réplica oral de estas producciones, que los alumnos logren una mayor comprensión del papel de la comunicación pública en su realidad cotidiana.

Así pues los fundamentos didácticos del enfoque son los siguientes:

1. De lo particular a lo general: partir de la explicación de la realidad comunicativa del alumno, para llegar a la explicación de la comunicación pública mexicana.
2. De lo concreto a lo abstracto a lo concreto: partir del estudio de las expresiones de los medios masivos para desarrollar un análisis y conceptualización de los mismos, con el objetivo de aplicarlos en la elaboración de sus propias expresiones con carácter alternativo o participativo.

3. De la intuición a la reflexión: partir de los elementos que el alumno puede identificar en un problema o ejemplo comunicativo para llegar a una explicación del mismo, basada en el estudio y descubrimiento de los elementos que efectivamente lo constituyen así como sus principales relaciones.

Con base en lo anterior, para el TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN se configuran las siguientes unidades a desarrollarse en el primer curso (quinto semestre):

1. La mediación de la comunicación en la sociedad.
2. El proceso comunicativo en las expresiones de medios impresos mexicanos.
3. Expresiones impresas alternativas.

Para el segundo curso (sexto semestre):

1. Consecuencias del desarrollo de las formas de comunicación social en la comunicación pública actual.
2. El proceso comunicativo en las expresiones de los medios radiofónicos o televisivos mexicanos.
3. Expresiones participativas.

De acuerdo con esta propuesta, los cursos proporcionan los elementos conceptuales básicos (en las primeras unidades), con los cuales se analizan los medios impresos y auditivos o audiovisuales (en las segundas unidades), para elaborar expresiones alternativas por medios impresos, y participativas por medios auditivos o audiovisuales (en las terceras unidades); por tanto se conforman tres tipos de unidades, las primeras son conceptuales, las segundas analíticas y las terceras aplicativas, predominantemente, lo que no excluye la existencia de momentos de uno u otro tipo al anterior de cada unidad.

<p>UNIDAD: I. La mediación de la comunicación en la sociedad.</p> <p>OBJETIVO: El alumno conocerá la noción de mediación de la comunicación en la sociedad con el fin de aplicarlo a su realidad inmediata.</p> <p style="text-align: right;">Carga Horaria: 10 Hrs.</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS</p> <p>1.1 A partir de la discusión grupal sobre un hecho comunicativo cotidiano y de la elaboración de un diagrama explicativo sobre el mismo, el profesor propiciará que los alumnos descubran las relaciones entre los elementos y tipos de comunicación, para que accedan a la noción de sistema de comunicación social.</p> <p>1.2 El alumno, a partir de la exposición de un hecho comunicativo, de discusiones grupales dirigidas por el profesor y con el apoyo de un diagrama explicativo, ubicará las interrelaciones entre los sistemas: social y comunicativo, para comprender la existencia de afectaciones mutuas entre dichos sistemas.</p>
<p style="text-align: center;">CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)</p> <p>1.1 El sistema de comunicación social.</p> <p>1.1.1 Elementos: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.</p> <p>1.1.2 Tipos: privada y pública.</p> <p>1.2 Las interrelaciones entre los sistemas de comunicación y social.</p> <p>1.2.1 Infraestructurales.</p> <p>1.2.2 Estructurales.</p> <p>1.2.3 Supraestructurales</p>	

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>1.3 La mediación en los usos de la comunicación.</p> <p>1.3.1 Informativo.</p> <p>1.3.2 Reproductivo.</p> <p>1.3.3 Contra comunicativo.</p>	<p>1.3 Relacionando los diagramas elaborados y apoyado en las explicaciones y síntesis de el profesor, el alumno identificará la mediación en los usos de la comunicación dentro del sistema social, para caracterizarla en su realidad cotidiana.</p>

<p>UNIDAD: II. El proceso comunicativo en las expresiones impresas mexicanas.</p> <p>OBJETIVO: El alumno conocerá el proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos, identificará en ellos los componentes del sistema de comunicación pública y sus mediaciones para acercarse a los medios impresos desde sus intereses y necesidades.</p> <p style="text-align: right;">Carga Horaria: 15 Hrs</p>	
CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>2.1 Elementos del proceso comunicativo en las expresiones de los medios impresos mexicanos.</p> <p>2.1.1 Roles de los actores.</p> <p>2.1.2 Instrumentos: Periódicos y revistas.</p> <p>2.1.3 Representaciones: Temporales y atemporales.</p> <p>2.2 La mediación en sus diversos momentos.</p> <p>2.2.1 En la producción comunicativa de los actores.</p> <p>2.2.2 En la distribución de los instrumentos impresos.</p> <p>2.2.3 En el consumo de las representaciones temporales y atemporales.</p>	<p>2.1 A partir del análisis que alumnos y profesor realicen sobre el proceso comunicativo y sus elementos en los medios impresos y apoyándose en los diagramas elaborados, el alumno identificará las características de los elementos del proceso comunicativo en las expresiones de la prensa escrita mexicana, para interpretarlas desde sus intereses y necesidades.</p> <p>2.2 Con los resultados de las indagaciones que los alumnos realicen sobre la producción, distribución y consumo de la prensa escrita mexicana, el alumno reconocerá la mediación en cada uno de esos momentos, para significarlas de acuerdo a sus intereses y necesidades.</p>

UNIDAD: III. Expresiones impresas alternativas.

OBJETIVO: El alumno elaborará en equipo, expresiones impresas alternativas contextualizadas en su realidad comunicativa, para confrontarlas colectivamente y valorar su utilidad cotidiana.

Carga Horaria: 20 Hrs.

CONTENIDO (TEMA/SUBTEMA)	OBJETIVOS
<p>3.1 Producción de expresiones impresas alternativas.</p> <p>3.1.1 Técnicas de producción.</p> <p>3.1.2 Elaboración de expresiones impresas alternativas.</p> <p>3.2 Recapitulación.</p> <p>3.2.1 Confrontación grupal sobre las expresiones elaboradas</p> <p>3.2.2 Utilidad cotidiana de la producción alternativa.</p>	<p>3.1 Con la asesoría técnica del profesor el alumno elaborará, en equipo, expresiones impresas alternativas para representar situaciones comunicativas cercanas a su realidad personal.</p> <p>3.2 Mediante discusiones grupales, los alumnos confrontarán las expresiones impresas elaboradas con las nociones conceptuales estudiadas, privilegiando la utilidad cotidiana de sus productos finales para recapitular y reflexionar sobre el curso.</p>

ESTRATEGIAS DIDACTICAS

Las estrategias didácticas cumplen varias funciones, una de ellas es enlazar los contenidos (respetando su estructura) del programa con la manera en que éstos son tratados en los objetivos de operación que se les asignan. En este sentido las estrategias didácticas se constituyen en el cómo se pretende lograr los aprendizajes establecidos en los objetivos de operación.

Es fundamental que el profesor comprenda y asuma que su papel es coordinar, asesorar y orientar las actividades del curso con objeto de retroalimentar a los alumnos constantemente en relación a su aprendizaje. En este sentido los contenidos programáticos de la materia de TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION presenta tres fases generales: conceptual, analítica y aplicativa, mismas que corresponden a cada una de las unidades de ambas asignaturas, igualmente en cualquiera de ellas la operación didáctica parte de los siguientes supuestos a) trabajo en forma de taller; b) un aprendizaje por descubrimiento; y c) como punto de referencia para todo trabajo se parte de la realidad comunicativa cotidiana de los alumnos.

La modalidad de taller alude a la integración de teoría y práctica propiciada por la interacción de profesor y alumno. La función preponderante del profesor consiste en asesorar, orientar, y propiciar la creación de un ambiente adecuado en la integración del trabajo colectivo.

La aplicación del aprendizaje por descubrimiento hace referencia a la construcción de un conocimiento, con base en la asociación de elementos extraídos de ejemplos comunicativos de la realidad inmediata de los alumnos. Por tal motivo los ejemplos estudiados en el salón serán acordados a partir de temas definidos en clase, entre alumnos y profesor.

Respecto a las actividades didácticas específicas relacionadas para las unidades conceptuales, se proponen:

- a) Discusiones dirigidas en donde el profesor orientará la participación de los alumnos.
- b) Elaboración y diseño por parte de los alumnos, de diagramas que expliciten de manera operacional los elementos estudiados en los ejemplos elegidos.
- c) Exposiciones grupales de las conclusiones obtenidas de los análisis de los ejemplos.

En relación a las unidades analíticas las actividades que se proponen son:

- a) Realización de investigaciones monográficas a fin de reunir información documental y/o de campo.
- b) Elaboración de reseñas, resúmenes, cuadros sinópticos y ensayos escolares.
- c) Exposiciones grupales de los resultados y de las propuestas elaboradas por los alumnos con la finalidad de someterlos a los criterios y juicios del grupo.

En este apartado el profesor orientará a los alumnos con referencias documentales, razonamientos y cuestionamientos generales.

Finalmente para las unidades de aplicación, relativas a la elaboración de expresiones se proponen las siguientes actividades:

- a) Asesoría del profesor a los alumnos, para que éstos elijan las técnicas de producción adecuadas para la elaboración de sus expresiones.
- b) Exposiciones por parte del profesor, de las técnicas de producción requeridas para cada uno de los medios de difusión.
- c) Realización de debates entre los equipos para propiciar la identificación y relación de los elementos descubiertos, así como una reflexión sobre la comunicación cotidiana. Los debates podrán implementarse a lo largo de todo el curso pero adquirirán una importancia singular en estas unidades.

LINEAMIENTOS DE EVALUACION

La evaluación es un proceso dinámico en estrecha relación con la enseñanza y el aprendizaje, a través de ella es posible dar cuenta de algunos de los procesos y logros en el aprovechamiento escolar de los alumnos en función de la modalidad evaluativa que se adopte.

La evaluación diagnóstica en TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION tendrá una función de enlace entre los conocimientos adquiridos en las asignaturas precedentes al área, por un lado, y por otro, servirá para que el profesor indague si los alumnos tienen y manejan los conocimientos pertinentes, tanto de lo ya visto como de lo que se verá, de tal manera que el profesor obtenga bases sobre las cuales establecer estrategias para su labor docente de coordinador.

La evaluación formativa es una modalidad con el fin de corregir deficiencias o desviaciones en el avance del proceso de enseñanza-aprendizaje a lo largo del curso.

La evaluación sumativa tiene como punto de referencia los objetivos y ciertos productos establecidos durante el curso. Conviene enfatizar que esta modalidad de evaluación es la única que tiene un valor aceptado en la acreditación de los alumnos, por lo cual es necesario que el profesor asigne un valor numérico a los criterios que utilice.

Los profesores reunidos en academias deberán dar un sentido concreto a estas modalidades. Después de analizar el programa, determinarán los momentos, los productos y los instrumentos idóneos para evaluar los aprendizajes de los alumnos. Lo anterior deberá registrarse por los siguientes lineamientos: la cononruencia que debe guardar la evaluación con el enfoque del programa, con las estrategias didácticas a que se haya recurrido, en relación con la forma en que se adquirieron los aprendizajes; y, desde luego, las particularidades de cada academia y de cada grupo.

De manera general es importante resaltar que las evaluaciones deberán realizarse a partir de productos que representen el trabajo práctico e intelectual, buscando propiciar el que los alumnos adquieran conciencia de su rol dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje, para ello el profesor puede apoyarse en la elaboración de expresiones por parte del alumno.

Otro aspecto importante consiste en determinar los criterios de selección acerca de los objetivos que podrán ser usados para la evaluación sumativa; en este sentido, dado que este curso tiende fundamentalmente al desarrollo de habilidades de análisis y de producción de expresiones basadas en el conocimiento y aplicación de nociones conceptuales, es necesario identificar los objetivos integradores independientemente del corte de las unidades o de la carga horaria, así el tema de las mediaciones comunicativas es de carácter conceptual, mientras que el de las mediaciones en sus diversos momentos es de índole analítica por lo que ambos resultan integradores, pero dado que el Taller promueve más que el aprendizaje memorístico, la aplicación de tales nociones, debería considerarse el segundo tema mencionado como el más relevante para la evaluación sumativa.

De acuerdo a lo anterior, el aprendizaje deberá entenderse en función de la intención, del enfoque y de las relaciones que guarda con todo el programa, pero sin olvidar que son las academias las instancias que deben promover y acordar los lineamientos de evaluación en lo particular.

BIBLIOGRAFIA

- BERNAL SAHUAGUN, V. Anatomía de la publicidad en México: México: Nuestro Tiempo, 1974.
- Se dan a conocer las relaciones económico-ideológicas de la actividad publicitaria en los medios masivos mexicanos. Resulta útil por los datos proporcionados, así como por la metodología empleada, con referencia a la generalización que el estudiante pueda hacer de ellos.
- FERNANDEZ CH, F. Los medios de difusión en México: México: Juan Pablos Editor, 1982.
- Se estudian las actividades comunicativas en los medios de difusión, particularmente los mexicanos, desde diferentes metodologías y niveles sociales, utiliza un análisis crítico con posibilidades de aplicación a casos más particulares.
- FREIRE, P. ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural, México: Siglo XXI, 1982.
- Se plantea como punto central la dialógica del proceso comunicativo, la contrapone al concepto de extensión. Explica como una verdadera comunicación dialógica es un instrumento de evaluación y concientización frente a la cultura dominante y enajenada.
- HARMECKER R., M. Los conceptos fundamentales del Materialismo Histórico: México: Siglo XXI, 1970.
- Permite ubicar el sistema social y caracterizarlo en función de sus bases materiales y superestructurales, a partir de una concepción histórica. Menciona a la comunicación, en sus interrelaciones superestructurales, principalmente como medio trasmisor de ideología, y hace un mayor énfasis en las relaciones ideológicas con los modos de producción capitalista.

PRIETO CASTILLO, D. Discurso autoritario y comunicación alternativa; México: Premia, 1984.

Se tipifican las características del discurso autoritario y posibilita un análisis crítico de la comunicación masiva, a partir del cual podría surgir una comunicación alternativa a niveles intermedios (grupales). Se recomiendan algunas técnicas y formas de alternatividad.

Esta bibliografía se recomienda sobre todo para alumnos.

BIBLIOGRAFIA

- BARBERO MARTIN, J. De los medios a las mediaciones; Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
Plantea el estudio de la comunicación desde un modelo de análisis que coloca a la cultura como una mediación social y teórica de la comunicación con lo popular.
- BORRAS SANCHEZ, L. Comunicación rural, teoría práctica; México: F.C.P.S. UNAM, 1983.
Estudio teórico-práctico que rescata los principales elementos y acciones para fundamentar un proyecto real de comunicación intra e inter grupal.
- DRIVE RIVA, P. Estructura de la información periodística, aproximación al concepto y su metodología. Madrid: Pirámide, 1977.
Analiza la estructura de la información periodística y propone una metodología estructural para el análisis de la prensa.
- MARTIN SERRANO, M. La producción social de la comunicación, Madrid: Atienza, 1986.
Desarrolla los fundamentos de la teoría social de la comunicación, estudia a la comunicación pública de uso social y las transformaciones de los sistemas institucionales de comunicación. Investiga las relaciones entre sociedad y comunicación, plantea leyes históricas que permiten prever los efectos de tales interrelaciones.

Esta bibliografía esta recomendada sobre todo para profesores.

COMISION ELABORADORA DEL PROGRAMA

- ALFONSO PÉREZ MORALES
- LILIA MÁRQUEZ BALDERAS
- PILAR RODRÍGUEZ JUÁREZ
- LORENA PÁEZ AGUIRRE
- CARLOS ZARRABAL ROBERT
- HÉCTOR TORRES LIMA
- JOSÉ LUIS ARREGUÍN ACOSTA
- JOSÉ SÁNCHEZ VARGAS

ASESOR EXTERNO: ,
JAVIER AVILA GUZMÁN

APOYO MECANOGRÁFICO:
ALMA ROSA HERNÁNDEZ ROMERO

INDICE GENERAL

	PAGS.
Presentación general	1
Propósito de la asignatura	2
Instrucciones para el estudiante	3
 Unidad I. La mediación de la comunicación en la sociedad	1
Actividades de consolidación. 1er. tema	25
Actividades de consolidación. 2do. tema	41
Actividades de consolidación. 3er. tema	66
Lineamientos para las respuestas a las actividades de consolidación	70
Autoevaluación de la Unidad I	74
Lineamientos para las respuestas de la autoevaluación	83
Explicación integradora	88
 Unidad II. El proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos	89
Actividades de consolidación. Subtema 2.1.1	109
Actividades de consolidación. Subtema 2.1.2	136
Actividades de consolidación. Subtema 2.2.1	185
Actividades de consolidación. Subtema 2.2.2	214
Lineamientos para las respuestas a las actividades de consolidación	216
Autoevaluación de la Unidad II	222
Lineamientos para las respuestas de autoeva- luación	226
Explicación integradora	228
 Unidad III. Medios impresos alternativos	229
Recapitulación	269
Actividades de consolidación	270
Lineamientos para las respuestas a las actividades de consolidación	271
Autoevaluación de la unidad III	272
Lineamientos para las respuestas de auto- evaluación	274
Explicación integradora	276

" Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de me
diaciones más que de medios, cuestión de cultura...

Es todo el proceso de socialización el que está transfor
mandose de raíz al cambiar el lugar desde donde se mudan
los estilos de vida. Hoy esa función medidora, la reali-
zan los medios de comunicación de masas. Ni la familia,
ni la escuela-viejos reductos de ideología- son ya el es
pacio clave de la socialización".

Jesús Martín Barbero.

Instrucciones para el estudiante.

Para que obtengas un mayor rendimiento en tu estudio, es recomendable que realices lo siguiente:

1. Reflexiona acerca de lo que se plantea en el cuestionamiento guía. Esto te ayudará a crearte expectativas del contenido que vas a estudiar.
2. Concéntrate en la lectura, tratando de mantener presentes los cuestionamientos recién estudiados. No encontrarás respuestas textuales. El contexto global te permitirá localizar esas respuestas.
3. Si encuentras alguna dificultad en la comprensión de alguna información, vuélvela a leer detenidamente y trata de resolver la duda por el contexto que rodea a esa información. Si a pesar de eso persiste la duda, anótala para que la comentes con tu consultor.
4. Una parte medular en tu aprendizaje son las actividades de consolidación. Pon toda tu atención en ellas porque representan la posibilidad de acercarte a la práctica. Lo que te permitirá el paulatino desarrollo de habilidades para analizar, criticar y producir mensajes propios.

PROPOSITO DE LA ASIGNATURA.

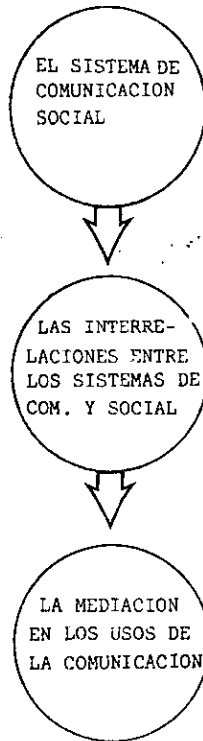
La asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación I tiene como propósito el desarrollo de habilidades para interpretar y valorar el lenguaje verbal y escrito a través del análisis de la realidad cotidiana y de los procesos de comunicación que se dan en ella. Esto te llevará a descubrir los papeles que en la comunicación tienen los actores, los instrumentos, las expresiones y las representaciones, que te permitirán finalmente producir mensajes propios con sentido reflexivo, alternativo y crítico.

Unidad I

La mediación de la comunicación en
la sociedad

CONTENIDO DE LA

UNIDAD I



CUESTIONAMIENTO GUIA

Antes de entrar al estudio de esta asignatura, es necesario que trates de poner en juego los conocimientos que tengas del tema. Muchas cosas se aprenden en la vida diaria y más de un tema como el de la comunicación, que nos es tan familiar, y con el que interactuamos cotidianamente. Por consiguiente, trata de reflexionar sobre los siguientes planteamientos que hacen referencia al contenido medular que verás en esta 1a. unidad.

- . En una conversación como la que realizas todos los días, intervienen un emisor que envía un mensaje y un receptor que lo escucha. ¿Te has preguntado qué elementos intervienen en un sistema de comunicación pública?

- . Se considera que los medios de comunicación como el cine, la prensa, la radio o la televisión tienen como objetivo principal el informar de los acontecimientos que son de interés público. Sin embargo, en los países capitalistas como México, cumplen un papel importante en la divulgación de una forma de vida, acorde con el sistema capitalista.
 - ¿ Cómo crees que se efectúa este proceso ?
 - ¿ Qué consecuencias consideras que puede generar este hecho en la sociedad ?
 - ¿ Alguna vez te has preguntado qué implicaciones tiene el considerar a la comunicación como una institución encargada de la producción y la distribución de mensajes ?
 - ¿ Alguna vez te has preguntado también cuál es la función que tiene un periodista ó un comentarista de televisión en la sociedad ?

Es muy probable que no hayas tenido todos los elementos para reflexionar sobre algunos de los cuestionamientos. En la medida en que avances en el estudio de esta primera unidad, irás adquiriendo conocimientos y habilidades que te permitirán ampliar y enriquecer tu propia reflexión sobre el tema de la comunicación.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

Mucho se ha discutido sobre la función de los medios masivos de comunicación en la sociedad. Si algunos elogian el uso dado a la comunicación pública, no faltan quienes cuestionan las funciones que ha cumplido en las sociedades actuales. Como fruto del estudio de esta unidad, conocerás y valorarás la función mediadora de la comunicación pública en la sociedad, a la vez, irás adquiriendo herramientas que te servirán para comprender -a partir del análisis- los mensajes de los medios masivos de comunicación. Todo esto, permitirá formarte un juicio propio sobre el papel que cumple la comunicación en el sistema social.

INTRODUCCION A LA UNIDAD.

¿ Qué función cumplen los medios masivos de comunicación en las sociedades actuales ?

Existen diversas opiniones sobre la función y los usos de la comunicación pública en la sociedad. Un enfoque científico sobre este problema requiere establecer los elementos que intervienen en la comunicación social.

De hecho, el mismo fenómeno comunicativo debe ser abordado de manera sistemática y también como un proceso dinámico, diferenciando tanto sus elementos como sus funciones.

De igual manera, deben distinguirse los posibles usos o formas de empleo de la comunicación en nuestras sociedades, en los diversos medios y niveles en que se establecen los intercambios comunicativos. Esto supone estudiar el empleo de los medios masivos de comunicación como informadores y como reproductores de la sociedad, sin dejar de examinar las alternativas comunicativas a tales usos.

Justamente para diferenciar los diversos niveles de los procesos comunicativos, resulta conveniente caracterizar y distinguir la comunicación privada de la comunicación pública.

Una vez que se definan los rasgos de la comunicación pública, es posible establecer las interrelaciones entre la comunicación pública y la sociedad, determinando tanto sus interdependencias como sus modalidades de afectación, esto es, las formas en las que se afectan mutuamente.

La explicación de tales interrelaciones implica analizar cómo influye la sociedad en la comunicación pública y viceversa, de qué manera se relaciona el sistema de comunicación pública y el sistema social capitalista, de qué modo se afectan la sociedad y la comunicación pública en sus diferentes niveles de estructura, infraestructura y supraestructura.

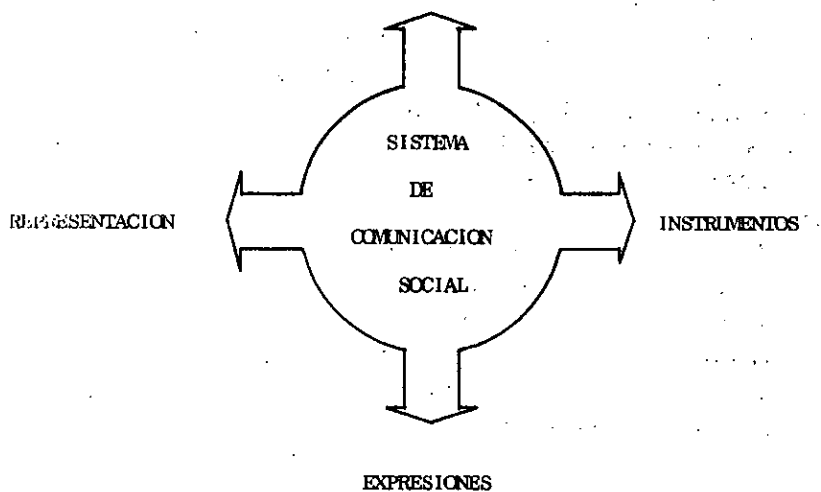
Todos estos temas, que se estudiarán en la primera unidad, proporcionarán los elementos necesarios para llegar al análisis de la función mediadora de la comunicación pública, hecho del cual se desprenderá a su vez el análisis de la realidad comunicativa.

TEMA 1.1:

EL SISTEMA DE COMUNICACION SOCIAL

SUBTEMA 1.1.1

ACTORES



1.1. EL SISTEMA DE COMUNICACION SOCIAL.

1.1.1. Elementos del Sistema de Comunicación: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones.

En una teoría social de la comunicación, es importante abordar el estudio del fenómeno comunicativo concibiéndolo como un SISTEMA integrado por un conjunto organizado de elementos diversos, con diferentes funciones que, como fenómeno humano es finalístico, en tanto que persigue fines.

Los elementos que integran al sistema de comunicación son los ACTORES que se comunican emitiendo o recibiendo los mensajes, los INSTRUMENTOS que se utilizan para comunicarse, las EXPRESIONES de los mensajes y las REPRESENTACIONES que éstas llevan.

A) ACTORES DE LA COMUNICACION.

En el Sistema Comunicativo intervienen y actúan, hombres que emiten, distribuyen o reciben mensajes, llamados también productos comunicativos. Ellos son los actores de la comunicación. Los actores son los sujetos en la comunicación, es decir, los directamente implicados en la producción, distribución y consumo de los mensajes. Incluye tanto a los individuos que en nombre propio o como portavoces de otras personas, grupos e instituciones entran en comunicación con otros actores; y también a quienes gracias a su intervención en los medios de comunicación de masas como locutores, periodistas, etcétera, permiten que, unos actores se comuniquen con otros.

Lo anterior se puede comprender mejor, a través de los siguientes ejemplos:

a) Si en una situación de comunicación, Maribel y Rebeca

platican sobre Miguel, los actores son Maribel y Rebeca.

- b) Si el maestro Guillermo expone el tema de la filosofía de Marx a los estudiantes del círculo de estudio del grupo 504, los actores son GUILLERMO Y LOS ESTUDIANTES DEL GRUPO 504.
- c) Si en el noticiero televisivo 24 horas, Jacobo Zabudovsky transmite información de agencias noticiosas sobre la situación en Nicaragua, criticando al gobierno sandinista, los actores son JACOBO ZABUDOVSKY Y LA TELEAUDIENCIA DE 24 HORAS.
- d) Si en el periódico La Jornada, Miguel Angel Granados Chapa critica la campaña gubernamental contra los candidatos de oposición los actores son MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA Y LOS LECTORES DE SU ARTICULO.

Se distinguen dos tipos de actores por las funciones que realizan en la comunicación:

- Los ACTORES que se sirven de la comunicación y
 - Los ACTORES que sirven a la comunicación.
- a) Los actores que se sirven de la comunicación son aquéllos cuya responsabilidad es la producción o el consumo comunicativo.
En los ejemplos anteriores, se sirven de la comunicación: Maribel y Rebeca, Guillermo y sus estudiantes, la teleaudiencia de 24 horas y los lectores del artículo de Granados Chapa.
 - b) Los actores que sirven a la comunicación son aquéllos que distribuyen información de otros actores.
En los ejemplos anteriores, sirven a la comunicación Jacobo Zabudovsky y Miguel Angel Granados Chapa.

Es preciso hacer dos recomendaciones para delimitar el campo del sistema comunicativo:

- 1.- Los actores de la comunicación deben distinguirse de los objetos de referencia.

Los actores se comunican utilizando expresiones significativas, entendidas como las referencias a objetos, datos, acontecimientos, y otros.

Los objetos de referencia son todo aquello a lo que remiten las expresiones significativas usadas por los actores de la comunicación.

Los objetos referidos en la comunicación pertenecen a un sistema de referencia que es exterior al sistema comunicativo.

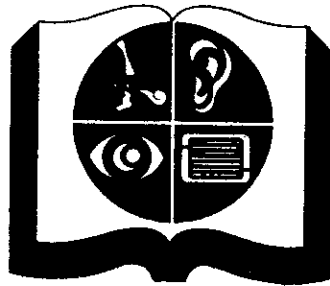
En el siguiente cuadro, puedes observar mejor la información anterior.

ANEXO 2

**Materiales de estudio de
TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACIÓN I y II**



TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I



material de estudio

COORDINACION DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

SUBDIRECCION ACADEMICA

DEPARTAMENTO DE MATERIALES DIDACTICOS

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I

Coordinación

Lic. Eloísa Poot Grajales

Asesoría de Contenido

Lic. Pilar Rodríguez Juárez

Asesoría Psicopedagógica

Lic. José Luis Chávez Alonso

Labor Mecanográfica

Ma. Leticia Meza Salgado

Ma. Irma Paz Ruiz

Diseño Gráfico

Profr. Leonel Bello Cuevas

Lic. Ivette Gómez Pedroso

PRESENTACION

El Colegio de Bachilleres, por conducto de la Coordinación del Sistema de Enseñanza Abierta, ha elaborado este material de estudio para la Asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación I, que forma parte del Núcleo optativo.

El proceso de elaboración de este material de estudio incluyó varias etapas. La primera, a cargo de la Subdirección Académica y su Departamento de Materiales Didácticos de la Coordinación del Sistema de Enseñanza Abierta, consistió en el diseño de un modelo de aprendizaje del cual se derivó una estructura didáctica que normaría la organización del contenido del material de estudio. En la segunda etapa participaron un asesor de contenido y un asesor pedagógico, quienes con base en la estructura didáctica establecida y el programa de estudio de la asignatura desarrollaron el material, con las aportaciones y supervisión del Departamento de Materiales Didácticos y su Área de Didáctica.

La tercera etapa del proceso fue la revisión de la versión preliminar del material de estudio por parte del Centro de Evaluación y Planeación Académica de la Dirección de Planeación Académica, así como de la academia de Taller de Lectura y Redacción del SEA.

En las siguientes etapas se incorporaron las sugerencias derivadas de la revisión integrando la versión definitiva del material de estudio. El material se turnó a la Unidad de Producción Editorial del Colegio de Bachilleres para su revisión de estilo, mecanografía e impresión.

La comunicación permite la interrelación social a través de diversas formas con la palabra. Gracias a ello, el hombre establece diversos procesos comunicativos mediante los cuales difunde su pensamiento y su concepción del mundo.

De esta manera se puede hablar de comunicación social, familiar, política, tecnológica, educativa, científica, entre otras. Frente a este magno campo de la comunicación, en la presente guía se plantea un acercamiento a los temas de la mediación de la comunicación en la sociedad, el proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos y la producción de mensajes alternativos.

La información de la guía está organizada de tal manera que su asimilación sea gradual. Se pretende que realices un estudio-reflexión y no un estudio-memoria. Dado que la asignatura está planteada como un taller, se otorga un énfasis especial a las actividades de consolidación y se dedica toda una unidad a la producción de mensajes alternativos. Con ello se pretende alejarte del papel tradicional de actor-receptor y ofrecerte las bases para tu intervención al rol de actor-emisor.

Comunicación	Actores	Objetos de referencia
Maribel y Rebeca platican sobre Miguel.	Maribel y Rebeca	Miguel
El maestro Guillermo expone la filosofía de Marx a los estudiantes del grupo 504.	Guillermo y los estudiantes del grupo 504.	La filosofía de Marx.
En el noticiero televisivo 24 horas , Jacobo Zabłudovsky transmite información de agencias noticiosas sobre la situación en Nicaragua, criticando con gestos de desagrado y calificativos negativos al gobierno sandinista.	Jacobo Zabłudovsky y la teleaudiencia de 24 horas .	La situación en Nicaragua.
En el periódico La Jornada Miguel Angel Granados Chapa critica la campaña gubernamental contra los candidatos de oposición.	Miguel Angel Granados Chapa y los lectores de su artículo.	La campaña gubernamental contra los candidatos de oposición.

De acuerdo a los ejemplos, puedes inferir que si Maribel y Rebeca platican sobre Miguel los actores son Maribel y Rebeca, pero no Miguel, ya que precisamente él es el objeto de referencia de la plática

Cuando el profesor Guillermo expone la filosofía de Marx a los estudiantes, los actores son Guillermo y los estudiantes, pero no Marx ya que éste es el objeto de referencia de la clase .

Si Zabludovsky critica la situación en Nicaragua, los actores son Zabludovsky y la teleaudiencia de su programa. "El objeto de referencia" de la información es la situación en Nicaragua.

De igual manera, si el periodista Granados Chapa critica la campaña gubernamental contra los candidatos de oposición, los actores son el propio periodista y los lectores de su artículo. El objeto de referencia es la campaña gubernamental contra los candidatos de oposición.

2.- Los actores comunicativos deben distinguirse de los agentes del sistema social.

El sistema social se puede considerar como el conjunto de sistemas que conforman a la sociedad. Por ejemplo: el sistema económico, el sistema político, el sistema educativo entre otros muchos. Por su parte, los agentes del sistema social son los individuos, grupos e instituciones que forman parte de ese sistema social. Aunque un agente social puede influir en los elementos del sistema comunicativo no deben confundirse con los actores de la comunicación. Por ejemplo:

. Si un periodista publica un reportaje sobre un artista, convenido por el representante de éste, los actores son el periodista y los lectores del reportaje, pero no el representante artístico: éste es un agente del sistema social que influye en el sistema comunicativo.

. Si los medios masivos de comunicación (radio, prensa, tele-

visión) movidos por la presión de la Secretaría de Gobernación, dedican más tiempo o espacio a la campaña del PRI que a las de otros partidos, los actores son todos los productores y distribuidores de información de los medios masivos de comunicación, así como los consumidores de esa información, pero no la Secretaría de Gobernación: ésta es un agente del sistema social que influye en el sistema comunicativo.

B) INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACION.

Los actores que se comunican utilizan instrumentos para emitir sus señales, para canalizarlas o para recibirlas; la actividad comunicativa de los actores supone, por lo tanto, el empleo de instrumentos para comunicarse.

Los instrumentos de la comunicación son todos los aparatos biológicos y los instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse con otros para producir (emitir), intercambiar (canalizar) y recibir señales. Por consiguiente, los instrumentos se organizan en sistemas de amplificación y en sistemas de traducción de señales, que incluyen como mínimo un aparato emisor, un canal transmisor y un órgano receptor.

En el siguiente cuadro puedes analizar con mayor claridad y precisión la información anterior.

INSTRUMENTOS EMISORES (1)

TECNOLOGICOS		
TRADUCTORES	AMPLIFICADORES	BIOLOGICOS
<p>Telegrafato óptico (espejo que transforma luz incidente en reflejada).</p>	<p>Aparatos amplificadores de sonido (por ejemplo, tam-tam, trompa).</p>	<p>Cuerpo que modula la postura.</p>
<p>Canal físico transmisor de luz.</p>	<p>Canal físico transmisor de sonido.</p>	<p>Ojo (transforma la luz en impulsos nerviosos).</p>
<p>Ojo (alternativamente otro espejo).</p>	<p>Oído.</p>	<p>Oído (transforma el sonido en impulso nervioso).</p>
<p style="text-align: right;">RECEPCION</p> <p style="text-align: center;">CANAL (transmisor)</p> <p style="text-align: left;">EMISION</p>		
<p style="text-align: left;">TRADUCTORES</p> <p style="text-align: right;">TECNOLOGICOS</p>		
<p style="text-align: center;">INSTRUMENTOS RECEPTORES</p>		

(1) Martín Serrano, Elementos del Sistema Comunicativo, s/r.

Aplicado el esquema a una situación de la vida diaria, puedes comprender mejor la información, a través de los siguientes ejemplos.

EMISOR	CANAL	RECEPTOR
Instrumentos comunicativos biológicos		
<p>Maribel utiliza su <u>aparato fonológico</u> emitiendo su <u>mensaje</u>.</p>	<p>Sonido con mensaje canalizado a través del <u>aire</u>.</p>	<p>Rebeca recibe el sonido en el <u>oído</u>, que transforma el sonido en impulsos nerviosos <u>significativos</u>.</p>
Instrumentos del Sistema Amplificador		
<p>Un vendedor emplea un <u>megáfono</u> para anunciar sus <u>productos</u>.</p>	<p>Las ondas sonoras <u>amplificadas</u> con los mensajes se difunden en el <u>aire</u>.</p>	<p>Son recibidas en el <u>oído</u>.</p>
Instrumentos del Sistema Traductor		
<p>La voz del locutor se traduce en <u>impulsos electromagnéticos</u> emitidos por la <u>estación de radio</u>.</p>	<p>Las ondas hertzianas se difunden en el <u>aire</u>.</p>	<p>Se reciben y traducen en los <u>aparatos de radio</u>.</p>

C) EXPRESIONES DE LA COMUNICACION.

Un elemento más del sistema de comunicación son las expresiones de la comunicación.

Anteriormente quedó establecido que los actores utilizan instrumentos comunicativos. Estos instrumentos sirven para transmitir, canalizar o recibir expresiones significativas entendidas como sustancias físicas informadas que emiten señales con una intención comunicativa. Por ejemplo, un regalo de rosas rojas que se da a una persona significa o expresa afecto; un abrigo de pieles muy caro que se usa en una fiesta significa o expresa riqueza, presunción, el semáforo con luz roja indica a los automovilistas que deben hacer alto, una cara con labios apretados puede expresar ira, enojo, dolor.

Expresiones significativas

Significantes o <u>sustancias expresivas.</u>	Significados o <u>expresiones.</u>
<u>Cosas:</u> rosas rojas (regaladas). _____	Afecto.
<u>Producto:</u> (para uso no comunicativo) abrigo de pieles (en una fiesta). _____	Riqueza, presunción.
<u>Producto:</u> (para uso comunicativo) semáforo con luz roja. _____	Alto.
<u>Cuerpo:</u> labios apretados. _____	Ira, enojo.

D) REPRESENTACIONES DE LA COMUNICACION.

Una vez establecido que los actores se comunican utilizando instrumentos biológicos y tecnológicos que les permiten transmitir, distribuir o recibir diversas expresiones significativas, sólo falta precisar las representaciones, último elemento que integra al sistema de comunicación.

Las representaciones se forman cuando los datos de referencia, por ejemplo algunas informaciones sobre valores, comportamientos o - modos de conocer, se organizan en modelos con sentido para los actores receptores. Por ejemplo, cuando la madre regaña a su hija por una conducta impropia de las mujeres, la hija recibe la in- formación y la incorpora en un modelo del comportamiento de las mujeres.

La representación, en el campo de la comunicación, actúa organi- zando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo en un modelo que posee sentido para el u- suario o los usuarios de esa representación.

Las representaciones, en consecuencia, se crean en los procesos de enculturización* en donde se transmiten conocimientos, aptitu- des, hábitos, actitudes, habilidades, valores y normas dentro de los ámbitos de la sociedad a través de la familia, la escuela, los medios masivos de comunicación . . .

Por consiguiente, las representaciones son modelos para actuar, conocer y valorar; guían las comunicaciones y permiten la efica- cia comunicativa: la transmisión, distribución y recepción tan- to de datos de referencias (informaciones) como de representacio- nes.

De acuerdo a su uso, se pueden distinguir tres tipos de represen- taciones.

- a) Representaciones que crean modelos para la ACCION porque dan a la información un sentido que afecta los comportamientos
Por ejemplo:

* Proceso enculturizador es la transmisión de conocimientos so- cioculturales, prácticos y técnicos que se adquieren desde la infancia en la familia, la escuela, la comunidad, el trabajo, etc.

. Si una madre llama la atención a su hija por una conducta impropia de las mujeres, bajo el supuesto de que "las niñas no juegan fut-bol", la hija incorpora la información a una representación sobre el modo de actuar de las mujeres.

b) Representaciones que crean modelos para la VALORACION ya que dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor. Por ejemplo:

. Si un padre regaña a sus hijos por decir groserías bajo la afirmación de que es malo decir esas palabras; los hijos incorporan la información a una representación sobre lo bueno y lo malo, lo correcto y lo incorrecto.

c) Representaciones que crean modelos para EL CONOCIMIENTO porque dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.

Por ejemplo:

. Si un maestro proporciona conocimientos diversos a sus estudiantes, éstos incorporan la información a una representación que les amplía los modelos o las concepciones del mundo.

Recapitulación:

ELEMENTOS DEL
SISTEMA
DE
COMUNICACION
SOCIAL

- . Actores: Individuos, grupos o instituciones que entran en comunicación con otros, ya sea como emisores o receptores de mensajes, sirviéndose de la comunicación o sirviendo a la misma.

- . Instrumentos: Aparatos biológicos o tecnológicos usados por los actores de la comunicación para emitir, canalizar o recibir mensajes comunicativos.

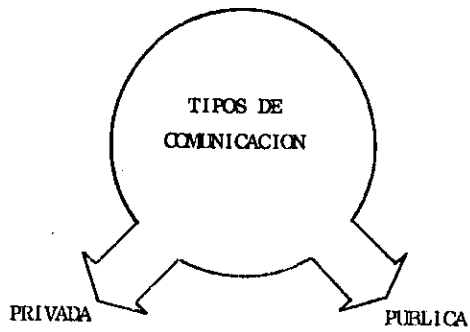
- . Expresiones: Mensajes significativos apoyados en una sustancia expresiva (significante) con una expresión (significado), emitido y recibido por los actores de la comunicación, a través de los instrumentos.

- . Representaciones: Modelos para actuar, conocer y valorar que transmiten la visión del mundo o ideología de los grupos o clases sociales.

TEMA 1.1.

EL SISTEMA DE COMUNICACION SOCIAL

SUBTEMA 1.1.2.



1.1.2 Tipos: Comunicación Privada y Comunicación Pública.

En el subtema anterior nos hemos mantenido en el plano de la comuni cación humana, sin embargo, el propósito de este curso es estudiar específicamente a la comunicación pública, por lo que resulta conve niente establecer ya una demarcación entre comunicación Privada y co municación pública.

No obstante, antes de hacer tal delimitación, es preciso establecer que todos los fenómenos humanos, y entre ellos los hechos comunica tivos, son sociales en tanto que son productos de una sociedad, la cual proporciona las condiciones, medios y procesos, para que es tos se produzcan porque están determinados por ella y se enmarcan dentro de la totalidad social. Esto acaso es más evidente en las interacciones comunicativas* ya que toda actividad expresiva entre seres humanos establece necesariamente vínculos de comunicación entre el emisor y el receptor, que son al mismo tiempo relaciones so ciales, sin importar que la comunicación sea interpersonal y sobre temas particulares, por ejemplo: Maribel y Rebeca platicando de Miguel; o se desarrolle en núcleos sociales reducidos como en la familia, cuando los padres enseñan a su hija la forma en la que debe comportarse; o bien, se difunda a través de los medios masivos de comunicación por ejemplo Zabludovsky informando sobre Nicaragua. Por consiguiente, se puede establecer que toda comunicación humana, del tipo que sea, es fundamentalmente social.

Existen dos clases de comunicación social: La privada y la pública.

A) La Comunicación Privada.

Comprende a la comunicación interpersonal como la simple activi dad expresiva presupuesta en toda forma de vida asociativa en tre los miembros de un grupo sobre temas particulares o privados,

*Por interacciones comunicativas se entiende las relaciones de comunicación que se dan cotidianamente entre las personas.

es decir, referidos a los intereses de los individuos y a la comunicación que se da para la reproducción material, funcional, normativa y conductual* de los grupos, comunidades y las clases sociales. Sólo a través de tales formas sociales es posible la reproducción de la sociedad en su conjunto.

Algunos ejemplos de comunicación privada pueden ser:

- . La educación que se imparte en la comunidad indígena de Yalco-bá, Yucatán, en donde los padres educan a sus hijos en la vida diaria; si es niño, se va al campo a trabajar la tierra con su padre, y si es niña se queda en la casa aprendiendo las labores domésticas.
Esta forma de organización social ha permitido a este grupo su existencia y su reproducción en el aspecto educativo.
- . La comunicación que se da entre las personas sobre temas particulares y privados como el caso de Rebeca que platica con Mari-bel sobre su interés y afecto por Miguel.

B) La Comunicación Pública.

Es aquella que se efectúa a través de los sistemas institucionalizados de comunicación que operan como organizaciones especializadas, por ejemplo, Televisa, la agencia de noticias UPI, y otras; que cuentan con recursos materiales y humanos y tienen a su cargo la producción, distribución y uso de la información que interesa o afecta a la sociedad.

La comunicación pública se da a través de los medios masivos de comunicación. Por ejemplo los mensajes que transmite la radio, la prensa, el cine, la televisión, por nombrar algunos.

Sin pretensiones de caracterizar por completo estos tipos de comunicación social, estableceremos un esquemático contraste entre la comunicación privada y la comunicación pública, con el propósito de precisar algunas diferencias importantes de acuerdo al papel que cada una juega en la sociedad.

* Gracias a estas funciones es posible que las sociedades continúen existiendo.

COMUNICACION PRIVADA

COMUNICACION PUBLICA

<p>-La Comunicación Privada aparece cuando se reconocen los intereses privados como diferentes a los colectivos.</p>	<p>-La Comunicación Pública aparece cuando se institucionaliza en una organización especializada en producir, distribuir y usar los productos comunicativos destinados a toda la sociedad.</p>
<p>-La Comunicación Privada, entonces, es una forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye en las relaciones interpersonales y sistemas de comunicación no especializados, manejando información de interés particular.</p>	<p>-La Comunicación Pública, entonces, es una forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso de un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la sociedad.</p>
<p>-La Comunicación Privada se apoya primordialmente en los aparatos biológicos como instrumentos comunicativos (aunque pueden servirse de instrumentos tecnológicos), sin basar las relaciones interpersonales.</p>	<p>-La Comunicación Pública se sirve de medios, instrumentos y tecnologías que permiten una rápida y múltiple producción, una amplia distribución, y una extensa y pronta recepción de los productos comunicativos.</p>
<p>-La Comunicación Privada, apoyada en las relaciones interpersonales y en los sistemas de comunicación no institucionalizados, tiene una dimensión enculturadora, elabora representaciones ideológicas y tiene una función mediadora.</p>	<p>-La Comunicación Pública, apoyada en su organización especializada (la industria de la radio, de la televisión), tiene una dimensión enculturadora, elabora representaciones ideológicas colectivas y tiene una función mediadora.**</p>

* Representaciones ideológicas: visión del mundo dada por los dueños de los medios de comunicación masiva.
 ** Función mediadora: Es la actividad que realizan los actores de la comunicación al usar la información según sus intereses y puntos de vista.

RECAPITULACION

Diferencias entre comunicación privada y comunicación pública.

COMUNICACION PRIVADA

Es interpersonal sobre temas referidos a los intereses de los individuos o grupos específicos.
Se da en la familia, en la escuela, en los grupos y es necesaria para la reproducción del sistema social.

COMUNICACION PUBLICA

Se da en instituciones especializadas que producen y distribuyen mensajes o informaciones que interesan o afectan a la sociedad entera.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

PRIMER TEMA

- 1.- Lee detenidamente el siguiente texto extraído de una revista comercial de telenovelas.

ALEJANDRA GOLLAS

Por Martha Figueroa

Además de ser una niña simpatísimas, Alejandra Gollás es una estupenda actriz, quien a pesar de no tener estudios de actuación realiza un importante trabajo en la telenovela *Quinceañera*. ¿La recuerdas? Si, ella es Adriánita, hermana de Mariana (Adela Noriega) y "cómplice" de Pincho (Ernesto Laguardia), en la trama que produce Carla Estrada.

TVynovelas platicó con Alejandra, en un breve momento de la grabación, y esto fue lo que nos dijo:

"Siempre me gustó muchísimo la actuación. Desde chiquita hacía pequeñas obras con mis amigos. En esta profesión tienes que trabajar mucho y empadarte, y eso es algo que me fascina. *Quinceañera* es mi primera telenovela, y siento que es padrísimo trabajar con todas las personas del elenco, porque todos son excelentes actores y los respeto mucho".

Aunque Alejandra Gollás tiene 11 años —es la mayor de dos hermanas de la familia Gollás Guillman— es muy seria y profesional en lo que a trabajo se refiere, pero no es rara encontrarla jugando en los pasillos con sus compañeros del foro 3 de Televisa San Ángel. Así, se divierte mientras Hilda Norvind la pasea en hombros, o haciendo bromas con los actores en la sala de maquillaje. Y claro, también platica con los reporteros y fotógrafos de *TVynovelas*, porque debemos decir que cuando nos sorprende de visita en el set nos recibe de maravilla con un gracioso

"Hola, ¿qué onda? Y ahora ¿a quién vas a entrevistar?".

La actriz infantil cuenta cómo llegó a participar en *Quinceañera*.

"Primero hice varios comerciales, entre ellos de zapatos, y después fui a un casting para la obra *La maestra milagrosa*, dando Silvia Pasquel hacia el papel principal. Después de varias pruebas y entre dos mil y pico de niñas, obtuve el papel de Helen Keller. Era una interpretación difícil porque esa niña era ciega, sorda y muda, y no por el hecho de no hablar resultaba fácil, al contrario. Me aprendí el abecedario para condormidos y tenía que saber a la perfección todos los movimientos. Me sentí muy satisfecha con mi trabajo porque fueron muchos meses de ocharle ganas de deberas. Después me llamaron para esta telenovela. Ahora la televisión me gusta muchísimo pero, no dejé de hacer teatro por nada".

Es interesante ver el desempeño de Alejandra frente a las cámaras, pues nunca ha recibido clases de actuación, sin embargo, es sensacional. La misma sigue con atención las indicaciones del director de escena, que aporta ideas para los matices de su interpretación.

De acuerdo a la lectura del texto anterior:

Distingue quiénes son los actores de la comunicación y señala - cuáles son los objetos de referencia.

2.- Observa con detenimiento las siguientes fotografías y menciona en cada una de ellas qué instrumentos se utilizan en la comunicación y cuáles son sus características.

a)





- 3.- Observa con cuidado la siguiente fotografía y de acuerdo a ella, menciona qué está expresando y en qué tipo de sustancia lo hace.



4.- Las representaciones en un proceso comunicativo crean modelos para actuar, valorar y conocer.

Lee el siguiente texto y auxiliado por las imágenes que lo apoyan, menciona cuál es la representación ideológica que se está transmitiendo en el mismo.

Cultive la belleza de su cuerpo... naturalmente. ¡Y cultive la admiración de todos!

¡Es tan fácil con la ayuda de Tari Rinder! En sus salones de beauté, unisex, expertos entrenados en los métodos de spas europeos ponen a su disposición los más refinados secretos de belleza y acondicionamiento para el cuerpo.

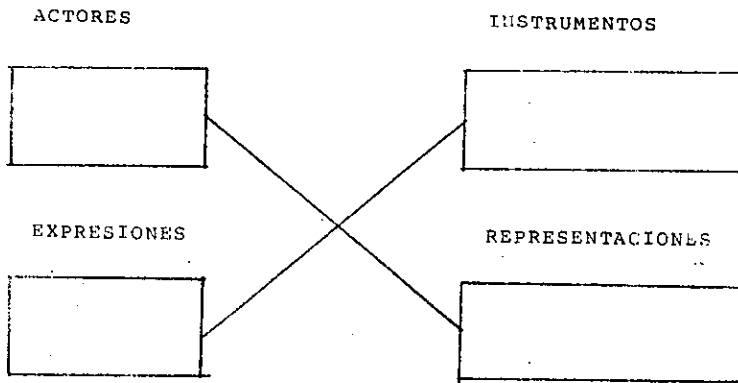
Tari Rinder's Les Systems de Cellulite ofrece un programa completo para el cuerpo y la piel de la mujer y del hombre: ejercicios, datos sobre nutrición, faciales, tratamientos de algas, cosméticos naturales, corte de cabello, afirmación del busto, masajes o varios tratamientos a la vez. Una renovación total! que les permite sentirse y verse mucho más sanos y atractivos que nunca.

Cultive la belleza de su cuerpo... y la admiración de todos. Naturalmente.



Tari
Source de Beauté

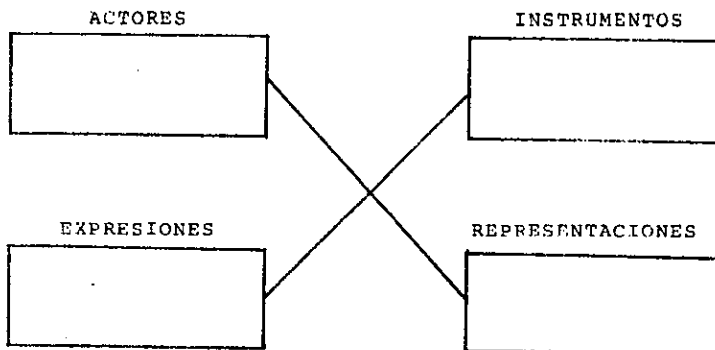
5.- Menciona un ejemplo de comunicación privada que se dé en la escuela, y ubica en el siguiente diagrama los elementos que intervienen en él.



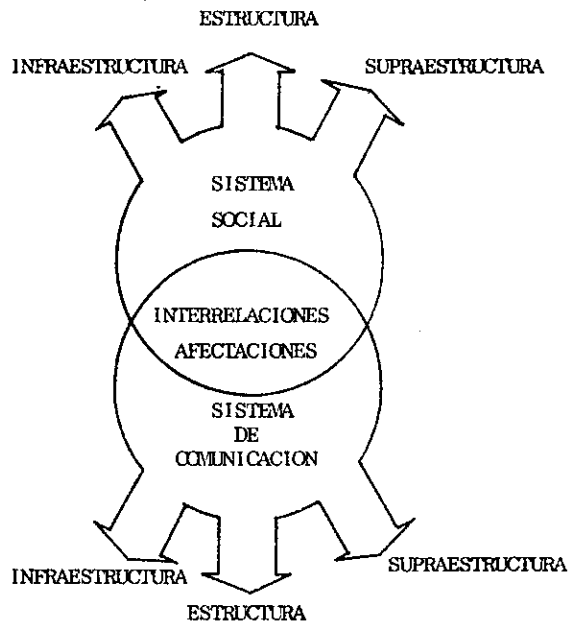
6.- Una empresa periodística es una institución especializada en comunicación pública.

¿ Cómo crees que se produzca, se difunda y se consuma la información ?

7.- Ejemplifica con un programa de televisión los elementos que intervienen en un sistema de comunicación.



TEMA 1.2
LAS INTERRELACIONES ENTRE LOS
SISTEMAS DE COMUNICACION
Y SOCIAL



1.2 INTERRELACIONES ENTRE EL SISTEMA DE COMUNICACION PUBLICA Y EL SISTEMA SOCIAL.

Una vez que distinguiamos la comunicación pública de la privada, precisaremos las relaciones que existen entre el sistema de comunicación pública y el sistema social.

Si bien es cierto que el sistema social afecta al sistema de comunicación pública (SS*--- SCP), por ejemplo: el nivel jurídico social reglamenta el uso de los medios de comunicación. También es verdad que el sistema de comunicación pública afecta al sistema social (SCP ----SS), por ejemplo: la presencia de mensajes televisivos que se difunden en la mayoría de los hogares, sin duda influye en los comportamientos y hábitos familiares. En conclusión, existe una relación de interdependencia entre ambos sistemas. Coexisten profundamente interrelacionados e influyéndose mutuamente. De hecho, ambos sistemas deben estar acoplados o mediados para que se mantengan funcionando y para posibilitar la reproducción de la sociedad. Uno y otro se afectan, provocando ajustes internos en cada sistema, pero tienden a un acoplamiento que se logra por efecto de la Mediación Social**, es decir, por una serie de normas y funciones que buscan asegurar tanto la funcionalidad de ambos sistemas como la reproducción de la sociedad.

Como ambos sistemas son conjuntos complejos y organizados con distintas funciones y niveles, examinaremos sus interrelaciones desde diferentes niveles:

- . El infraestructural que sirve de base material de los sistemas.
- . El estructural que organiza el funcionamiento de los sistemas.
- . El supraestructural que se refiere a las representaciones ideológicas, políticas, jurídicas y culturales que regulan su funcionamiento.

* SS: Sistema Social

SCP: Sistema de Comunicación Pública

** Mediación Social.: instauración de un orden para la reproducción de la sociedad a través de la ideología.

NIVEL

1.2.1 INFRAESTRUCTURAL

Sistema Social

La infraestructura del sistema social está representada por los recursos económicos y humanos, el equipo técnico, las materias primas, las herramientas... que sirven para la producción y la reproducción social.

Sistema de Comunicación Pública

La infraestructura del SCP está representada por los medios de producción, difusión y recepción de información, como las imprentas, los teletipos, las emisoras de radio, las estaciones de televisión...

En ocasiones, un cambio a nivel de la infraestructura de un sistema se corresponde con alguna afectación en la infraestructura del otro. Por ejemplo, el desarrollo de una red de medios de comunicación es una opción alternativa o complementaria a la ampliación de una red de transportes.

NIVEL

1.2.2 ESTRUCTURAL

Sistema Social

En el sistema social, el nivel estructural está representado por las organizaciones que tienen un papel fundamental en la producción y la reproducción de la sociedad. Por ejemplo, la organización familiar, la organización del trabajo . . .

Sistema de Comunicación Pública

En el sistema de comunicación pública, la estructura está representada por las organizaciones mediadoras, por ejemplo: las empresas informativas.

Los cambios a nivel de la estructura de un sistema, a veces, afectan a la estructura del otro. Por ejemplo, el triunfo del socialismo en un país puede traer como consecuencia la sustitución de las empresas privadas por las públicas en la gestión de los medios de comunicación masiva.

NIVEL
1.2.3 SUPRAESTRUCTURAL

Sistema Social

Sistema de Comunicación Pública

El nivel supraestructural del sistema social está conformado por las normas jurídicas, morales., las ideas científicas, estéticas, políticas., las creencias, los dogmas religiosos, los prejuicios . . .

El nivel supraestructural del sistema de comunicación pública está presente en las bases jurídicas, políticas e ideológicas con las que se regula a dicho sistema en la sociedad y que se traduce en la presentación de los acontecimientos o las informaciones que se difunden en los mensajes.

La modificación en la supraestructura de uno de los sistemas, tiene en algunos casos, correspondencia con la variación en la supraestructura del otro. Por ejemplo, el reconocimiento de la libertad de opinión en las constituciones de los países democráticos puede propiciar una cierta apertura en el contenido de los programas de la televisión.

Hasta este momento hemos observado las afectaciones entre los niveles de los dos sistemas que estamos analizando, no obstante las afectaciones entre estos sistemas pueden ser de otro tipo, es decir, un cambio en el nivel de un sistema puede afectar a otro nivel y no necesariamente a su equivalente en el otro sistema, por ejemplo el nivel infraestructural del SS puede afectar al nivel estructural del SC.

A continuación damos ejemplos de afectaciones entre niveles no equivalentes:

"La generalización del equipamiento de televisores en los hogares. Es un cambio que se produce a nivel de la infraestructura del Sistema de Comunicación, y que va a tener que ver con diversos cambios observables a nivel de la estructura y la supraestructura del Sistema Social. Por ejemplo, se reforma la distribución del tiempo de trabajo y del tiempo de ocio; se transforma el contenido de las campañas políticas para adecuarse a la importancia adquirida por la televisión entre los MCM, etc.

El cuadro que sigue presenta otros ejemplos de interdependencia entre niveles no equivalentes, todos los cuales permiten redundar en la misma idea. Los análisis precedentes llevan a dos observaciones generales:

- 1.ª Cualquier nivel de (SS) o bien de (SC) puede verse afectado por lo que sucede en cualquier nivel del otro Sistema.
- 2.ª La identificación de cuáles son los niveles afectados ayuda a diferenciar las modalidades de afectación que existen entre (SS) y (SC).

EJEMPLOS DE RELACIONES DE CAMBIO ENTRE EL SISTEMA SOCIAL Y EL SISTEMA DE COMUNICACION QUE SE PRODUCEN ENTRE NIVELES NO EQUIVALENTES

AFECTACIONES ENTRE LA SUPRAESTRUCTURA DE (SC) Y LA ESTRUCTURA DE (SS)

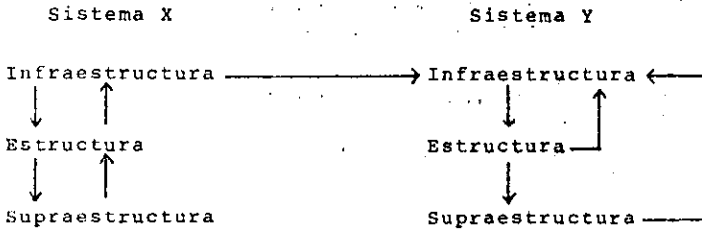
CLASE DE CAMBIOS	TRANSFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA.	><	MODIFICACIÓN DE LA COMPOSICIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO.
<i>Ejemplos históricos:</i>	<i>Propuesta de modos de vida y de valores urbanos en los MCM.</i>		<i>Emigración del campo a la ciudad. Transferencias de mano d. obra desde el sector agrario a los de la industria y los servicios.</i>
SISTEMAS QUE CAMBIAN	COMUNICATIVO.		SOCIAL.
Nivel en el que se produce el cambio en cada sistema:	Supraestructural.	><	Estructural.

AFECTACIONES ENTRE LA SUPRAESTRUCTURA DE (SS) Y LA ESTRUCTURA DE (SC)

CLASE DE CAMBIOS	AJUSTE CULTURAL DE LAS IDEOLOGÍAS.	><	MODIFICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE LOS MEDIOS.
<i>Ejemplos históricos:</i>	<i>Legitimación del consumo ostentatorio y desvalorización de la ética calvinista del trabajo.</i>		<i>Concentración de los MCM en cadenas dependientes, directa o indirectamente, de los monopolios económico-financieros. Proceso correlativo a la utilización de la comunicación pública para la promoción de bienes y servicios.</i>
SISTEMAS QUE CAMBIAN	SOCIAL.		COMUNICATIVO.
Nivel en el que se produce el cambio en cada sistema:	Supraestructural.	><	Estructural. (1)

(1) Martín Serrano. M. La Producción Social de la Comunicación. Págs. 57 - 58.

Estas afectaciones implican reajustes internos inducidos por el -
otro sistema:



Ejemplo:

Sistema de Comunicación

Sistema Social

Infraestructura: comunicación TV

Estructura Social= Espacio tiempo
cotidianidad
Ocio y diversión

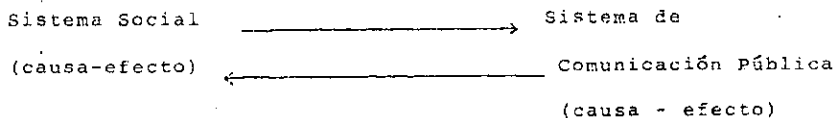
Infraestructura Social= Inversión
en producción de tele
visores

Supraestructura Social= Reafirma la
familia nuclear

- Un ajuste de la supraestructura de (SS) cambia la imagen social y jurídica de la familia. El modelo familiar se retrae a la preservación del grupo nuclear. Este ajuste de los valores a las prácticas responde a una necesidad específica de la organización social. Como es necesario para el mantenimiento de funciones esenciales concernientes a la producción y el consumo, termina produciéndose tanto si la representación que se hace del grupo familiar en la Televisión viene o no a reforzar este cambio ideológico.
- Un ajuste de la infraestructura de (SS) hace que el equipamiento social para el ocio y el equipamiento comercial de pequeñas dimensiones decaigan. Este cambio se genera porque la disminución y reorganización del tiempo de trabajo y la transformación de las funciones del hogar, obligan al redimensionamiento de las infraestructuras productiva y de ocupación del tiempo libre. Ambos ajustes se producen para restablecer la rentabilidad de las inversiones de capital con independencia de que haya o no que transferir capital y tecnología destinados a fabricar televisores." (2)

Es innegable que así como el sistema social influye en la comunicación pública, también la comunicación pública influye en la sociedad.

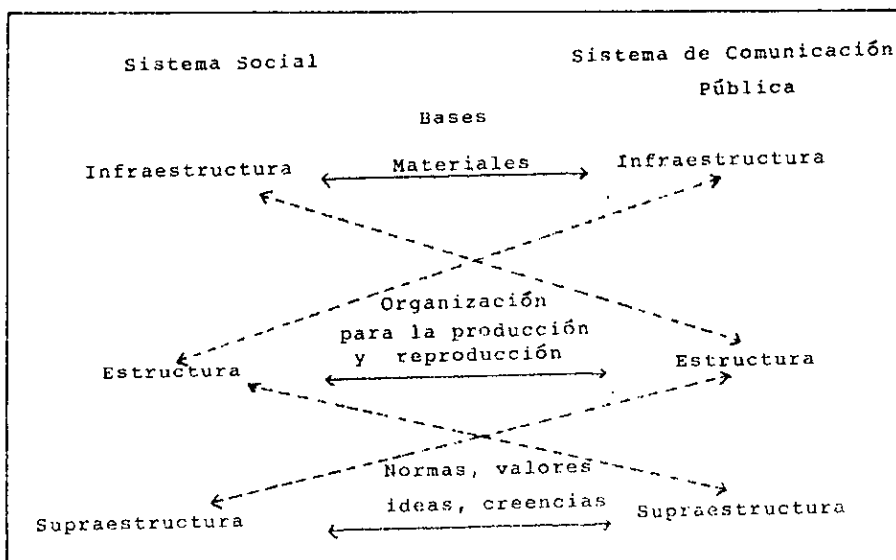
- a) Por un lado, el sistema social afecta a la comunicación pública: Las innovaciones tecnológicas para la producción son asimiladas por los medios de comunicación de masas. Las empresas capitalistas imprimen un carácter mercantil a las organizaciones comunicativas que producen representaciones ideológicas de los grupos o clases dominantes.
- b) Por otra parte, la comunicación pública determina al sistema social. Las informaciones difundidas por los medios masivos de comunicación son aprovechadas para mejorar la producción material, los instrumentos comunicativos; las computadoras por ejemplo, se utilizan en las instituciones civiles o estatales, las representaciones ideológicas producidas y difundidas masivamente por la comunicación pública permiten la reproducción del sistema social.



El sistema social y el de la comunicación pública coexisten profundamente interrelacionados e influyéndose mutuamente.

Recapitulación

Afectaciones entre (S.S.) y (S.C.)*



Cada sistema es autónomo. Se encuentran acoplados para su reproducción y la reproducción de la sociedad en su conjunto.

* Las flechas continuas indican interacciones entre niveles equivalentes. Las discontinuas, entre niveles no equivalentes.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

SEGUNDO TEMA

1.- Lee detenidamente la siguiente información.

En 1834, gobernaba en el país Antonio López de Santa Anna. En ese año proliferaron las críticas de diversos grupos políticos contra funcionarios públicos que favorecieron una explosión de diferentes ideas sobre cómo gobernar el país.

"El gobierno, por la cantidad de hojas sueltas y periódicos que circulaban con críticas a funcionarios y a disposiciones dadas por él, encuentra la salida y no se espera a tener que calificar un impreso, sino que se adelanta controlando los medios para hacerlo.

En octubre 13 de 1834, da a conocer un Bando sobre permiso para vender papeles, impresos, dando como motivos los siguientes:

Por la facilidad de ganar dinero por medio de la venta de papeles impresos en los portales, calles y otros lugares públicos, multitud de hombres y mujeres particularmente jóvenes han abandonado los oficios de que antes vivían o han dejado de aplicarse a los que podían asegurarles una honrada subsistencia; porque les es muy cómodo vagar por las calles y adquirir el sustento, entregándose a la vez a los vicios degradantes y que fomenta la holgazanería, por tanto:

1. Para que un individuo pueda vender papeles impresos en los lugares públicos de la ciudad, necesita un permiso del gobierno del D. F.
2. El permiso se dará a conocer por escrito y tendrá la filiación del individuo a quien se conceda.
3. El gobierno del Distrito no dará estos permisos a individuos que puedan adquirir la subsistencia por otros medios.
4. Los hombres que vendieran impresos sin los requisitos prevenidos, si fueren mayores de 18 años, serán destinados como yagos al servicio de cárceles u hospitales, mientras se proporcionan un oficio de qué subsistir honradamente a satisfacción del gobernador del Distrito. Los jóvenes hasta de 15 años de edad, serán destinados al Hospicio de pobres." (3)

(3) María del Carmen Reyna:

La prensa censurada durante el siglo XIX.

SEP. Setentas 225; México, 1a. edic. 1976.

pp. 30 - 31

Una vez que leíste la información, trata de reflexionar sobre las siguientes interrogantes.

¿ Por qué crees que el gobierno decidió emitir este decreto ?

¿ Qué consecuencias pudo tener en la población el control de las publicaciones ?

¿ Cómo crees que se afectó la comunicación a través de la prensa ?

Por ser una norma jurídica, el decreto de Santa Anna, ¿en qué ni vel del sistema social se puede ubicar ?

La reflexión te permitirá relacionar, en el siguiente esquema, el nivel en el que este hecho puede afectar al sistema de comunica ción social.

SISTEMA SOCIAL

SISTEMA DE COMUNICACION

INFRAESTRUCTURA

INFRAESTRUCTURA

ESTRUCTURA

ESTRUCTURA

SUPRAESTRUCTURA

SUPRAESTRUCTURA

2.- El gobierno de México instaló los satélites Morelos en 1985. Su objetivo es llevar las señales de comunicación a toda la república.

¿ Cómo crees que esta innovación tecnológica pueda afectar a una comunidad indígena en el caso de que la televisión llegase a convertirse en parte de su cotidianidad?

¿ Qué sucedería con sus valores, creencias y costumbres?

3.- De acuerdo con la pregunta anterior, en el siguiente esquema, relaciona de qué manera puede afectar el sistema de comunicación al sistema social.

SISTEMA SOCIAL

SISTEMA DE COMUNICACION

INFRAESTRUCTURA

INFRAESTRUCTURA

ESTRUCTURA

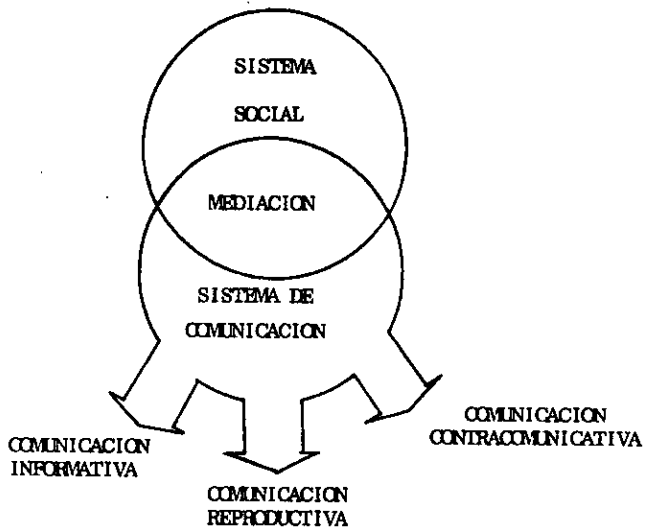
ESTRUCTURA

SUPRAESTRUCTURA

SUPRAESTRUCTURA

TEMA 1.3

LA MEDIACION EN LOS USOS DE LA COMUNICACION

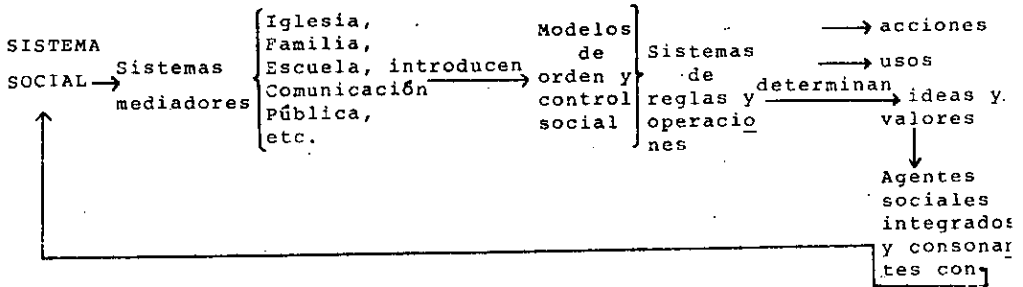


1.3 LA MEDIACION EN LOS USOS DE LA COMUNICACION.

En las secciones anteriores ya nos hemos referido a la función mediadora del sistema de la comunicación pública desde diferentes perspectivas.

- a) Como un sistema de comunicación organizado por diversos elementos (actores, instrumentos, expresiones, representaciones), que difunden representaciones ideológicas -modelos para actuar, conocer y valorar- en procesos enculturizadores que permiten la reproducción de los individuos, los grupos, las clases sociales, y a través de todos ellos, de la sociedad.
- b) Como comunicación social, sea privada o pública, con su dimensión enculturizadora para la reproducción del sistema social y el control de la sociedad.
- c) Como un sistema de comunicación pública que establece relaciones de interdependencia con el sistema social, acoplándose ambos sistemas para asegurar tanto la funcionalidad de éstos como la reproducción de la sociedad en su conjunto.

De hecho, toda sociedad recurre a la MEDIACION SOCIAL en tanto que utiliza y desarrolla sistemas institucionalizados de regulación, los cuales introducen reglas y operaciones que instauran un orden social, permitiendo la reproducción del conjunto de la sociedad al integrar y hacer consonantes los diversos elementos del sistema social.



Así, la mediación social de la comunicación pública, integra y hace consonantes la cultura y la sociedad, las representaciones ideológicas (dominantes) y la formación social (en la que domina un grupo o clase social) para la reproducción y el control social.

Para determinar los USOS DE LA COMUNICACION es preciso conceptualizar el proceso comunicativo:

DEFINIMOS A LA COMUNICACION COMO LA TRANSMISION DE UN MENSAJE, DESDE UN EMISOR A UN RECEPTOR, SOBRE UN REFERENTE, A TRAVES DE UN MEDIO.

De tal definición general derivaremos un modelo del proceso comunicativo:

	Código		Código	
EMISOR	-- (Medio)	-- MENSAJE: Signos	-- (Medio)	RECEPTOR
		Referente		

Como puede apreciarse, los elementos básicos de este modelo son los siguientes:

- EMISOR: el actor que produce el mensaje.
- RECEPTOR: el actor que consume el producto comunicativo.
- MEDIO: los instrumentos que emiten, canalizan y reciben los mensajes.
- MENSAJE: el producto comunicativo en el que está la expresión del actor emisor. Este mensaje implica:
 - Signos: gestos, palabras, imágenes.
 - Referentes: a lo que se refiere el mensaje, objetos, sucesos, datos.
 - Códigos: representaciones en los que se ubican los referentes.

EMISOR	(Medio)	MENSAJE	(Medio)	RECEPTOR
Yolanda	Aparato fonológico	- "Me gusta Julián" + Signos lingüísticos* y gestos. + Referente: Julián. + Código: sentimientos afectivos.	Canalizado por el aire hasta el oído.	Pilar

* Los signos lingüísticos son las expresiones mínimas de comunicación que tienen un significante y un significado que aluden a un referente.

EMISOR

MEDIO

MENSAJE

MEDIO

RECEPTOR

Jacobo Zabudovsky Estación
Televisión

" Nuevamente la dictadura to
talitaria de Nicaragua se que
ja de la intervención de los
revolucionarios en su terrí-
torio".
+ Signos lingüísticos e imá-
genes.
+ Referente: situación polí-
tica de Nicaragua,
+ Código: crítica negativa
al gobierno sandinista.

Canalizado por ON
das electromagné-
ticas hasta los
aparatos de la té-
levisión.

Teleaudiencia
de 24 horas

Profesor Gui
llermo

Aparato
Fonológico

" Según Marx el modo de pro-
ducción es la base material
que determina a toda socie-
dad".
+ Signos lingüísticos y ges-
tos.
+ Referente: la filosofía de
Carlos Marx.
+ Código: concepción del mun-
do.

Canalizado por el
aire hasta el ofi-
do.

estudiantes del gru-
po 504 del Co-
legio de Bachí-
lleres.

EMISOR

MEDIO

Mensaje

MEDIO

RECEPTOR

Miguel Angel
Granados Chapa
Columna Impresa
en el periódico
La Jornada.

PLAZA PUBLICA

Miguel Angel Granados Chapa

- Gobernadores en el gabinete
- Salinas: compromiso malizado

A responder a una pregunta que con toda probabilidad no fue espontánea, el candidato presidencial priista Carlos Salinas ofreció que cuando asuma el Poder Ejecutivo, como norma general no invitara a su gabinete a quienes ejerzan cargos de elección popular. La posición de Salinas fue aparentemente dirigida a enfriar los ánimos de tres o cuatro gobernadores que ya hacen maletas para volverse a la ciudad de México, seguros de que formarán parte del gobierno que comienza el primero de diciembre próximo. La promesa no representa una atadura para el candidato priista, porque no dijo que de ninguna manera llamará a gobernadores y con ello dejó abierto un espacio para hacerlo si le conviene sin por ello infringir una oferta política.

Periódico cana- Lector de la co-
lizado por la - lumna.
organización de
vocesadores.

- + Signos lingüísticos,
- + Referente: composición del gabinete del candidato presidencial priista Carlos Salinas de Gortari.
- + Código: política priista.

Considerando el modelo del proceso comunicativo señalado anteriormente, distinguiremos tres formas de empleo de la comunicación, a saber:

- 1) El uso informativo.
- 2) El uso reproductivo.
- 3) El uso contracomunicativo.⁽¹⁾

1.3.1 INFORMATIVO.

La comunicación informativa transmite datos, refiere objetivamente los acontecimientos omitiendo las opiniones, valores o representaciones ideológicas, subordina los códigos (ideología) a los referentes. Por eso, la secuencia informativa se centra en el objeto de referencia, en el acontecimiento sobre el cual se informa, compartiendo el emisor y el receptor un mismo referente. Por ejemplo, un libro científico se limita a transmitir información sobre el tema u objeto referente, sin introducir opiniones, valores o la ideología del emisor. En la comunicación informativa el proceso se orienta a proporcionar datos sobre el referente.

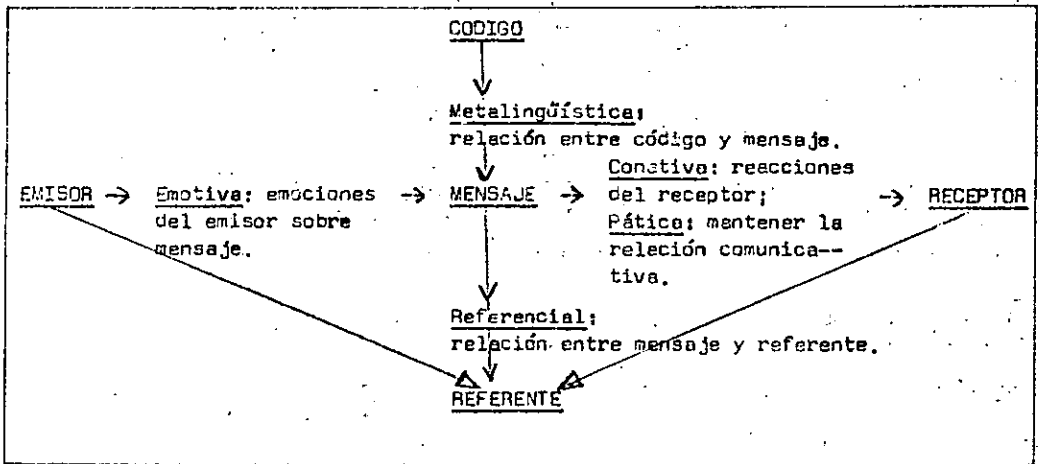
Tomando en cuenta el modelo del proceso comunicativo, el uso informativo de la comunicación puede ser examinado considerando las siguientes relaciones:

- a) Función emotiva: detecta las emociones del emisor sobre el mensaje; el uso informativo procura no añadir emociones al mensaje.
- b) Función referencial: trata sobre la referencia que hace el mensaje a los acontecimientos o hechos de la realidad; el uso informativo se centra en el referente del mensaje.
- c) Función metalingüística: determina la relación entre el código, valores o ideología del emisor y el mensaje; en el uso infor-

(1) cf. Martín Serrano, La Mediación Social, Edito. Akal, Madrid 1978.

mativo los códigos están al servicio del mensaje, esclareciendo el referente.

- d) Función conativa: se refiere a las reacciones que promueve el mensaje en el receptor; el uso informativo limita esta función.
- e) Función pática: trata sobre el establecimiento y la continuidad de la relación comunicativa entre el mensaje y el receptor; el uso informativo también limita esta función.



Presentaremos un ejemplo de uso de la comunicación informativa analizado por las funciones señaladas.

La contaminación rebasó el nivel de tolerancia en el centro: la Sedue

En el centro de la ciudad la contaminación se mantuvo arriba del nivel de tolerancia y provocó molestias en personas sensibles, informó ayer la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología.

Indicó que de acuerdo con el último reporte de la Red Automática de Monitoreo Atmosférico, la situación fue favorable para la realización de todo tipo de actividades en otras delega-

ciones y zona conurbada.

Precisó que el Índice Metropolitano de Calidad del Aire (Imeca) llegó a 125 puntos en el primer cuadro; a 94, en el suroeste; a 87, en el noroeste; a 69, en el noreste; y a 36, en el sureste.

El tóxico significativo fue el ozono, y la inversión térmica se rompió a las 9:15 horas, señaló esa dependencia.

Podemos examinar este ejemplo refiriéndonos a varias funciones comunicativas:

- función referencial: en la relación entre mensaje y referente se establece una distinción; informa la Sedue (mensaje) sobre la contaminación (referente); además, toda la información se centra sobre el referente (la contaminación);
- función emotiva: con respecto a las emociones del emisor sobre el mensaje, no se expresan;
- función conativa: sobre la búsqueda de reacciones del receptor, no existe tal propósito en este ejemplo de comunicación informativa;
- función pética: respecto a la pretensión de mantener la relación comunicativa - introduciendo elementos insustanciales, no se encuentra este fin en el ejemplo de información (incluso, por eso resulta bastante escueto);
- función metalingüística: en la relación entre código y mensaje, el código está al servicio del mensaje; por eso informa de los términos que suponen cierta codificación (Sedue= Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología).

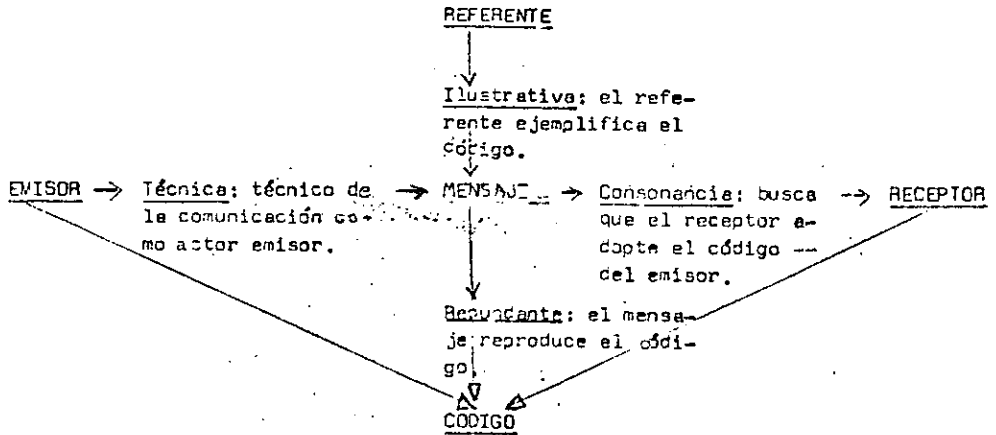
En los medios de comunicación de masas, el uso informativo de la comunicación se encuentra subordinado a otro uso que cumple funciones mediadoras: el uso reproductivo de la comunicación. Esto se advierte claramente en el papel que se le ha hecho jugar a la televisión en nuestras sociedades. Pese a la señalada función informativa que dice cumplir, no es empleada preferentemente para informar. En todos los comerciales, el mensaje está unido al referente, y a partir de ellos se transmite un modelo ideológico de vida. Por ejemplo: beber Pepsi equivale a juventud, comer Corn Flakes significa salud, comprar un auto nuevo es señal de distinción y atracción, usar un determinado tipo de shampoo es igual a belleza, etc... Siempre se introduce una actitud emotiva en los mensajes (incluso en los noticieros televisivos, donde se pretende ocultarla tras los supuestos técnicos comunicativos). Pocas veces aclaran los códigos (representaciones ideológicas sobre comportamientos, valores y conocimientos) a los que permanentemente subordina la información. Hay una clara función conativa en todos los comerciales (compre, use, pruebe . . .) la cual también existe de manera velada en el resto de la programación (series televisivas que buscan reacciones del teleauditorio reforzando comportamientos, valores . . .). Asimismo, mantiene una constante función pática (" no se separe de su canal favorito"... "en unos minutos comienza el interesante programa . . . "). En conclusión, la televisión informa; pero su uso actual no es fundamentalmente informativo; no está orientada a comunicar mensajes sobre referentes de la realidad.

1.3.2. REPRODUCTIVO.

Los medios masivos de comunicación preferentemente le dan un uso reproductivo a la comunicación que transmiten, cumpliendo de esta manera una función mediadora ya que difunden códigos o representaciones ideológicas que buscan la consonancia entre el actor emisor y el actor receptor, promoviendo así la reproducción del sistema social.

La comunicación reproductiva transmite información sobre la información. Esto quiere decir que añade nueva información -opiniones, valores, representaciones ideológicas- a la información que se transmite. En este sentido decimos que subordina los referentes a los códigos. Por ejemplo, en un anuncio comercial se informa sobre un producto, un shampoo, añadiendo representaciones ideológicas: "es el mejor y vuelve bellos a quienes lo usan"; o en un noticiero televisivo que informa sobre acontecimientos públicos, la medida gubernamental de recortar el gasto público, agregando representaciones ideológicas u opinando favorablemente sobre tal medida. Por eso, la secuencia de la comunicación reproductiva se centra en el código (la ideología), imponiéndole el emisor al receptor un mismo código (una misma ideología). En la comunicación reproductiva, el proceso se orienta a proporcionar códigos con representaciones ideológicas, ejemplificados con los datos del referente. Tomando en cuenta el modelo del proceso comunicativo, el uso de la comunicación reproductiva puede ser examinada considerando las siguientes funciones:

- a) Función técnica. Detecta el papel del técnico comunicador; en el uso reproductivo los técnicos comunicadores modifican los mensajes y se convierten en actores emisores.
- b) Función ilustrativa. Trata sobre la manera en que se emplea el referente que transmite el mensaje para ejemplificar la ideología del código del emisor; en el uso reproductivo la comunicación se centra en el código.
- c) Función redundante. Indica cómo los mensajes siempre repiten el código o valores ideológicos del emisor; en el uso reproductivo siempre se cumple esta función.
- d) Función de consonancia. Determina cómo el receptor adopta el código del emisor; éste es el resultado final del uso reproductivo de la comunicación: reproduce los códigos o ideología del emisor en el receptor, reproduciendo así a la sociedad entera.



Proporcionaremos varios ejemplos sacados del uso reproductivo de la televisión:

Las producciones que tienen el humor como su objetivo, abundan en los canales de Televisa. Destinadas al gran público, el canal para su transmisión es el 2, de cobertura nacional. Poseen una calidad tan abominable en su factura como en su contenido. Los sujetos elegidos como blanco de la risa son los trabajadores: campesinos, obreros, burócratas, amas de casa, vendedores ambulantes, artesanos y maestros de oficios varios desfilan por la pantalla soportando el sambenito. Unos provocan hilaridad por torpes, otros por ingenuos, perezosos o estúpidos. Los más, por ignorantes. Su forma de hablar, de vestirse y hasta de vivir son motivo de burla. La crítica que podría envolver el humor no va enderezada a las causas que provocan las situaciones cómicas, sino que recae sobre el hecho concreto y sobre el personaje. Los libretos son pobres, repetitivos. En general la producción adolece de los mismos defectos que el guión. El escenario es un interior que no cambia de programa a programa. Salvo excepciones, la regla son las cuatro paredes que sirven de fondo a la actuación. Ningún programa de humor está basado en el chiste político. Los funcionarios mayores, y mucho menos los empresarios, ven en manera alguna afectada su imagen. No se hace mofa de los dioses del Olimpo.

La telenovela es plato fuerte de la televisión mexicana. Corresponde, en términos electrónicos, al folletín melodramático insertado en los periódicos del siglo pasado. Su carácter episódico permite mantener atado al público, día con día, al desarrollo de la trama. La imposibilidad de regresar al capítulo que ya pasó obliga al televidente a una asiduidad que se ha ido convirtiendo en esclavitud de miles de mujeres. Ancladas en su casa, las telenovelas las retienen más. Y no sólo físicamente; su mente también permanece en el estrecho ámbito del hogar y las preocupaciones cotidianas. El mundo femenino, mezquinamente comprimido al amor, los hijos, las labores domésticas, las competencias con suegras, vecinas y amigas, se reproduce en las telenovelas. Y con éste toda la estructura de poder que mantiene atada a la mujer y al hombre como su opresor.

La estructura del melodrama, que va directamente al corazón, es muy dúctil a los propósitos que van más allá del entretenimiento. La telenovela no sólo representa la reafirmación de un papel social determinado por el sexo, también incluye en sus historias todas las aspiraciones que deben manifestarse para concordar con discriminaciones de clase, con intencionalidades

políticas, con arreglos sociales. La burguesía representa el modelo de vida ideal. Sus valores y símbolos son la meta hacia la cual hay que tender. El éxito o fracaso de una vida se mide en relación directa con la distancia entre el personaje y su modelo burgués.(..)

La idea es humanizar a los guardianes del orden y presentar a sus miembros como seres que también tienen problemas, sufren congojas y hasta son envidiosos. Pero ellos a todo sobrepone su sentido del deber y de la honestidad; a quien no lo haga, la misma corporación se encarga de reclamárselo. No hay policías corruptos, violentos o vengativos. Quienes tengan esas características son segregados y al fin se eliminan del cuerpo.

Las series policíacas suelen ser muy entretenidas debido a que el descubrir un misterio, seguir a un sospechoso o detener a un delincuente va precedido de una serie de acciones que no dejan reposar la atención del espectador. Por otra parte, los detectives, pero también algunos policías, suelen ser carismáticos y brillantes, con todo ello se asegura la popularidad del género y sobre todo la eficacia de su labor inductora. De pronto uno se descubre simpatizando con un excombatiente de Vietnam, miembro de la Marina norteamericana y hoy detective, a quien el *enemigo*, o sea el Vietcong, mató a su esposa; o con la policía, porque logró apresar a un incendiario que había causado la muerte de indefensos niños o gatitos.(..)

La programación de Televisa destinada a los niños considera como objetivo fundamental el entretenimiento, éste se concibe casi como una forma de hipnosis de la mente infantil. Las técnicas utilizadas mantienen la atención fija: mucho movimiento, insistente sonorización, secuencias rápidas, inexistencia de momentos para la reflexión.

Las series más abundantes son las de dibujos animados. Su origen, las compañías norteamericanas. En la semana analizada se transmitieron 16 títulos. Algunos constituyen historias originales de la televisión, como *Los picapietra*. Y de esa idea han surgido una cauda de descendientes: *Los hijos de los picapietra*, *Las travesturas de los Picapietra* y *Las nuevas travesturas de los Picapietra*. El programa presenta reiterativamente las aventuras de hombres de las cavernas de claras costumbres y valores norteamericano-occidentales. Junto a *Los picapietra* están todas las emisiones que dan movimiento a personajes de la tira cómica: *Tam y Jerry*, *Popeye*, *El pájaro loco*, *El hombre araña* y su homólogo femenino *La mujer araña*, *Flash Gordon*, *El Rancho saltuario*(..)

La cobertura de la noticia por los canales del consorcio ha ido adquiriendo un espacio mayor. Desde los noticieros de los primeros años realizados por *Excelsior* y la creación de *24 horas* en el canal 2 han transcurrido varios decenios. En este tiempo la importancia de la información se ha hecho cada vez más patente, por lo cual aparecieron nuevos programas. Las modalidades de los mismos se han diversificado. Se practica ahora también el reportaje, el noticiario especializado y los programas de polémica. Los dos noticieros con más público y peso político son el matutino de Guillermo Ochoa, *Hoy mismo*, y el nocturno, conducido por Jacobo Zabudovsky, *24 horas*. Estos programas son foros que lo mismo sirven para dar a la publicidad a una cantante fabricada por la división artística de la emisora que para atacar medidas de política gubernamental. Al servicio de campañas priistas cuando les conviene, opositores furibundos del apoyo a Nicaragua, críticos implacables de los manifestantes que se empeñan en paralizar el tráfico, o de los obreros que quieren huelgas, estos noticieros son la voz de la línea política de un grupo de la iniciativa privada. Este grupo, si bien no el más fuerte, sí es el que tiene las posibilidades mayores de manejar y manipular a la opinión pública. Y si atendemos a sus simpatías por las transnacionales y los gobiernos norteamericanos, habrá que considerar los noticieros como la parte militante de Televisa. (2)

(2) "Televisa: una semana de programación florencep Toussaint, en: *Varios. Televisa el Quinto Poder* y clave Lationamerica, México, 1985, p.p. 40 - 62

Podemos examinar estos ejemplos refiriéndonos a varias funciones propias de esta comunicación reproductiva:

- Función técnica: el técnico de la comunicación se convierte en actor emisor al seleccionar, modificar, valorar, enfatizar o discriminar datos del referente, ocultando su papel de emisor bajo la función de "informador público" (esto sucede en todos los noticieros televisivos).
- Función redundante: el mensaje reproduce el código; los contenidos de los programas televisivos (mensajes) siempre repiten un mismo esquema y las mismas representaciones ideológicas (códigos). Esto sucede en todos los programas televisivos: en los "cómicos", en las telenovelas, las teleseries norteamericanas, las caricaturas, por citar algunos ejemplos.
- Función ilustrativa: el referente siempre ejemplifica los códigos; los programas televisivos redundan su estructura y las mismas representaciones ideológicas. Repiten su código siempre con diferentes ejemplos; los datos de referencia de los noticieros son usados para reiterar posiciones políticas (criticar al gobierno sandinista, privilegiar las campañas electorales del PRI. . .
- Función de consonancia: el mensaje busca que el receptor adopte el código (el punto de vista, los valores, las normas de conducta) del emisor. Así, todos los comerciales pretenden que se compren sus productos comerciales. Los programas televisivos inculcan representaciones ideológicas (modelos de la acción, del conocimiento y para valorar) buscando influir en la teleaudiencia.

La reproducción es una forma de comunicación que trata de ocultar la existencia de un emisor que controla la información mediante mensajes que utilizan los objetos para ilustrar códigos redundantes, cuya función³ es influir sobre las representaciones, las actitudes y los comportamientos del receptor frente a la realidad

y los modelos de la realidad.

De hecho, los medios masivos de comunicación son vehículos de enculturización y de control social a través de su uso reproductivo. En el cumplimiento de esta función mediadora del uso reproductivo de la comunicación, se recurre a dos técnicas mediadoras:

- a) La mitificación: los medios de comunicación producen mensajes o relatos que refieren acontecimientos pero añadiendo las representaciones ideológicas del actor emisor en la información transmitida. En este sentido, cumplen una función mitificadora ya que elaboran mitos en los que los acontecimientos referidos en el mensaje se enmarcan en representaciones ideológicas de la realidad para integrar y hacer consonante al actor receptor con la ideología de actores emisores.
- b) la ritualización: los medios de comunicación producen mensajes y los ubican en formas estables y reiteradas de los medios comunicativos, con un espacio y/o tiempo determinado. En este sentido, cumplen una función ritualizadora ya que definen y ubican las formas rituales (ya dadas y usadas repetidamente) en las que se enmarcan los mensajes, para integrar y hacer consonantes a éstos con los medios comunicativos y, en consecuencia, con los actores receptores.

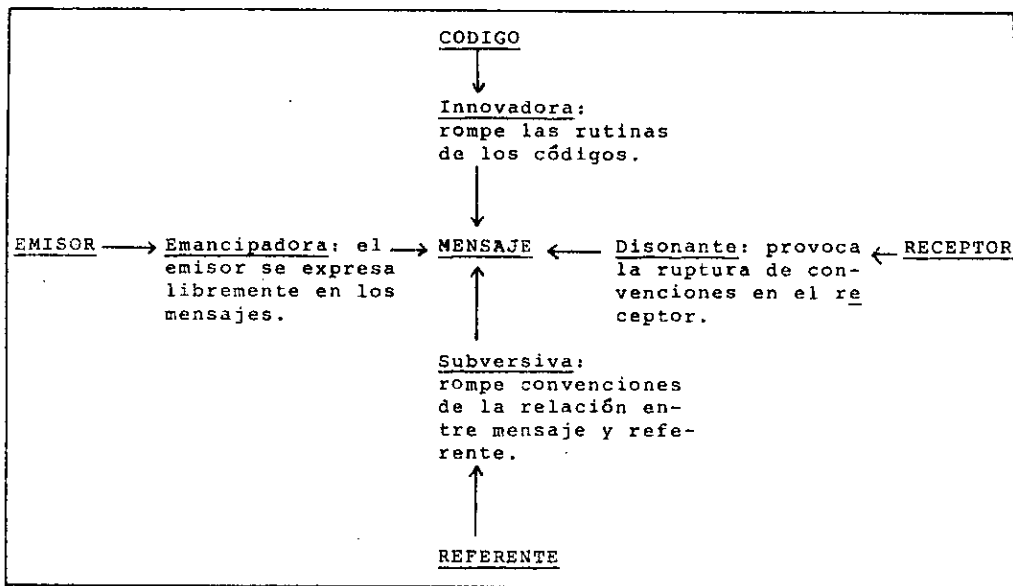
1.3.3. CONTRACOMUNICATIVO.

Existe la posibilidad de usar a la comunicación con fines contracomunicativos, es decir, volviendo a la comunicación contra ella misma. Esto es posible, sobre todo, en el ámbito de la creación artística, literaria, musical y pictórica.

La comunicación contracomunicativa transmite mensajes donde el emisor se expresa libremente, de manera emancipadora, subvirtiendo la relación entre el mensaje y el referente rompiendo las convenciones sobre su vínculo, innovando los códigos, con efectos diso-

nantes, cuestionadores de la realidad, en el receptor. Estas características también pueden visualizarse en un modelo de la comunicación propio de un uso contracomunicativo, distinguiendo las diferentes funciones que definen su uso:

- a) Función emancipadora. Se cumple si el emisor se expresa libremente en los mensajes; esta es una característica esencial de mensajes creativos y/o artísticos y también de un uso contracomunicativo de la comunicación.
- b) Función innovadora. Se caracteriza por romper las rutinas de interpretación de los mensajes al innovar la forma o el contenido o ambos. Igualmente es propia de mensajes creativos y/o artísticos y del uso contracomunicativo.
- c) Función subversiva. También rompe la relación convencional entre el mensaje y el referente al introducir elementos cuestionadores de la realidad; es característico del uso contracomunicativo.
- d) Función disonante. Es el efecto global del mensaje contracomunicativo en el receptor, al cuestionar al mismo tiempo al actor receptor y a su realidad; al contrario del uso reproductivo de la comunicación, que tiene efectos disonantes o adaptativos en los receptores, el uso contracomunicativo tiene efectos disonantes al introducir conflictos entre el receptor, el mensaje y la realidad.



Proporcionaremos ejemplos de usos de la comunicación contramunicativa examinados por las funciones señaladas:

BEBA COCA COLA
 BABE COLA
 BEBA COCA
 BABE COLA CACO
 CACO
 COLA
 CLOACA.

Poema concreto de
 Pignatari

La poesía concreta rechaza las formas tradicionales; pretende instaurar formas revolucionarias para un arte revolucionario con formas objetivas y precisas. No pretende figurar ni expresar sentimientos - sino elaborar objetos, poemas-objetos. El ejemplo es un poema concreto irónico- crítico que define una estructura a partir de un anuncio comercial en la primer línea; empieza a deformar las palabras, conservando la estructura, - hasta convertirse en una mordaz crítica de lo anunciado: coca cola - cloaca.

CHE

En

La

Calle

Deben

Pasar

Cosas

Extraordinarias

Por

Ejemplo

La

REVOLUCION.

Los poemínimos los crea y practica Efraín Huerta como una nueva forma poética breve y coloquial, entre la broma y la utilización de formas propagandísticas, que le permiten descargar de manera antisolemne sus ironías y juegos, sus obsesiones eróticas o políticas.

Poemínimo de Efraín Huerta.

El nombra
 Sus sombras
 El hombre La hembra
 El mazo El gong
 La i La o
 La torre El aljibe
 El índice La hora
 El hueso La rosa
 El rocío La huesa
 El venero La llama
 El tizón La noche
 El río la ciudad
 La quilla El ancla
 El hembro La hombra.

El hombre
 Su cuerpo de nombres
 Tu nombre en mi nombre En tu nombre mi nombre
 Uno frente al otro uno contra el otro uno en torno al otro
 El uno en el otro
 Sin nombres

En este poema Octavio Paz crea una forma innovadora que integra la imagen visual con el contenido mismo.

Un círculo que se abre, separando al hombre y a la hembra, a partir de un punto común - el nombre, la palabra- para luego cerrarse, confundiendo y fusionando al hombre y la mujer -"el uno en el otro"-, en otro punto común- "sin nombres", los cuerpos.

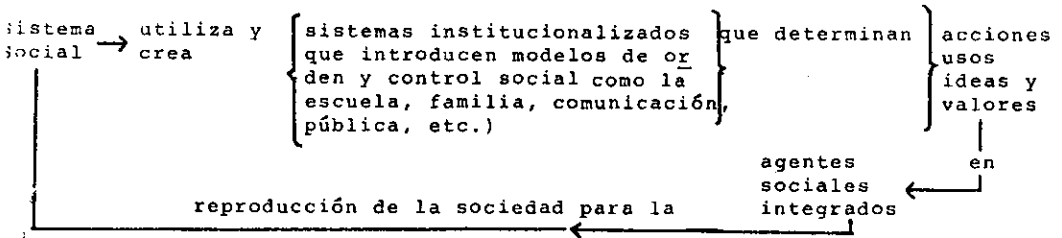
Podemos examinar estos ejemplos refiriéndonos a varias funciones contracomunicativas:

- Función emancipadora. Los emisores se expresan libre y artísticamente en los mensajes.
- Función innovadora. Los ejemplos son de obras artísticas que rompen las formas establecidas e instauran nuevos modelos de expresión artística.
- Función subversiva. El mensaje tiene que ser interpretado; no hay una simple relación entre mensaje y referente; como quiera que sea se percibe una intención transformadora y cuestionadora del orden establecido.
- Función disonante. El mensaje exige la interpretación del receptor; no es consumido pasivamente; además, su contenido cuestiona el orden social y la relación de éste con el receptor.

En los medios de comunicación de masas existe también el uso contracomunicativo de la comunicación; la radio, la televisión, las revistas, los periódicos no sólo transmiten información o mensajes mitificados o ritualizados, difunden asimismo mensajes culturales y artísticos contracomunicativos (canciones artísticas y subversivas difundidas en la radio, secciones de arte y cultura en las revistas y periódicos, entre otros. Sin embargo, el uso contracomunicativo está subordinado, como el informativo, al uso que cumple funciones mediadoras es decir; al uso reproductivo.

RECAPITULACION

Mediación Social. Toda sociedad recurre a ella para reproducirse.



La función mediadora de la comunicación pública se efectúa:

- a) Cuando se difunden representaciones o modelos en procesos enculturizadores que permiten la reproducción social.
- b) Al existir una relación de interdependencia y acoplamiento con el sistema social para lograr su funcionamiento y la reproducción de la sociedad.
- c) Cuando en la comunicación pública se da un uso reproductivo orientado a la transmisión de representaciones ideológicas de los actores emisores, para la reproducción de la sociedad y el control social.

Usos de la Comunicación.

a) Uso informativo centrado en el referente.

El proceso comunicativo está orientado a transmitir datos sobre el referente.

b) Uso reproductivo centrado en el código o representaciones ideológicas del emisor.

El proceso comunicativo está orientado a transmitir y conocer lo que expresan los intereses de grupos o clases sociales del emisor al receptor.

Técnicas mediadoras del USO REPRODUCTIVO.

- MITIFICACION. Añade a los mensajes seleccionados, producidos y difundidos las representaciones ideológicas del emisor.

- RITUALIZACION. Ubica a los mensajes seleccionados, producidos y difundidos, en formas estables y repetidas de modo que los mensajes se hacen consonantes con los medios comunicativos y con los actores receptores.

c) Uso contracomunicativo centrado en el mensaje.

El proceso comunicativo está orientado a la libre expresión del emisor en un mensaje subversivo e innovador que tiende a cuestionar la realidad del receptor.

- 1.- Lee con detenimiento el siguiente artículo y contesta las preguntas que se te plantean enseguida.

VERONICA CASTRO

Por Astrid Méndez

Verónica Castro actuó en Italia en un programa de la RAI, junto a otras artistas de renombre internacional, como Gina Lollobrigida, Romina Power y Lorin Maazel, director de la Orquesta Sinfónica de Londres, entre otros, en una función para recaudar fondos para la construcción del primer centro nutricional para infantes en Tanzania. Por medio de la presentación, los europeos donaron a esta causa tan noble 300 millones de liras, mismos que le fueron entregados a la madre Teresa de Calcuta hace algunas semanas.

La actriz y cantante mexicana, quien participó en representación de América y de los países de habla hispana, declamó "El cántico de las creaturas", de San Francisco de Asís, y cantó temas vernáculos mexicanos acompañada del mariachi de la Guardia Nacional, mismo que viajó acompañando a la estrella ex profesora para la ocasión.

Por cierto, Vero es una de las artistas mexicanas más queridas en aquel país por su participación en distintas telenovelas como *Los ricos también lloran*, misma que es la preferida de la actriz, así como del público italiano que la admira.

"Las telenovelas son el espejo de la vida. Gracias a ellas puedo entrar a la casa de todos con un mensaje de amor y convivencia tanto en América, Italia o España", dijo la actriz.

El espectáculo que realizó en Italia unánimemente con otros artistas se tituló "Un signo por la vida". Durante la transmisión del mismo se exhibió en las pantallas caseras y en el set de televisión un video con un mensaje del papa Juan Pablo II, pidiendo que ir gente de Europa cooperara en una causa tan noble como ésta.

La simpatía de Verónica la ha hecho triunfar en varios países de habla hispana, incluso en Europa. Su éxito no la ha hecho olvidar que tiene un deber más: sus hijos, que son su adoración. Kristian y Michel viajan —cuando se lo permiten sus actividades escolares— acompañando a su madre, y así lo hicieron en esta ocasión que estuvo en Italia.

"No pierdo la oportunidad de estar al lado de mis dos amores. Gasto mucho de lo que ahorro en ambos, siempre me las arreglo para traerlos conmigo, sobre todo cuando tomo vacaciones. Desgraciadamente, no he disfrutado la maravillosa edad que ahora está viviendo mi hijo Kristian, que tiene doce años; no lo he visto crecer. Reconozco que es muy difícil compaginar mi vida profesional y como madre", apuntó.

La actriz y cantante tiene veinté años de carrera artística, pero hasta ahora es cuando empieza a cosechar éxitos. Su simpatía y sencillez han logrado cautivar al público en general, mismas que no sólo proyecta a través de las pantallas sino también en persona.

"Nunca pensé que iba a tener el cariño de los Italianos gracias a mi interpretación de Mariana en *Los ricos...* De Italia es donde he recibido las cartas más bellas", comentó.

Aunque Verónica es una triunfadora en su vida profesional, aún no ha encontrado un hombre que la ame y con quien se decida a compartir su existencia.

"No estoy enamorada de ningún hombre por el momento. Amo a mi madre, a mis hijos y mi trabajo; busco al hombre con quien compartir mi vida, pero esta situación no me desespera, porque el amor llega cuando menos se espera y a mí me puede llegar en cualquier momento; me lo merezco", dijo con una sonrisa.

Su actual telenovela *Rosa salvaje* muy pronto se empezará a transmitir en Italia. Vero se muestra contenta por la recepción que ha tenido su trabajo en México y espera con ansia la respuesta que tendrá la misma entre los Italianos.

"Rosa es el personaje que me faltaba hacer para sentirme completa como actriz. Este es el papel que había esperado en veinte años de carrera artística. Respecto a la escena italiana, pienso que me gustaría interpretar la comedia italiana, que me parece muy divertida por su sátira", comentó.

En fecha próxima Verónica volverá a Italia para hacer el lanzamiento de *Rosa salvaje*, además de promover su nuevo material discográfico.

¿ Qué uso se le está dando a la comunicación?

¿ Por qué?

2. Lee detenidamente el siguiente texto extraído de la revista información científica y tecnológica.

**LECHE Y ANTIBIÓTICOS
NO SE LLEVAN**

Después del abuso de los antibióticos denunciados por la Organización Mundial de la Salud, la Asociación Suiza de Farmacéuticos acaba de declarar que los antibióticos no deben ingerirse al mismo tiempo que las bebidas lácteas. La Asociación estima, de hecho, que la leche vuelve insolubles los antibióticos, lo que impide su asimilación. Este hecho parece particularmente cierto en el caso de las tetraciclinas. Los farmacéuticos suizos aconsejan, por tanto, beber té o sencillamente agua para acompañar la toma de antibióticos.

Le quotidien du médecin, 30-XI-1981.

¿ Qué uso se le está dando a la comunicación ?

¿ Por qué ?

3. Observa las siguientes fotografías, y lee con atención el texto que las acompaña, y enseguida contesta las preguntas que se te plantean.



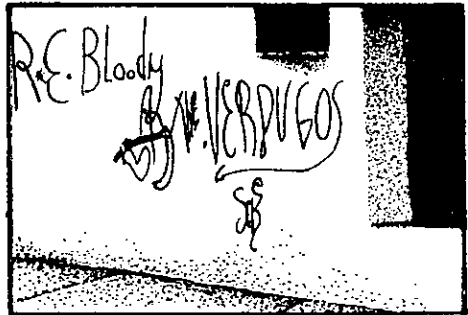
¿Quién escribe en los muros?
 ¿Quién inventa los chistes?
 ¿Quién sella los refranes?

Es un puro regalo
 que todos nos hacemos
 es escritura nómada.

anónima, interior,
 que todos entendemos.
 Una ciudad sin ella

no es nada, está bien muerta.
 al exterior la come.
 ya no se vive a sí.
 ya no es capaz de un nombre.

Fabio Morabito. "Seis legatijas" en Lotes
 Baldíos. Letras Mexicanas. FCE. México 1984.
 11 p.



¿ Qué uso se le está dando a la información ?

¿ Por qué ?

LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS A LAS ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

TEMA 1.-

- 1.- En el texto titulado "Alejandra Golláz" debiste señalar como actores de la comunicación a Martha Figueroa que es la reportera que escribe el texto y al lector que en este caso, eres tú mismo.

Los objetos de referencia son todo aquello de lo que se habla o se dice algo en una comunicación. Por consiguiente, en este caso, son las actividades artísticas de Alejandra Golláz, su participación en la telenovela Quinceañera, en la obra La maestra milagrosa y en comerciales.

- 2.- En la comunicación, los instrumentos tienen la función de transmitir y amplificar los mensajes.

En la fotografía a) el emisor está utilizando un micrófono. Este instrumento tecnológico le permite amplificar el sonido de su voz lo cual hace posible que sus mensajes lleguen a oídos de los receptores.

En la fotografía b) aparecen dos tipos de instrumentos de la comunicación. Los fonológicos que están presentes en la conversación de los jóvenes con la mujer y los tecnológicos que están presentes en la computadora que transforma la señal eléctrica en un impulso mecánico debido a una orden del programador.

En la fotografía c) aparece un instrumento tecnológico: la televisión que traduce impulsos electromagnéticos emitidos por la estación de televisión, lo cual permite la comunicación con el auditorio.

- 3.- Las expresiones sirven para emitir señales comunicativas. De acuerdo con ello la fotografía del niño está expresando fe licidad.

Su cara es la sustancia expresiva que denota un estado de salud, de alegría . . .

- 4.- Los anuncios publicitarios del cine, de la radio, de la prensa o de la televisión constantemente están mandando a la población mensajes de representaciones ideológicas. En el caso de este texto pudiste haber encontrado algo similar a lo siguiente:
- . Está dirigido a hombres y a mujeres, aunque a juzgar por las fotografías, otorga mayor importancia al público femenino.
 - . La representación ideológica de lo que se está transmitiendo en el texto es un modelo de los productos de belleza que las mujeres y los hombres deben usar para verse sanos, atractivos y despertar la admiración de los demás.
 - . El hecho de utilizar una marca con nombre extranjero tiende a reforzar la representación ideológica a través de la idea de "prestigio".
- 5.- El ejemplo puede variar de acuerdo a tu propia creatividad. Por esta razón, considera lo siguiente, solamente como una guía.
- . El maestro juega el papel de actor-emisor que al explicar su clase está enviando determinados mensajes.
 - . El estudiante puede ser actor-receptor que recibe los mensajes del maestro e interactúa con él, convirtiéndose en actor-receptor-emisor.
 - . Por lo regular en la clase se utiliza la voz (aparato fonólógico) para comunicarse.
 - . Las expresiones pueden ser las actitudes de los actores (maestro-estudiante), y los contenidos que transmiten. Así ante un diálogo sobre un determinado tema de clase puede haber seriedad, alegría, enojo, o señales de nerviosismo.
- 6.- Para la producción de un periódico se requiere de materias primas como tinta, maquinaria . . . , se requiere además de

una organización y un equipo de personal que abarca desde el director general, hasta los reporteros que van en busca de la noticia.

La difusión, en el caso de la ciudad de México, se lleva a cabo mediante la Unión de expendedores y voceadores de los periódicos de México, A.C. Estos hacen posible el consumo de la información por parte de los lectores.

- 7.- En el ejemplo que hayas elaborado sobre los elementos de la comunicación que intervienen en un programa de televisión, es conveniente que tú mismo lo analices a la luz de los conocimientos que tienes sobre el tema

TEMA 2.

- 1.- Tu reflexión debió considerar algunos aspectos como los siguientes:

El gobierno de Santa Anna emitió el decreto de prensa para evitar las críticas de la población al propio gobierno. Al establecer un control sobre la prensa, existió una menor difusión de las ideas escritas entre la población. Por haberse dado este decreto como una ley, se sitúa en el nivel de la infraestructura del sistema social que afectó a la estructura del sistema de comunicación al haber tocado la organización de ésta.

- 2.- Posiblemente la televisión podría variar la vida, las costumbres, el modo de pensar y actuar. Sus valores se irían modificando paulatinamente. Entrarían quizás en choque entre su propia cultura y la que se les trata de imponer por la televisión.
- 3.- Por consiguiente, en este supuesto caso, la infraestructura del SC afecta la supraestructura del SS al modificar las normas, las ideas, creencias . . . de la comunidad indígena.

TEMA 3.

- 1.- El texto de Astrid Méndez sobre Verónica Castro otorga a la comunicación un uso reproductivo porque transmite representaciones ideológicas que presentan el mundo maravilloso en la vida de la actriz .

El considerar a las telenovelas como espejo de la vida fomenta modelos ficticios de actuar, al tratar de asemejar la realidad con la fantasía.

- 2.- El texto titulado Leche y antibióticos no se llevan , es un ejemplo claro del uso informativo de la comunicación porque se distingue quien informa, en este caso la Asociación Suiza de Farmacéuticos del referente los antibióticos que no deben ingerirse con bebidas lácteas. La información se centra en el referente.

- 3.- A través del análisis de los textos, se puede inferir un uso contracomunicativo de la comunicación, porque los emisores se expresan libremente. Se apropian de un espacio como son las bardas y manifiestan a través del lenguaje una actitud subversiva y rebelde.

AUTOEVALUACION

INSTRUCCIONES

Una vez que ya has finalizado el estudio de la primera unidad, es importante que tú mismo te evalúes con el propósito de que puedas comprobar el nivel de aprendizaje que obtuviste como fruto del esfuerzo y del empeño que le dedicaste al estudio de esta parte de la guía.

Por esta razón, se presentan las siguientes preguntas que engloban el contenido de la unidad. Trata de responderlas sin consultar dicho contenido para que puedas poner en juego tu aprendizaje.

En las páginas 86 a 90 podrás verificar el nivel de acierto de tus respuestas.

- 1.- Explica con tus propias palabras qué significa el considerar a la comunicación social como un sistema.
- 2.- Menciona cuáles son los elementos que intervienen en un sistema de comunicación social.
- 3.- Explica la función que cada uno de ellos tiene en un sistema de comunicación social.
- 4.- A continuación se presenta un ensayo de Gilbert K. Chesterton aparecido en el suplemento Sábado del diario Uno más uno. El ensayo se titula: La revolución a partir de los cabellos de una niña.
Leelo con mucha atención tratando de ubicarlo en un contexto de comunicación social.

b)

c)

d)

4.- A continuación se presenta un ensayo de Gilbert K. Chesterton aparecido en el suplemento sábado del diario Uno más uno.

El ensayo se titula: La revolución a partir de los cabellos de una niña.

Leelo con mucha atención tratando de ubicarlo en un contexto de comunicación social.

LA REVOLUCION A PARTIR DE LOS CABELLOS DE UNA NIÑA

Gilbert K. Chesterton.

Hace poco, algunos doctores y sociólogos promulgaron una orden según la cual todas las niñas debían llevar la cabeza pelada. Quiero decir, por supuesto, todas las niñas cuyos padres fueran pobres.

Las niñas ricas tienen hábitos poco higiénicos, pero los doctores no se apresuraron a contrarrestarlos. Pues bien: el motivo de esa intervención era que los pobres se amontonen en reductos sucios, tan nauseabundos y asfixiantes que no ha de permitírseles tener cabellos, porque esos cabellos albergarían piojos. En consecuencia, los doctores proponen suprimir los cabellos. Parece ser que nunca han pensado en suprimir los piojos.

Cuando una tiranía crapulosa aplasta a los hombres en la inmundicia, hasta el punto de que sus cabellos estén sucios, resultaría largo y penoso cortar las cabezas de los tiranos; más fácil es cortar los cabellos de los esclavos. Igualmente, si un día ocurre que a los niños pobres los atormentan dolores de dientes, será fácil arrancarles los dientes a todos los pobres. Si sus uñas están repugnantemente sucias, se les arrancarán las uñas. Si sus narices moquean incesantemente, se les extirpará la nariz.

Hablo a partir de los cabellos de una niña. Yo sé que eso es algo absolutamente bueno. Por mucho mal que exista en el mundo, el orgullo que una madre siente por la belleza de su hija es cosa buena. Es una de esas bondades imperecederas que son un signo de todas las épocas y de todas las razas. Todo lo que se oponga a ello debe desaparecer. Si los caseros y las leyes están en contra, que leyes y caseros desaparezcan. Con la cabellera roja de una chiquilla de arrabal, prendamos fuego a toda la civilización moderna. Para que una niña tenga cabellos limpios, se requiere que su casa no esté sucia; para que su casa no está sucia, su madre debe ser libre y disfrutar de tiempo de ocio; para que su madre sea libre, no debe sufrir a un casero codicioso; para que no tenga un casero codicioso, la propiedad debe redistribuirse. Y por que hay que redistribuir la propiedad, haremos una revolución. Esa chiquilla de cabellos de oro, no será mondada, no será estropeada, no será modificada, no será pelada a rape como un presidiario. No. Todos los reinos de la Tierra serán cortados y ajustados a su medida. Los vientos del mundo deberán amansarse en honor a este cordero que no será esquilado. Las coronas que

no se ciñan a su cabeza serán rotas. Todas las ropas, todas las cosas que no convengan a su gloria, serán destruidas. Su madre puede ordenar le que trencé sus cabellos, porque es la autoridad natural; pero ni el Emperador del Planeta le ordenará cortárselos. Esa niña es la imagen sagrada de la humanidad.

Todo lo que la rodea, la fábrica social entera, debe inclinarse, desmoronarse, hundirse; las columnas de la sociedad se secundirán, las bóvedas de las épocas caerán con estruendo. Pero a esa niña no se le vocará un sólo cabello.



En base a la lectura anterior contesta las siguientes preguntas.

a) ¿ Quiénes son los actores de esta comunicación?

b) ¿ De quién o de quiénes trata la comunicación ?

c) ¿ Según lo visto en la unidad, Gilbert K. Chesterton se puede considerar como un actor que sirve a la comunicación, o que se sirve de la comunicación ?

d) En cualesquiera de los dos casos, explica el porqué.

e) ¿ Qué tipos de aparatos se utilizan en el ensayo para comunicarse?

f) ¿ De acuerdo a la lectura del ensayo consideras que se amplifica el mensaje o que se traduce el mensaje ?

g) En cualesquiera de los dos casos, explica el porqué.

5. Lee con atención el siguiente texto y señala las características de la comunicación pública que encuentres en él.

800,000 NIÑOS GARANTIZAN EL EXITO DE



Si, 800.000 niños lectores asegurados garantizan que el nuevo Suplemento Dominical que próximamente editará

EL HERALDO

Será el MEJOR MEDIO publicitario para sus productos de consumo infantil.

El contenido de



fue diseñado
tras encomendarse a

INTERNATIONAL RESEARCH ASOCIATION

Un completo Estudio del Mercado Infantil. Si le Interesase recibir un ejemplar de este Estudio, Soliciteo, y le sera enviado sin costo alguno.



¡PROXIMAMENTE!

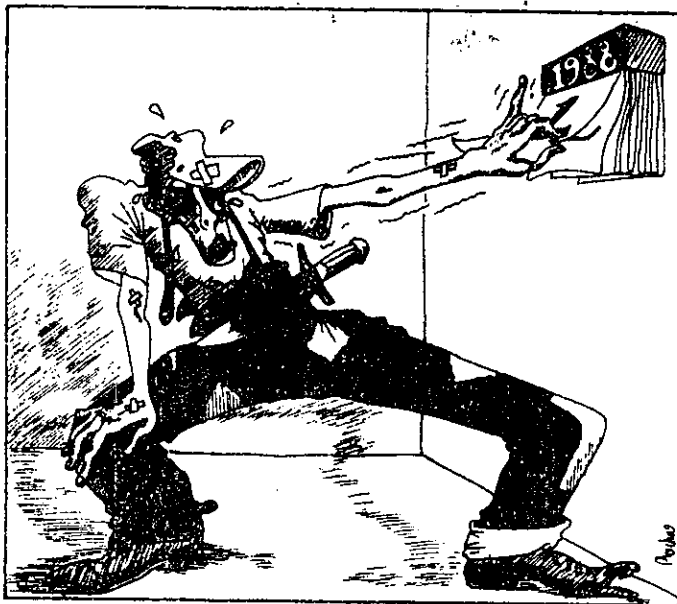
6.- Con tus propias palabras, explica brevemente en qué consisten los niveles de infraestructura , estructura y supraestructura de los sistemas de comunicación y social.

7.- ¿Por qué crees que se dé un proceso de interrelación y acoplamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación pública?

8.- Con tus propias palabras, explica qué entiendes por mediación de la comunicación?

- 6.- Con tus propias palabras, explica brevemente en qué consisten los niveles de infraestructura, estructura y supraestructura del sistema de comunicación y del sistema social.
- 7.- ¿Por qué crees que se dé un proceso de interrelación y acoplamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación pública?
- 8.- Con tus propias palabras, explica qué entiendes por mediación de la comunicación.
- 9.- ¿Menciona en cuál de los usos de la comunicación, se puede observar claramente la mediación social, y por qué?
- 10.- Observa y analiza los siguientes ejemplos de información contracomunicativa, y enseguida explica qué funciones están presentes en ellos.

LA QUE NOS ESPERA ■ Rocha



LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS DE LA AUTOEVALUACION

La autoevaluación es un elemento fundamental que te permitirá elaborar un diagnóstico sobre tu propio rendimiento en el aprendizaje. A partir de los resultados que obtengas en tus respuestas, deberás decidir si continúas con el estudio de la 2a. Unidad o si es necesario que des un repaso a la información que no comprendiste o que no te quedó muy clara.

- 1.- En tu respuesta debiste incluir como aspecto central que la comunicación se trata como un sistema, por el hecho de ser un conjunto organizado de elementos con diferentes funciones y que persigue determinados fines.
- 2.- Un sistema de comunicación social está integrado por los siguientes elementos: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.
- 3.-
 - a) Los actores son los individuos, grupos o instituciones que entran en comunicación con otros, ya sea como emisores o receptores de mensajes, sirviéndose de la comunicación o sirviendo a la misma.
 - b) Los instrumentos son los aparatos biológicos o tecnológicos que son usados por los actores en la comunicación.
 - c) Las expresiones son los mensajes significativos (con significado y significado) que emiten y reciben los actores de la comunicación a través de instrumentos.
 - d) Las representaciones son los modelos para actuar, conocer y valorar que transmiten la visión del mundo o ideología de las clases sociales que emiten los mensajes.
- 4.-
 - a) En el ensayo existen dos tipos de actores.
 - . Gilbert K. Chesterton que por ser el autor se convierte en actor-emisor.
 - . El lector de su ensayo que se convierte en actor-receptor y que en este caso eres tú mismo.
 - b) Chesterton utiliza como referentes a la niña pobre y al decreto sobre el uso de la cabeza rapada, para hablar de las injusticias que se cometen y despertar la conciencia sobre la necesidad de una revolución.

- c) Chesterton está actuando como un actor que sirve a la co municación.
- d) Se puede considerar así por el hecho de que distribuye in formación de otros actores.
- e) Se utilizan aparatos tecnológicos porque en la impresión del ensayo se necesita una maquinaria especial.
- f) Se puede considerar que en el ensayo está amplificado el men saje.
- g) La amplificación del mensaje es clara si se advierte que el texto apareció en un periódico y en consecuencia su re producción fue masiva.
- h) El ensayo está transmitiendo una representación ideológica de inconformidad y de rebeldía ante un injusto proceder so cial. Por la manera de contrastar las ideas, el autor trata de despertar la conciencia del lector sobre la necesidad de un nuevo cambio social.

5.- En el texto se pueden encontrar las siguientes características de la comunicación pública.

- . El título demuestra que se trata de una institución periodís tica llamada El Heraldo de México .
- . El tiraje tan amplio para cubrir a 800.000 lectores, indica la necesidad del uso de medios y tecnologías que le permitan a la institución, mantener la producción señalada.
- . El Heraldo infantil fue diseñado por otra institución de co municación pública llamada International Research Asociation. Esto demuestra el uso de ideologías planeadas, dirigidas al público infantil.

6.- La infraestructura son los recursos y equipos para la producción y reproducción social. En el caso del sistema de comunicación, la infraestructura son los medios de producción, difusión y recepción de información, por ejemplo, las imprentas. La estructura es la organización para la producción y la reproducción de la sociedad. En el caso del sistema social un ejemplo de estructura puede ser la organización del trabajo. En el caso del sistema social, un ejemplo, pueden ser las empresas informativas.

La supraestructura son las normas jurídicas, éticas, políticas morales, las ideas científicas y las creencias, etc., que permiten el funcionamiento de la sociedad.

En el sistema social esto se expresa en el derecho, la legislación y la educación. En el sistema de comunicación, la supraestructura puede advertirse a través de la ideología que se transmite en los mensajes, a través de la censura de ideas y demás.

7.- En tu respuesta debiste considerar que la interrelación y el acoplamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación se debe fundamentalmente a la necesidad que tienen los grupos dominantes de la sociedad de conservar su estado de privilegio y de dominio.

8.- En tu respuesta debiste plasmar la idea de que la mediación de la comunicación es el proceso a partir del cual, las instituciones encargadas de la producción de mensajes de interés público, transmiten en ellos su visión del mundo.

9.- La mediación social se puede observar con relativa facilidad en el uso reproductivo de la comunicación ya que en éste, se añaden a los mensajes, opiniones, valores, ideología, por parte de los actores emisores.

10.- En los cartones se refleja un uso contracomunicativo debido a que está presente una función disonante que cuestiona la desesperada realidad de pobreza de los mexicanos durante 1988.

En este mensaje contracomunicativo de los cartones juegan un papel muy importante la distorsión que los autores hacen de las imágenes, de las expresiones de las mismas, de las letras . . .

Explicación integradora.

Una vez finalizado el estudio de esta primera unidad, has adquirido una serie de conceptos que en la práctica te permitirán reflexionar con mayor profundidad en el fenómeno comunicativo y el papel que cumple la comunicación en la sociedad. Para realizar esto, es muy importante tener siempre presente la función mediadora que se da a través de un proceso enculturizador. En dicho proceso los actores emisores que forman parte de instituciones especializadas en la comunicación pública, producen y distribuyen masivamente una serie de mensajes a través de instrumentos y medios tecnológicos, en los que promueven representaciones ideológicas y formas de vida acordes con el sistema social, con el propósito de que sean consumidos por los actores receptores. Esta forma de vida representa en el fondo, la visión del mundo que tiene el grupo social dominante, misma que trata de imponer a los grupos dominados con el objeto de no trastocar el orden social .

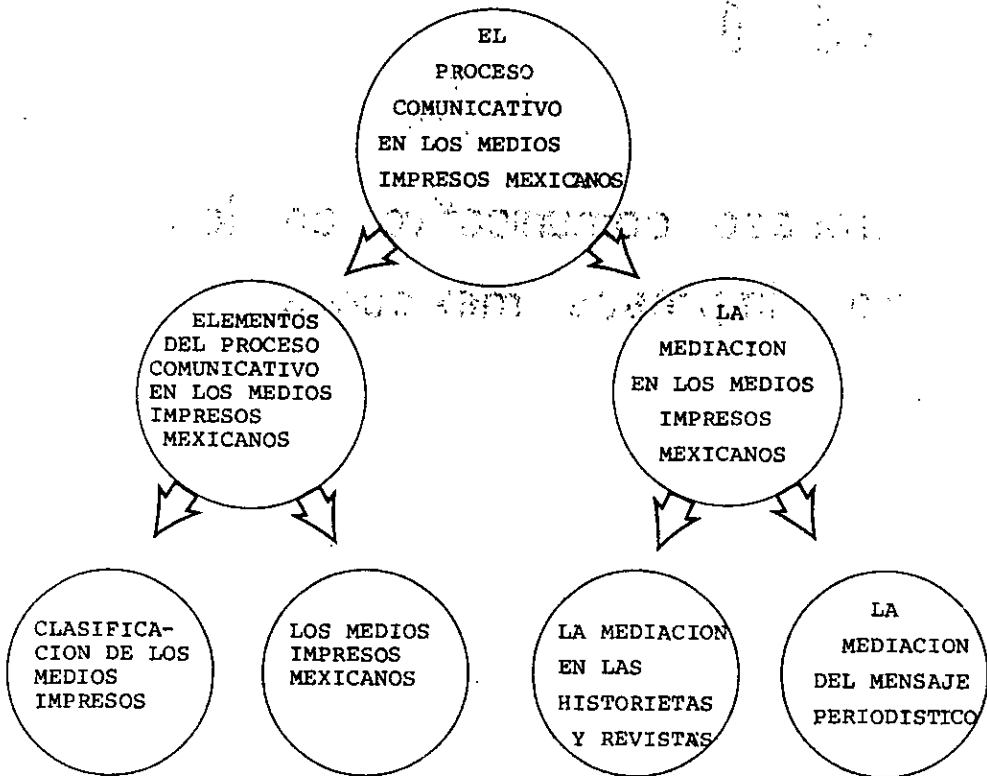
El análisis de lo anterior, facilita la comprensión de las relaciones entre el sistema social y el sistema de comunicación pública como relaciones de interdependencia que como tales, se afectan y se influyen recíprocamente, al grado que tienden a un acoplamiento entre sus diversas instancias estructurales con el fin de facilitar la reproducción de la sociedad en su conjunto. Finalmente, este acoplamiento entre ambos sistemas permite entender el porqué en los medios de comunicación de masas el USO REPRODUCTIVO constituye el principal uso de la comunicación.

Unidad II

El proceso comunicativo en los
medios impresos mexicanos

CONTENIDO DE LA

UNIDAD. II



CUESTIONAMIENTO GUIA.

En la unidad anterior ya estudiaste los elementos del sistema comunicativo, los tipos de comunicación, las interrelaciones entre el sistema de comunicación y el sistema social, así como la función mediadora y los usos de la comunicación. Cuentas ya con los instrumentos conceptuales básicos para abordar el examen del sistema de comunicación pública que caracteriza a las sociedades modernas: los medios de comunicación de masas.

Es conveniente que antes de introducirte en la lectura de esta segunda unidad, reflexiones sobre los medios de comunicación masiva. Tú, como cualquiera de nosotros, tienes una añeja y permanente relación con estos medios. ¿En qué consisten? ¿Cuáles son? ¿En base a qué criterios se distinguen los diferentes medios de comunicación de masas? ¿Qué lenguajes e instrumentos utilizan?

Para estudiar la comunicación masiva en México es preciso analizar las características, la evolución y la función mediadora de los principales medios de comunicación de masas: los medios impresos, los medios televisivos y los medios radiofónicos. Se empezará a investigar en esta unidad a los medios impresos. Tú los conoces, los has abierto y leído para informarte o para entretenerte, o tal vez para hacer alguna tarea escolar. ¿Cuáles son los medios impresos? ¿Qué características tienen, ¿Qué tipo de lenguaje utilizan? ¿Qué distingue a los periódicos, las revistas y las historietas? ¿Cómo se han desarrollado a lo largo de nuestra historia?

Para determinar la función mediadora de los medios impresos deberás aprender a utilizar instrumentos de crítica ideológica. Por consiguiente, se tratará de dar respuesta a una pregunta básica en el análisis de la comunicación:

¿Cómo leer críticamente los mensajes en los medios impresos?

Sin duda, los elementos que se presentan en esta unidad serán ejemplificados por tu propia experiencia y te permitirán comprender mejor el proceso comunicativo que se establece cuando abras y leas un periódico, una revista o una simple historieta.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

En nuestros días se habla mucho de los medios de comunicación masiva. Algunos opinan favorablemente sobre ellos; otros los critican y hasta los condenan. Sin embargo, son muy pocos los que se toman la molestia de caracterizarlos de manera general, señalando sus diferencias específicas y sus funciones particulares.

Del mismo modo, se dice mucho y de manera superficial, sobre la prensa y su papel en la sociedad mexicana; sin embargo, no se distinguen los diferentes tipos de medios impresos que existen ni se señalan sus rasgos distintivos o sus funciones singulares. Por lo cual, en ocasiones es muy difícil hacer una apreciación justa y precisa de ellos.

Como resultado del estudio de esta unidad, podrás distinguir a los diferentes medios de comunicación de masas en base a sus lenguajes e instrumentos; además identificarás los elementos del proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos y serás capaz de realizar una lectura crítica de los mensajes impresos que producen y difunden estos medios de comunicación masiva. Con tales instrumentos analíticos podrás establecer de manera precisa su función mediadora y con ello formar-te un juicio sobre el papel de los medios impresos de comunicación de masas en nuestro país.

INTRODUCCION A LA UNIDAD.

Se habla mucho de los medios de comunicación de masas pero muy poco de sus rasgos distintivos y específicos. Si se desea hacer un estudio concreto y científico de la comunicación masiva en las sociedades modernas, es preciso distinguir claramente los diferentes medios masivos de comunicación e investigarlos de manera particular.

Es por eso que en esta unidad, antes que cualquier otro tema, se clasifican rigurosamente a los medios de comunicación masiva de acuerdo a sus lenguajes y a los instrumentos que utilizan. Posteriormente se inicia el análisis particular de los medios impresos, que comprenden de manera general a los periódicos, las revistas y las historietas. Una vez que se señalan los rasgos genéricos de tales medios impresos, se presenta una breve y esquemática historia de la prensa mexicana que pretende sólo ubicar su desarrollo en la sociedad así como sus características actuales. No es conveniente que memorices los detalles o datos históricos; lo importante es que obtengas una visión general de la evolución de los medios impresos.

El análisis concreto de la comunicación masiva en nuestro país exige que se investigue de manera particular la función mediadora en cada uno de los medios impresos: en los periódicos, las revistas y las historietas. Sin embargo, previamente es necesario establecer un modelo básico que te permita analizar la mediación comunicativa en tales medios; para ello se recurre a las categorías de mitificación y ritualización para fijar un método de lectura ideológica o crítica de los mensajes impresos de la comunicación masiva. En base a tal modelo de análisis crítico, se examina el formato y la ritualización, así como el contenido y la mitificación de cada uno de los medios impresos.

ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO
EN LOS MEDIOS IMPRESOS MEXICANOS

SUBTEMA 2.1.1.

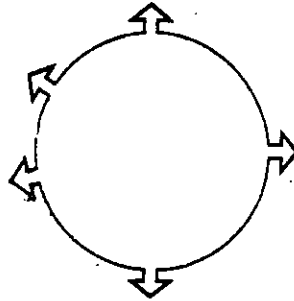
CLASIFICACION DE LOS MEDIOS -
IMPRESOS

Según la relación temporal entre la presentación del mensaje y el momento en que sucede el acontecimiento.

Según la extensión del código.

Según el grado de maleabilidad de los mensajes.

Según la relación del signo con el referente.



Según el instrumento tecnológico que se utilice.

Medios
Radiofónicos

Medios
Televisivos

Medios
Impresos

Medios
Cinematográficos

Clasificación



2.1 Elementos del proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos (actores, instrumentos, representaciones y expresiones).

2.1.1 Clasificación de los medios impresos.

La comunicación de masas que caracteriza a las sociedades actuales se apoya en los llamados medios de comunicación de masas como el cine, la radio, la prensa la televisión, entre otros.

Estos medios se pueden clasificar de acuerdo a los lenguajes que se utilizan en 4 formas diferentes: a) Según la relación del signo con el referente, b) Atendiendo a la relación temporal entre la presentación del mensaje y el momento en el que sucede el acontecimiento, c) Según la extensión del código, d) Según el grado de maleabilidad de los mensajes.⁽¹⁾

- 1) Según la relación del signo con el referente, los MCM se pueden dividir en:

· Medios abstractos
· Medios icónicos

- Los medios abstractos son llamados así porque comunican mediante signos cuya forma no se parece a la forma del referente. Utilizan principalmente la palabra escrita o hablada. Por ejemplo, la palabra "Pilar" no se parece a la persona de Pilar, la palabra "oso", no se parece al oso real, la expresión "casa" tampoco se parece a una casa real.
- Los medios icónicos utilizan signos parecidos al referente. Principalmente emplean imágenes fotográficas o dibujadas.

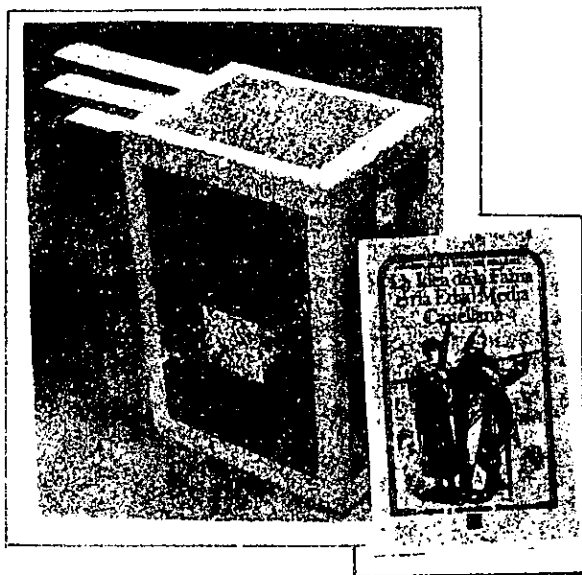
(1) cf. Martín Serrano, La Mediación Social, Akal Madrid 1978, 3 parte: Los usos de la comunicación.

Por ejemplo, la imagen de una casa que está en una fotografía o en un dibujo se parece a una casa real. La fotografía de la nave Apolo que fue a la Luna se parece a la nave.

- b) Según la relación temporal entre la presentación del mensaje y el momento en el que sucede el acontecimiento, los MCM pueden ser:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">. Medios acrónicos. Medios sincrónicos |
|---|

- . Los medios acrónicos son aquéllos que por su naturaleza o uso, comunican información de hechos que tienen un lapso de tiempo más o menos largo respecto al momento en el que sucedieron.
- . Los medios sincrónicos a diferencia de los acrónicos, son aquellos que pueden comunicar su mensaje simultáneo al momento en el que ocurre el acontecimiento.
Al combinar los elementos anteriores, tanto del inciso a como del b, se obtienen medios abstractos acrónicos; icónicos acrónicos; sincrónicos abstractos; y sincrónicos icónicos.
- . Los medios abstractos acrónicos son aquéllos que utilizan la palabra hablada o escrita; transmiten información que ha sucedido en el pasado. Ejemplos de este tipo de medios pueden ser los libros de historia y la radio.



Utilizan la palabra escrita.

Por consiguiente son **ABSTRACTOS**.

Se refieren a hechos del pasado, razón por la cual son **ACRONICOS** por naturaleza.

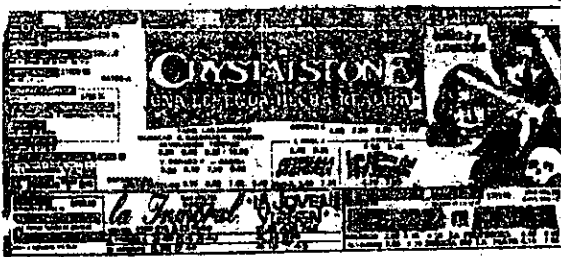


Utiliza la palabra hablada.
Por consiguiente es **ABSTRACTO**.

Cuando transmite las noticias del día anterior se convierte en **ACRONICO** por el uso que se le da.

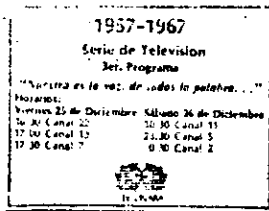
- Los medios icónicos acrónicos son aquellos que utilizan imágenes y que se refieren a hechos del pasado o que no sucedieron en la realidad. Ejemplos de estos medios pueden ser el cine y la televisión.

CINE



El cine utiliza imágenes que se refieren a hechos del pasado o que no suceden, razón por la cual es ACRONICO por su naturaleza.

TELEVISION



La televisión utiliza imágenes y cuando transmite programas diferidos es ACRONICO por su uso.

- Los medios sincrónicos abstractos son aquellos que utilizando la palabra, transmiten el hecho de manera simultánea. La radio puede ser un ejemplo de ello cuando narra en vivo algún acontecimiento, algún partido de fut-bol, una entrevista . . .
- Los medios sincrónicos icónicos son aquellos que utilizando las imágenes, transmiten el hecho de manera simultánea. El único medio que puede ser sincrónico e icónico a la vez es la televisión porque refiere acontecimientos mientras

sucedan, apoyándose en imágenes. Debido a esta característica es conocido como medio Index.

- c) Según la extensión del código los medios de comunicación pueden ser

· Medios particulares

· Medios generales

· Los medios particulares se refieren al uso de códigos sociales determinados que se requieren para que los mensajes sean comprendidos. Por ejemplo, el periódico es un medio para quienes saben leer, la radio es un medio de comunicación para quienes conocen el idioma utilizado.

· Los medios generales se refieren al uso de códigos sociales universales. La televisión puede ser un ejemplo de ello ya que se puede comprender a través de las imágenes un determinado acontecimiento (un desastre, un evento deportivo como las Olimpiadas) sin entender el idioma que se está empleando.

- d) Según el grado de maleabilidad entendida como la forma en la que se puede manipular la información los MCM (Medios de Comunicación Masiva) se dividen enacrónicos y sincrónicos.

· Los acrónicos permiten el control del mensaje por parte del comunicador.

Un periodista por ejemplo que es mandado por su periódico a cubrir un evento político al Zócalo de la ciudad de México, toma sus notas de acuerdo a su propia observación y apreciación. Una vez que está conjuntando sus notas y escribiendo la reseña, puede destacar y elogiar la participación de un orador, y decir que asistieron aproximadamente 700 mil personas aunque de antemano sabe que la cifra es incorrecta. Otro periodista puede hacer una descripción diferente e inclusive señalar que asistieron un promedio de 300 mil personas.

Esta distinta descripción de un mismo hecho, se debe al control que sobre la información ejerce el mediador o comunicador porque presenta sucesos pasados que son reconstruidos por él, a través de la palabra escrita y en las que intervienen correctores, revisores, consejo editorial, política editorial, postura política personal, censura, etcétera. Razón por la cual se afirma que el control del mensaje está dado por parte del comunicador.

- . Los sincrónicos se resisten al control del mensaje por el comunicador debido a que permiten en diverso grado, que el destinatario pueda verificar la veracidad y la objetividad del mensaje porque el referente acompaña al mensaje.

Los programas de televisión en vivo y en directo son los que manifiestan con mayor fuerza una resistencia al control del mensaje.

Por ejemplo, ante la narración de un partido de fut-bol, el locutor televisivo desde su interés y percepción, puede referir acciones emocionantes. Sin embargo para el telespectador, el partido está resultando muy aburrido, y contrasta lo dicho por el locutor con lo que las imágenes le refieren. En consecuencia posiblemente decida apagar la televisión, bajarle el volumen o cambiarle de canal.

Otra forma más simple de clasificar a los medios de comunicación de masas es considerando el instrumento tecnológico básico que interviene en la producción y distribución masiva de los productos comunicativos. De acuerdo con ello, se tiene la siguiente división:

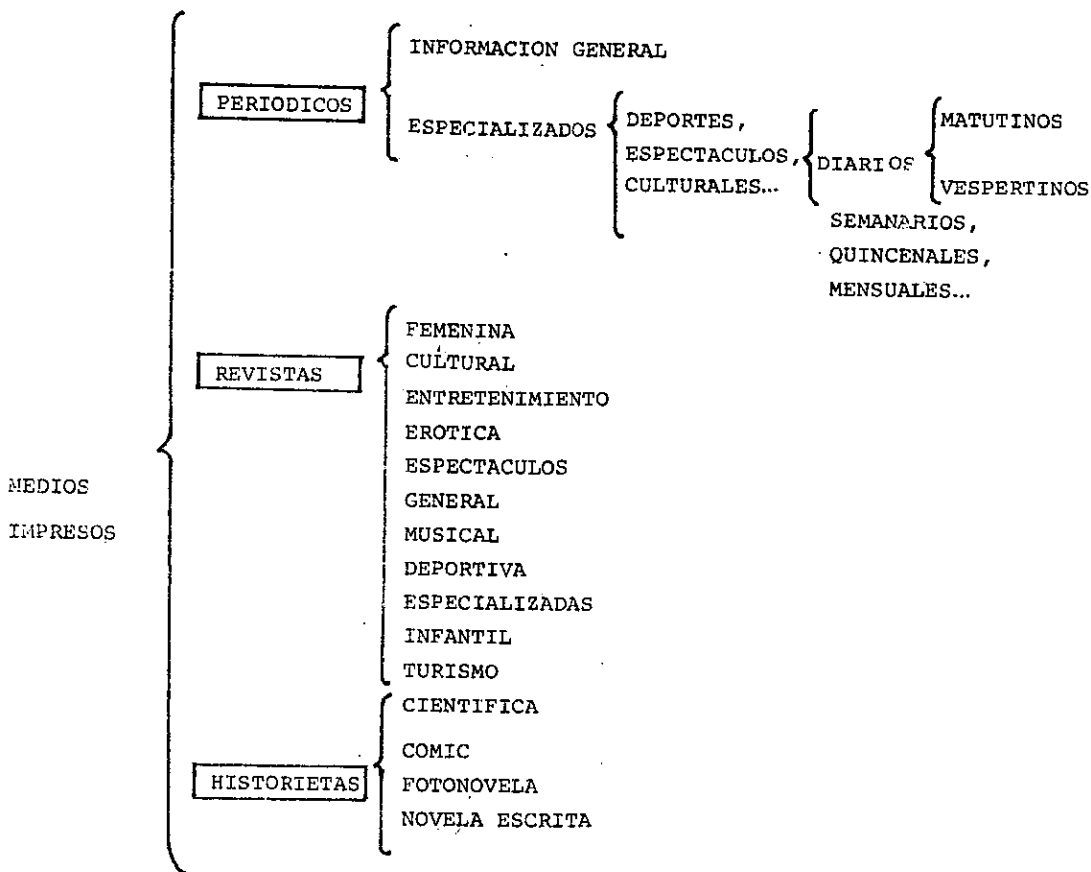
Instrumento
Tecnológico
Comunicativo

{
RADIO: Medios Radiofónicos
TELEVISION: Medios Televisivos
CINE: Medios Cinematográficos
PRENSA: Medios Impresos

Considerando la intención de la asignatura, en esta unidad sólo se estudiará a los medios impresos, primordialmente a la prensa en México.

Medios impresos.

Los medios impresos se pueden clasificar de la siguiente manera:



Los PERIODICOS transmiten fundamentalmente información noticiosa. Los principales lo hacen todos los días, por lo que reciben el nombre de diarios . Su formato incluye una primera plana con la información más relevante y otras secciones como la deportiva, la de entretenimiento, la cultural entre otros.

Las REVISTAS difunden opiniones sobre diversos acontecimientos a través de reportajes y artículos, tomando sus distancias de la noticia diaria, y por ello su periodicidad es semanal, quincenal, mensual, etc. Se presentan encuadernadas con formatos muy variados y portadas llamativas.

Las HISTORIETAS propagan masivamente ficciones con la finalidad de proporcionar un entretenimiento superfluo al público. Se producen y distribuyen en cuadernillos; si las narraciones se basan en dibujos ilustrados reciben el nombre de comics , si se apoyan en fotografías se denominan fotonovelas.

Dentro de las historietas se incluyen las novelas escritas que no tienen ni pretensiones artísticas, ni calidad estética ya que sólo lo buscan distraer o divertir al público lector.

Los rasgos distintivos principales de estos tres tipos de medios impresos se pueden apreciar en el siguiente esquema.

CRITERIO	PERIODICO	REVISTA	HISTORIETA
Transmiten fundamentalmente:	NOTICIAS	ARTICULOS Y REPORTAJES	HISTORIETAS FICTICIAS DE ENTRETENIMIENTO
Periodicidad:	Diversa, aunque los principales periódicos son diarios, matutinos y vespertinos	Diversa: semanal, quincenal, mensual, bimensual..	Diversa: semanal, quincenal..
Formato:	Cuentan con: Primera Plana, logotipo, fecha, noticias más importantes y diversas secciones. Utilizan dos modelos principales. +Clásico: 57.5cm x 38cm; +Tabloide: 38 cm x 29 cm.	Es muy variable, aunque todas están encuadradas, cuentan con portada, papel más fino, apoyo icónico.	En cuadernillos cuentan sus historias con: +Dibujos—Comics. +Fotos—Fotonovelas. +Textos—Novelas.
Contenidos:	Existen periódicos de información general y especializada.	Existen revistas de contenidos generales o de diversos tipos: culturales, femeninas, deportivas, musicales.	Hay historietas de diferentes géneros: infantiles, de aventuras, de amor.
Lenguajes:			
Necesariamente	Acrónico	Acrónico	Acrónico
Principalmente	Abstracto Particular	Abstracto Particular	Icónico Particular
Básicamente	Maleable	Maleable	Maleable

Al analizar la clasificación de los medios impresos con las características del lenguaje de los medios de comunicación de masas, se puede concluir que:

1. Los periódicos y las revistas fundamentalmente, utilizan un lenguaje abstracto (signos lingüísticos escritos), porque informan y dan opiniones sobre las noticias. El consumo de los productos comunicativos de estos medios supone el manejo de un código particular: la alfabetización y el hábito de la lectura, lo que impone ciertas limitaciones en la expansión de periódicos y revistas. En cambio, las historietas usan principalmente un lenguaje icónico (dibujos y/o fotografías) y por ende, un código más general lo que hace más accesible este medio a los consumidores al facilitarles su entendimiento. Ello explicaría la mayor producción y consumo de las historietas sobre los periódicos y revistas.
2. Los medios impresos -periódicos, revistas e historietas- son necesariamente acrónicos, porque transmiten sus mensajes después de que ocurrió el acontecimiento referido, a diferencia de los medios televisivos y radiofónicos que pueden proporcionar las noticias en el momento mismo que ocurren los acontecimientos. El medio televisivo, además, recurre a un lenguaje icónico más accesible al público consumidor, lo que explica el predominio del medio televisivo sobre el resto de los medios de comunicación de masas, con el consiguiente desplazamiento de la prensa por la televisión.
3. Los medios impresos permiten el control del mensaje por el comunicador en la selección de los acontecimientos o contenidos que van a ser referidos, en la sutil subordinación del mensaje a la ideología del actor emisor, en la colocación y asignación de espacio del mensaje en el formato del medio.

Los medios impresos se pueden analizar atendiendo a sus diferentes niveles:

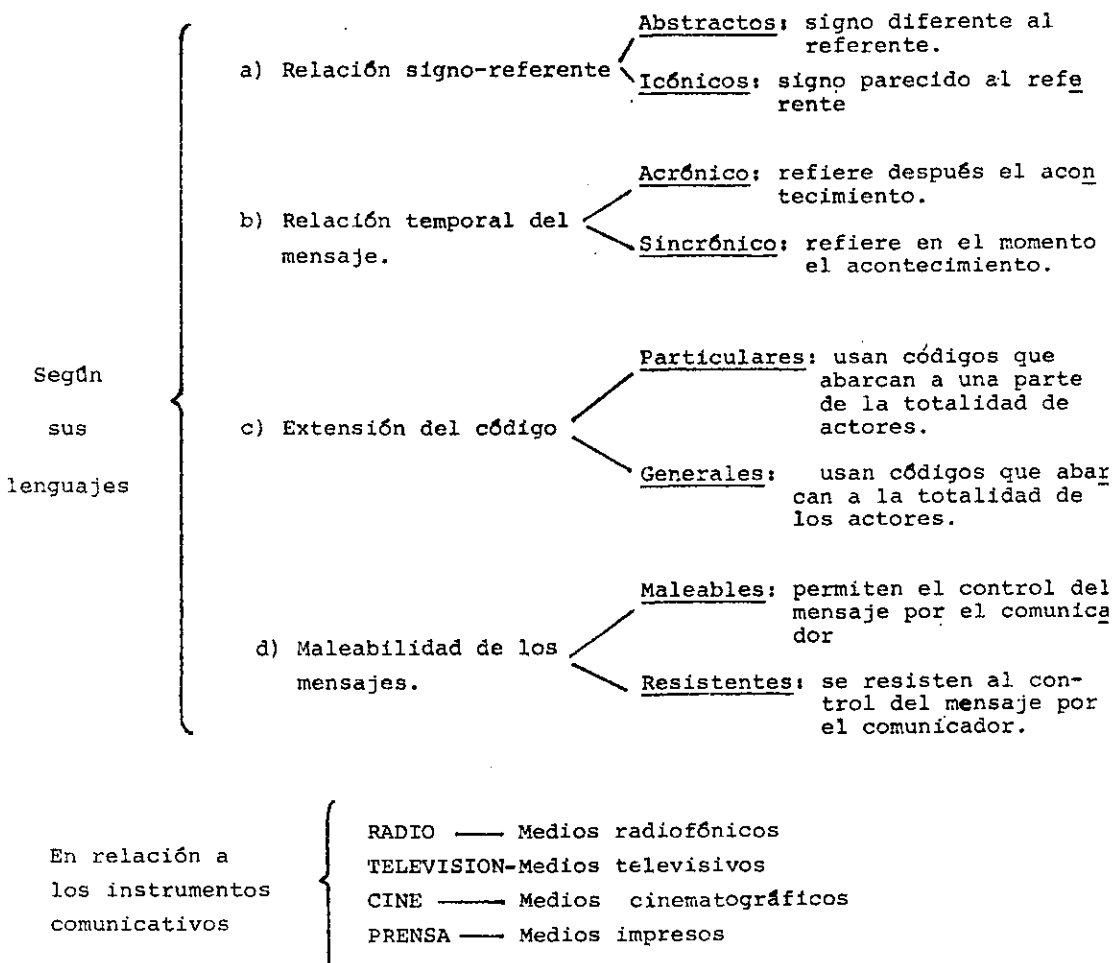
- En el nivel estructural están organizados en empresas mercantiles que pueden ser privadas, públicas o cooperativas. Los propietarios de tales empresas se convierten en actores emisores al apropiarse del producto comunicativo. Como propietarios de los medios impresos y sus productos, controlan los mensajes para que éstos adquieran una forma adecuada a sus intereses sociales. Este control lo ejercen directamente y a través de la jerarquía organizativa de la empresa.

- En el nivel infraestructural se utilizan instrumentos tecnológicos cada vez más sofisticados y eficaces, incrementando tanto la cantidad como la calidad de los productos impresos.

- En el nivel supraestructural los periódicos transmiten representaciones ideológicas en todos los géneros periodísticos, en algunos de manera implícita (en las noticias, las informaciones, la reseña) y en otros de modo explícito (en los editoriales, los artículos o ensayos periodísticos, etc.); y por supuesto, también comunican ideología en la propaganda y la publicidad que incluyen. Las revistas aparte de la propaganda y publicidad que difunden, transmiten representaciones ideológicas a través de los reportajes, artículos y ensayos. Las historietas expresan la ideología de diversas maneras: los comics a través de los dibujos y los textos escritos que los acompañan; las fotonovelas mediante una serie de fotografías que relatan historias, sin descartar el apoyo de breves textos escritos; las novelas comerciales de entretenimiento lo hacen a través de textos escritos. Mientras las revistas transmiten implícita o explícitamente opiniones, valores y cultura -ideología- las historietas siempre difunden implícitamente representaciones ideológicas que simplifican la realidad al proporcionar fragmentos triviales, estereotipados y esquemáticamente repetidos de la sociedad.

Recapitulación.

- Clasificación de los medios masivos de comunicación.



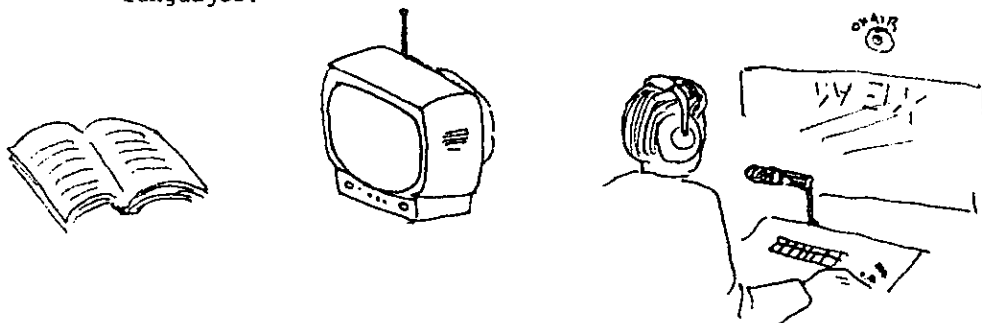
MEDIOS IMPRESOS

	FORMATO	PERIODICIDAD	CONTENIDO
Periódicos	Característico	Diario, semana_rio...	Fundamentalmente información noticiosa.
Revistas	Variable	Variable: semanal, quincenal...	Principalmente reportajes y artículos.
Historietas	Cuadernillos	Variable: semanal, quincenal...	Diversos géneros.

Actividades de Consolidación.

Subtema 2.1.1

1. Observa cuidadosamente las siguientes imágenes que representan a diferentes MCM y clasifícalos de acuerdo a sus lenguajes.



2. Sintoniza la estación de radio BID en FM (frecuencia modulada) por un espacio de 5 a 10 minutos y enseguida describe brevemente qué es lo que lograste captar durante ese tiempo.

3. Analiza con detenimiento el siguiente planteamiento.

En las pasadas Olimpiadas (Seúl 1988), la televisión coreana estaba transmitiendo al mundo una pelea importante de box, cuyos protagonistas eran precisamente un coreano y un italiano.

Los jueces otorgaron el triunfo al italiano lo que provocó en el público una reacción violenta que terminó en golpes, riñas y destrozos. Durante escasos segundos esto fue captado y difundido al mundo por la televisión. Sin embargo, rápidamente las cámaras hicieron una toma fija y lejana con lo que era difícil distinguir qué estaba sucediendo realmente en el cuadrilátero.

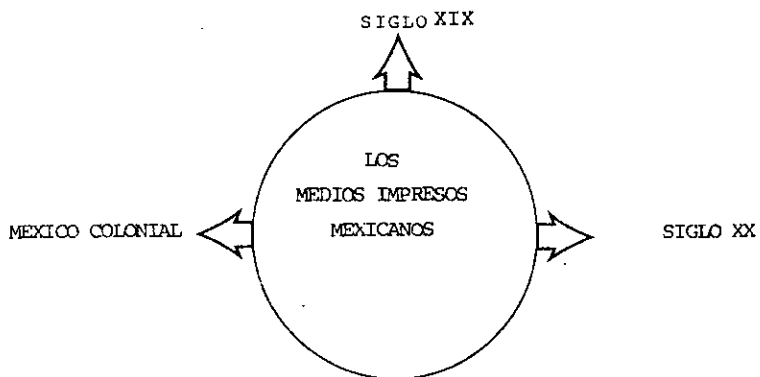
De acuerdo con la lectura trata de contestar las siguientes preguntas.

- ¿Por qué se tomó la decisión de hacer una toma fija y lejana?
¿Por qué crees que no se decidió cortar la transmisión al mundo?
¿Cómo crees que este medio de comunicación de masas se resiste al control y a la manipulación de los mensajes?
4. Selecciona un periódico, una revista y una historieta y compáralos entre sí atendiendo a sus semejanzas y diferencias.

TEMA 2.1

ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO
EN LOS MEDIOS IMPRESOS MEXICANOS.

SUBTEMA 2.1.2
LOS MEDIOS IMPRESOS MEXICANOS

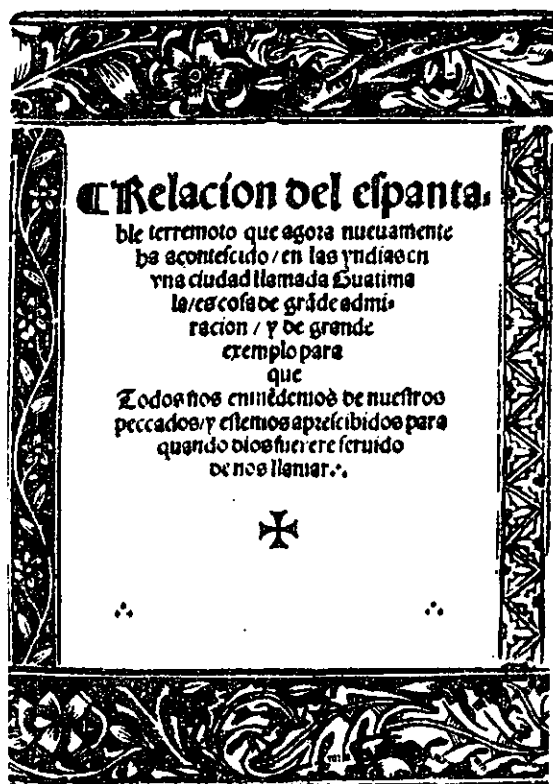


2.1.2 Los medios impresos mexicanos.

Los medios impresos en México se han desarrollado y transformado con la evolución y los cambios de la formación social mexicana. De hecho los medios impresos, principalmente los periódicos y las revistas, se han adecuado a los grandes períodos de la historia de nuestro país.

a) Período Colonial.

En el México colonial (1521-1810) aparecieron las primeras publicaciones impresas. La prensa incluyendo periódicos y revistas, es el más antiguo de los medios de comunicación pública, que conserva hasta la fecha una importante influencia en la sociedad. La primera imprenta de América se instaló en nuestra nación en 1539, publicando hojas volantes informativas sin ninguna periodicidad. En 1722 apareció la primera publicación periódica: La Gaceta de México y Noticias de Nueva España.



La primera hoja volante

Relación del espantable terremoto que. . . ha acontecido en las Indias
en una ciudad llamada Guatemala. . .

(1541)

Fue el primer papel suelto de carácter informativo impreso en América.
Se editó en la ciudad de México, en la imprenta de Juan Pablos.

"En la etapa de dominación española que arranca con la caída de Tenochtitlan en 1521 y prácticamente termina en 1810, al iniciarse la guerra de independencia, surge el periodismo de la Nueva España con manifestaciones propias. Al lograrse la introducción de la imprenta en América -1539- se publicaron las hojas sueltas o pa-peles sueltos de carácter informativo, carentes de periodicidad. Posteriormente, en 1666 aparece el primer papel con el nombre de Gaceta. Estas publicaciones fueron los únicos vehículos de información de la época hasta que, en 1722, se inicia con la autorización del virrey de la Nueva España, el periodismo regular, al publicarse la Gaceta de México y Noticias de Nueva España".

Núm. 11

✠✠✠✠✠

GACETA DE MEXICO.

Y noticias de Nueva-España, que se imprimen cada mes, y comienzan desde primero de Enero de 1722.



LA Nobilísima Mexico, esbeza de la Nueva-España, y coron de la América, celebra los dos siglos cumplidos de su Conquista el día de el glorioso Mariv. S. Hyppolito su Patron à 11. de Agosto de el año pasado, con festivas demostraciones de luminarias, máscaras, y cascaduras, y con pulso la vispera y día, montados à cavallo, el Exe. Señor Virrey, Real Audiencia, Tribunales, Ciudad, y Cavalleria: Saen el Estandarte Real el Conde de el Valle de Orizaba su Regidor, se festejaron por tres dias, y el día 15. de la Asunción de N. Señora Titular de esta Santa Iglesia Metropolitana, q. coronó su hermoso Templo de Gallarderes, luzes, y con los más ricos Ornamentos colocó en su Altar Mayor la Bellísima Imagen de Oro de la Reyna de los Angeles, Predicó de Pontifical una Eloquentísima Oracion Paregryca Moral, el Illmo. y Rmo. Señor M. D. Fr. Joseph Lanciego, y Egualiz su Arzobispo. La feliz Juracion de esta Corte eñena su tercer siglo, con el qual comienza à dar à la prensa sus memorias dignas de mayor satisfacción, apuntadas en estas *Gacetas* pues imprimiela es política tan racional, como autorizada de todas las Cortes de la Europa, dando à la Estampa las noticias que ocurren en el breve tiempo de siete dias, por el distrito Capax de sus dominios: Deseo esta costumbre ha llegado hasta la Imperial Lima, Corte celebre del Perú, y practicando esta plausible diligencia, imprime cada mes sus acontecimientos, y no siendo menos la Muy Illustre Mexico, Corona de estos Reynos, comienza à plantear esta política con las licencias de el Exmo. Señor Marqués de Valero, haziendo con esto mas memorables los acteros de su gobierno, e introduciendo para lo venidero este virtuoso estylo, que hechanban menos los Curules de Mexico, para mayor autoridad de su Ciudad, y conocimiento de su grandeza. No carece de utilidad, pues à mas de el general motivo de las *Gacetas*, siendo estas una fidelísima Relacion de lo que acaer en estas dilatadas Regiones, puede sin estabaja qualquier discreto, con la diligencia de juntarlas, formar vnos Anales en lo futuro, en que tin el ayudado de examinarlos, logre el aplauso de elexividos, y los correspondientes, el de complazer à los que de la Europa piden noticias de la América, para ensayezas con novedad sus Historias. No tengo escrupulo de que se me fiscalizen algunas inadvertencias, que si por vltas en esta Ciudad continuamente, no son novedad à los presentes, fexan admiracion à los que las oyen distaves, y cretino de Mexico en todo el Vnivero.

Es costumbre de Madrid poner cada Corte separada, y por esto se pone aqui cada Ciudad eñendida, en los par. con Capitulo de Obispos, Provincias, y Puertos, para q. con esta distincion se lean, con mayor comodidad.

Mexico Henero de 1722.

EL día primero, asistió su Exe. à la Casa Professa de la Sagrada Compañia de JESVS, donde en memoria de su nombre, celebra la de la Circunscripción. El Ayuntamiento

DIARIO DE MEXICO
Del Domingo 20. de Octubre de 1805.
San Feliciano Obispo. Q. H. en Santa Isabel.

Fabula de los Arnes y el Caballo.

Ciertas cargas conducian
 De libros ocos jumentos,
 Y de su oncio contentos
 Entre si se complacian.

Traes ellos venia en caballo
 Que cababa, aunque galán,
 Un par de cestos de pan,
 Y otras cosas que me ca'lo.

Y aunque del mismo lugar
 Que los jumentos salió
 Mas tarde, los alcanzó
 Con lo noble de su andar.

Saludó à los otros fino;
 Mas quando en carga vieron,
 Muy graves lo respudieron:
 Sigue aposta en camino.

¿El que dirá? no penetras,
 Al mirar su empleo villano
 De verla hablar mano a mano
 Con uno, que llevamos letras!

Replicó el: aunque pes cargo,
 No sois mas sujetos, no,
 Que à llevar los libros yo...
 Fuera el viaje menos largo.

Yo soy caballo ligero
 Noble, leal, y generoso,
 Superiores dones gozo,
 Aunque ocios cargar quiera.

Vosotros que marilentos
 Con la carga no poderis,
 Por mas libros que lleveis
 ¿Dexareis de ser jumentos?

Dixo: y sin mayor enojo
 Su camino adelantó
 ¿Que bien el caballo habló!
 Estudiantes necios: (*) oja.

A nadie le doate,
 El que fuere cotizado
 Que coja vela.

El Aplicado.

Sigue el artículo de la Literatura.

¿Pero qué? lo replique yo ¿un le encuentra V. defaño des-
 pues de hacerle un elogio, que no merece? . . . Si; me dijo; no está del
 gusto de la nación, por que está en castellano, y debia ponerse en la-
 tin. . . ¿tal? ¿en latin? ¿pues enséñes en Roma?..... No por cierto; mas
 es tal la preocupacion general, que nadie se atreve à hacer este gene-
 ro de composiciones sino en latin..... pues a flor estudiante peripa-
 18-

(*) Se habla ordinamente contra cierta clase de literatos presumidos, que desprecian con orgullo à los que no han seguido la carrera de las letras, aunque tengan algunos lucra naturales y aplicacion.

Tiempo después surgen otras Gacetas y el periodismo de la Colonia adquiere sus propias características. Se convierte en un ejercicio burocrático en tanto que los autores de las Gacetas no escapan a los estrechos márgenes que el absolutismo borbónico concede a la libertad de opinión, que redundaba en la ausencia de comentarios o crítica de orden político. Sin embargo, debe reconocerse la importancia de estas publicaciones en el desarrollo intelectual de la época, pues estimularon la divulgación de noticias sobre cuestiones científicas, literarias, económicas, comerciales y religiosas. "Hacia 1805 aparece el primer periódico cotidiano de la Nueva España, el Diario de México, cuyos autores se proponen como meta principal la utilidad común y el bienestar social."(1)

(1) Ruiz Castañeda Ma. del Carmen La prensa, pasado y presente de México. UNAM, Mexico, 1987 pag. 11

Esta prensa colonial, subordinada al gobierno y con un escaso público, en un primer momento limitó su función política, al informar principalmente sobre aspectos religiosos. Sin embargo, en 1810 la Gaceta del Gobierno de México, sucesora de la primera y publicada por Manuel Antonio Valdés, se convirtió en un instrumento del poder político y comenzó a difundir una mayor variedad informativa.

Durante el desarrollo del México independiente hasta la revolución mexicana, los medios jugaron un papel fundamental en las políticas y conflictos que sacudieron y transformaron a nuestro país.

b) Siglo XIX.

En el Siglo XIX la prensa mexicana adquirió un claro carácter político y partidario. A través de ella se plantearon y difundieron proyectos políticos nacionales en pugna con otras tendencias políticas. Ya José Joaquín Fernández de Lizardi insistía durante la guerra de independencia en el sentido político de la prensa, y afirmaba que "la opinión pública y la libertad de imprenta son el bozal y el freno con que se detiene a los déspotas maliciosos y tontos." (2)

Aquella prensa mexicana, en un país mayoritariamente analfabeta, era elitista y minoritaria; no obstante, se consideraba -como observa Carlos Monsiváis- "un instrumento constitutivo de la nación, (que) representa y ordena las convicciones en pugna y es -no necesariamente en este orden- tribuna, escuela, ateneo, partido político, espacio de las bellas letras, foro agitativo, chantaje, novela por entregas." (3)

(2) Monsiváis, Carlos. A ustedes les consta, Era, México, 1980, pag. 19

(3) Idem.

EL OBSERVADOR

DE

LA REPUBLICA MEXICANA.

Nº 1.

... *Sine ira et studio quo- | Sin parcialidad ni encono, de*
rum causas procul habeo. | lo que estamos muy agenos.

MIERCOLES 6 DE JUNIO DE 1827.

INTRODUCCION

Que la República Mexicana esté en un momento de crisis peligrosísima, es una verdad que no puede dudar sino quien no vea, oiga ni palpe. Que la efervescencia de los partidos y el calor de las pasiones la hayan conducido á situación tan deplorable, solo podrá ocultarse á quien carezca de sentido comun. Finalmente, que los ciudadanos que la componen estén en la mas estrecha obligacion de evitar su ruina por todos los medios que las leyes ponen á su disposicion, que no son pocos en un sistema libre y popular, es un deber de que nadie debe desentenderse, si conserva algunos principios de moralidad y honradez, si no quiere verse envuelto en las ruinas de la pátria, y oprimido por los escombros del edificio social que se desploma.

Casi no hay estado de consideración que no pre-

El Observador de la República Mexicana
(1827-1828)

Fue la mejor publicación de su tiempo, de orientación progresista. En su redacción participaron el doctor José María Luis Mora, Francisco M. Sánchez de Tagle y Florentino Martínez. Desapareció en 1828 para volver a publicarse por corto tiempo en 1830.

Una visión global de la prensa del siglo XIX nos la ofrece la investigadora Fátima Fernández Christlieb en las siguientes palabras:

"El Siglo XIX se caracteriza por una búsqueda del modelo de organización política que seguirá el México independiente. En la definición de este modelo interviene proyectos distintos: por una parte el federal-liberal republicano y por otra el central-conservador monárquico. El periodismo de este siglo es reflejo de esta búsqueda. En las páginas de los diversos diarios encontramos predominantemente discursos políticos, crónicas parlamentarias, ataques a la oposición, proyectos de nación. Y en un porcentaje reducido, anuncios publicitarios, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. En una palabra, podemos decir que el siglo XIX se caracteriza por tener un periodismo partidista," (4)

En este agitado siglo XIX de nuestro país, los medios impresos se convirtieron en un importante medio de comunicación de masas que se insertaron en la sociedad pese al elevado analfabetismo o a los limitados tirajes de los periódicos y revista. Sus actores emisores desempeñaron una relevante función educativa, teórica y política, padecieron al mismo tiempo persecuciones, cárceles y rechazos por el comprometido sentido político y partidista que se le imprimió a la prensa de la época.

"El número de ejemplares impresos de un periódico -comenta Monsiváis- podía ser casi simbólico. Esto no importaba. La cultura oral se encargaba de multiplicar influencia y alfabetizados y analfabetos de todos los sitios del país se conmovían por igual -aunque no del mismo modo- con poemas heroicos y editoriales flamígeros y su conmoción influyó después en los propios periódicos. Independientes y serviles, republicanos y monárquicos, yorquinos y escoceses, federalistas y centralistas, liberales y conservadores: las decisiones e interpretaciones antagónicas del México del XIX sólo disponen de la prensa para exigir adhesión y solidaridad hacia sus pensamientos y ofrecimientos." (5)

Al calor de esas pugnas políticas, los medios impresos ganaron y definieron un espacio constitucional formal -la libertad de imprenta y de expresión-, que en su práctica real siempre ha estado en disputa. Ya desde el siglo XVII se planteaba la necesidad de reconocer la libertad de imprenta como derecho fundamental de la

(4) Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión en México, Juan Pablos, México 1982, pág. 19

(5) Monsiváis, Carlos op. cit. pp. 21-22

sociedad. Sin embargo, a finales de 1810, el gobierno español dictó una ley sobre la libertad política de imprenta en la que reconocía el derecho a escribir y publicar las ideas políticas, siempre y cuando éstas no fueran consideradas subversivas por el mismo gobierno. En nuestro país, las autoridades del gobierno español pretendían decretar la libertad de imprenta en 1812, pero la situación política que se vivía frenó esta tentativa y decidió, por lo contrario, reforzar el poder de las juntas de censura acentuando la represión de los medios impresos.

Los independentistas reivindicaron desde el inicio de su lucha la libertad de imprenta. Aunque de hecho esta ley se estableció formalmente en varias legislaciones, siempre se acompañó de ciertas restricciones, incluso en la liberal Constitución de 1857 -que en este aspecto sirvió de base a la Constitución de 1917. En los artículos 6º y 7º de la Constitución de 1857 (retomados casi textualmente en la de 1917) se legisló lo siguiente:

Art. 6°. La manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de terceros, provoque algún crimen o delito o perturbe el orden público.

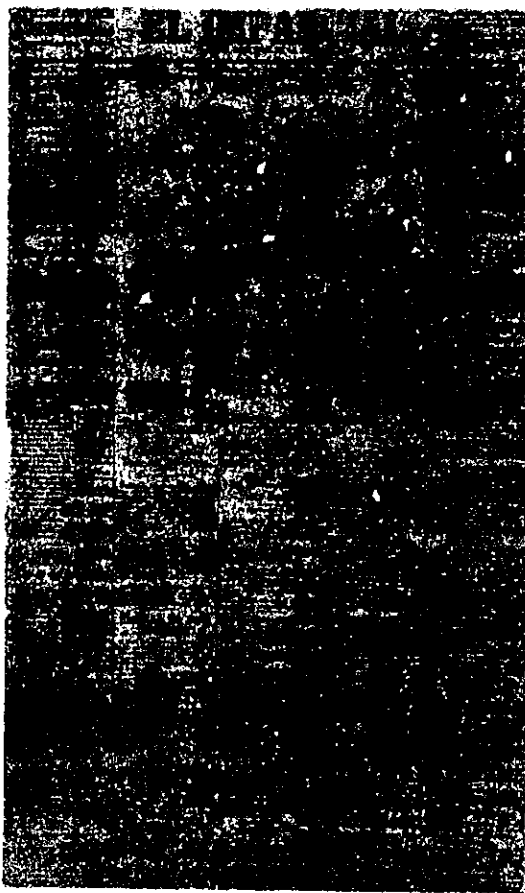
Art. 7°. Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia; ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta que no tiene más límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

Pese a las garantías constitucionales sobre la libertad de imprenta que desde ese entonces hasta nuestros días se han establecido, a lo largo de nuestra historia se han registrado permanentes violaciones a este derecho. "La censura o prohibición de publicar escritos -dice Fátima Fernández-, ha sido ejercida permanentemente en contra de las disposiciones constitucionales del estado mexicano, en sus diferentes fases.⁽⁶⁾ Incluso durante los gobiernos liberales se siguió reprimiendo a los medios impresos. Esta situación se agudizó en el Porfiriato.

En este período de gobierno se continuó una práctica periodística liberal, intransigente y enfrentada a la dictadura de Porfirio Díaz. Pero no toda la prensa actuó así. También se constituyó un periodismo sometido al poder gubernamental, una prensa oficialista que parece anunciar a las empresas periodísticas que predominarían en el México posrevolucionario. Esta prensa oficialista se modernizó. Así, bajo el patrocinio directo del dictador Díaz apareció El Imparcial, dirigido por Rafael Reyes Spíndola, que utilizó por vez primera en México la rotativa de alta velocidad, abaratando su precio y aumentando notablemente su tiraje: "cien mil ejemplares diarios", cuando el importante periódico El Siglo XIX de los liberales no rebasó nunca los mil ejemplares

(6) Fernández Chistlieb, F. op.cit. pag, 16

o cuando Regeneración de Flores Magón con dificultades alcanzó a publicar 30 mil ejemplares. El Imparcial se convirtió en el primer diario industrial con tirajes masivos, otorgando importantes espacios a la publicidad y a las noticias oficiales en su formato.



El Imparcial
(1882-1914)

Publicado por don Rafael Reyes Spíndola, fungió como órgano oficial del gobierno de Porfirio Díaz. Fue el primero en utilizar la maquinaria más moderna de la época, lo que ocasionó la desaparición de numerosos periódicos de ese tiempo.

"Con rapidez -afirma Carlos Monsiváis-, Reyes Spíndola subordina o elimina a la competencia. Dispone de servicios nacionales y extranjeros, escritores afamados o afamables, y de técnicas publicitarias a la moda: sorteos de regalos muy diversos, obsequios de novelas populares y atención cuidadosa a la propaganda mercantil (...) A la renovación publicitaria corresponde una periodística: Reyes Spíndola, vigilante asiduo de los formatos norteamericanos, decide -para no tener problemas con el director- reducir a una página los temas políticos y, compensatoriamente, introducir en los asuntos sociales la técnica del reportaje. Ahora, el diario irá a la noticia y no esperará a que ésta le llegue, demoleedora, fatigada o frívola."⁽⁷⁾

En el otro extremo se encontraba la prensa que mantenía la combativa tradición partidista y liberal del Siglo XIX. El aparato político porfirista la combatió por todos los medios: corrompiéndola, burocratizando su ejercicio, reprimiendo a los periodistas opositores con multas, castigos corporales, confiscaciones, cárceles y asesinatos. Esta indoblegable prensa política cumplió una función fundamental en la revolución mexicana que terminó con el régimen porfirista. Empero, existía ya en esos años una industria periodística moderna y comercial que se regía por los intereses económicos y que, aferrada a sus prejuicios y privilegios, ataca tanto a Madero como a Zapata y a Villa. A esta prensa mercantil se dirigieron los grupos políticos que llegaban al poder, para subordinarla y ponerla a su servicio.

c) Siglo XX.

La consolidación del capitalismo en México en la fase posrevolucionaria afirmó las tendencias que ya se prefiguraban en el Porfiriato respecto a una transformación en el carácter mismo de los medios impresos mexicanos: la producción periodística se industrializó y se masificó; los medios impresos dejaron de ser publicaciones de opinión pública, elitistas y sostenidas por grupos políticos que exponían sus proyectos nacionales partidistas; ahora se conciben, se organizan y funcionan como empresas que producen masivamente mercancías para obtener ganancias.

(7) op. cit., p. 33

Las funciones de los medios impresos, en consecuencia, se modifican y se redefinen: 1) apoyan y fomentan el consumo de otras mercancías mediante la publicidad, y 2) crean una opinión pública afín al sistema social, a través de los contenidos que difunden y la manera en que lo hacen.

Aunque la revolución mexicana consagra en la Constitución de 1917 la libertad de imprenta en los mismos términos que la Constitución de 1857, tal legislación resulta, sin embargo, anacrónica ante los grupos empresariales que incluso llegan a concentrar y centralizar los medios impresos de nuestro país, es decir, a monopolizar la prensa mexicana. "Así, la libertad de expresión en su carácter masivo (por medio de la imprenta) quedó restringida a los poseedores de medios de producción (medios de difusión), quienes muchas veces independientemente de sus intereses políticos, por estar involucrados en los movimientos del capital, dieron un giro empresarial a la libertad de imprenta."⁽⁸⁾

Si la prensa mexicana en el siglo XIX fue política y partidista, la prensa del siglo XX, después del huracán revolucionario se volvió mercantil y oficialista, no sólo por convertirse en un conjunto de empresas comerciales carentes de proyectos políticos nacionales, sino también por su subordinación a la política oficial estatal. En la inmediata etapa posrevolucionaria, cuando el poder está diseminado en núcleos aislados y antagónicos de caudillos militares, se reactivó la industrialización y modernización de los medios impresos que se había iniciado ya en el Porfiriato. La prensa se convirtió en una industria capitalista, con una producción y difusión masiva de diarios, mercantilizando sus productos comunicativos y modernizando los formatos periodísticos al incluir diversas secciones y publicidad. Como empresas mercantiles, se crearon importantes periódicos conectados con grupos políticos:

(8) "Formación de la Industria del papel y de los medios de comunicación impresos", TICOM, UAM-X, México, 1983, p. 22

- El UNIVERSAL es fundado en 1916 por Félix F. Palavicini, ex-director de El Imparcial, carrancista e integrante de la Constituyente de 1917.



Con todas las características de la prensa moderna, fue fundado por Félix F. Palavicini el 1° de octubre de 1916. La familia Lanza Duret estuvo al frente de este matutino hasta 1976. A partir de entonces Juan Francisco Ealy Ortiz se hizo cargo de la empresa, la cual publica desde 1922 El Universal gráfico, edición vespertina.

- EXCELSIOR lo funda en 1917 Rafael Alducín, vinculado a la fracción conservadora del Congreso de 1917. Del director fundador de este diario, Monsiváis nos dice que es "discípulo directo de Reyes Spíndola y su adaptación de los métodos norteamericanos de publicidad. El (Alducín) instaura -a semejanza del comercio norteamericano- el 10 de mayo como el Día de las Madres, da premios a la mejor foto de un niño recién nacido, a la flor más bella, a la mejor costura, al más hermoso nacimiento de navidad."⁽⁹⁾ También es él quien introduce la noticia sensacionalista y amarillista en nuestro país.

(9) op. cit., p. 51.

EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

APENAS UNA GOTAS DE JUGO
PLUMOS EXTRAER DEL SR.
LICENCIADO LLAS GABRIERA

... EN UNA SALA DE PRUEBA LA RECEPCIÓN DE
LOS MAGNOS PREMIOS POR SACRIFICIOS. DE
LA CALLETA TRONÓ EL SONORO RINDEZ...

Los "Boy Scouts"
Mexicanos en
Gira

... EN UN GRUPO DE
... EN UN GRUPO DE...

EL PRESIDENTE DE E. UNIDOS
SE DISPONE PARA LA GUERRA

Ha Ordenado Que
... Debe de Ser
... Debe de Ser
... Debe de Ser



El Consejo de Ministros
... de la Guerra
... de la Guerra

Va a Reunirse
el Sr. Ministro
de Fomento

... EN UN GRUPO DE
... EN UN GRUPO DE...

... EN UN GRUPO DE
... EN UN GRUPO DE...

... EN UN GRUPO DE
... EN UN GRUPO DE...

LAS CARRERAS DE AUTOMÓVILES EN LA CONDESA
SERÁN LA NJTA DEPORTIVA MAS BRILLANTE DE HOY



... EN UN GRUPO DE
... EN UN GRUPO DE...

Excelsior
(1917)

Fundado por Rafael Alducín, a la fecha es una cooperativa que dirige Regino Díaz Redondo. Manuel Becerra Acosta Sr. y Julio Scherer García estuvieron al frente de dicho editora hasta 1976. Publica dos ediciones vespertinas: Ultimas noticias (1936) y Ultimas noticias, segunda edición, popularmente conocida como La Extra (1939). En 1964 comenzó a aparecer Lunes de Excelsior, semanario vespertino, que a la fecha se denomina Ultimas noticias del domingo.

Si de 1920 a 1934 fue relativamente limitada la institucionalización del poder y del estado mexicano, en ese período se fue avanzando paulatinamente tanto en lo político como en lo económico. Alvaro Obregón terminó con los caudillos más poderosos emanados de la revolución, consolidando a las instituciones y centralizando el poder. Calles creó en 1929 al Partido Nacional Revolucionario (PNR), unificando en él, a las distintas facciones políticas, reglamentando las disputas por el poder e incorporando a las organizaciones de masas obreras y campesinas. EL NACIONAL se creó en 1929 como el periódico del PNR, convirtiéndose hasta nuestros días en el órgano del gobierno. Aparecieron en esos años las primeras tentativas de control estatal de la prensa. Obregón intentó corromperla mientras que Calles no toleró crítica alguna.



El Nacional
(1929)

Al iniciarse esta publicación como órgano del partido oficial se denominaba El Nacional revolucionario. Su primer director fue Basilio Badi- llo. Después han ocupado el cargo, entre otros, Agustín Arroyo Ch., Diego Arenas Guzmán, Alejandro Carrillo Marcor, Luis M. Farías, Fernando M. Garza y Mario Ezcurdia.

Con Lázaro Cárdenas terminó el Maximato callista y se retomaron los principios reformistas y populistas de la revolución mexicana; reconquistó el apoyo popular con importantes reformas sociales como una profunda reforma agraria que liquidó a los hacendados, nacionalizó los ferrocarriles y el petróleo, amplió las campañas alfabetizadoras y las redes de escolarización, possibilitó sustanciales mejoras salariales y una eficaz política sindical al tiempo que estimuló la industrialización del país. La base social de apoyo a su gobierno se integró de manera semi corporativa a un PNR reestructurado como Partido de la Revolución Mexicana (PRM). En este sexenio se creó la infraestructura material y cultural para el desarrollo de los medios impresos: En 1935 se fundó PIPSA* que gracias a la intervención estatal abarató los costos de producción; se inició la práctica de proporcionar información a los medios de comunicación mediante boletines oficiales, se amplió el mercado de potenciales consumidores de los medios impresos con el impulso que se le dio a la alfabetización- escolarización de la sociedad. En este sexenio, además existió un excepcional respeto a la libertad de prensa, pese a la fuerte oposición al gobierno de importantes medios impresos.

En los sexenios posteriores se abandonó el reformismo social populista y se impulsó la industrialización capitalista. Se apoyó la concentración del capital, se dieron facilidades a la penetración imperialista (la introducción e imposición de empresas transnacionales con capital foráneo), se bloqueó el juego político democrático y se acentuó el carácter autoritario del régimen. Avila Camacho inició este viraje político y económico, y Miguel Alemán lo consolidó: no sólo alentó la inversión extranjera y protegió a la burguesía agro-exportadora y ganadera, también reestructuró al PRM como Partido Revolucionario Institucional (PRI), convirtiéndolo en una maquinaria vertical y burocratizada, manejada directamente por el presidente, fusionada

* Productora e importadora de papel, S. A.

al gobierno, sin verdadera oposición política. Se estableció así un régimen autoritario promotor del desarrollo capitalista dependiente de los grandes monopolios extranjeros. En esa etapa los medios impresos adquirieron y reforzaron los rasgos esenciales que hasta la fecha conservan. Se convirtieron en medios impresos de comunicación de masas, organizados como empresas capitalistas; su formato se modernizó siguiendo los modelos de los diarios norteamericanos; nacieron vinculados a grupos políticos y/o empresariales; con dependencia de la tecnología, la información y la publicidad de empresas transnacionales (principalmente, de Estados Unidos); se uniformaron en lo político, convirtiéndose la prensa mexicana en una prensa oficial, controlada indirectamente por el estado.

"Durante tres décadas -afirma Monsiváis, refiriéndose a los años señalados-, la vida periodística mexicana admite una descripción casi homogénea: propaganda fascistoide, campañas de odio contra la disidencia política o moral, reinado deportivo de toreros y cantantes y estrellas de cine, gula por los temas de Interés Humano, crecían las páginas sociales como aviso triunfalista de la grandeza y la felicidad de una oligarquía, resentimiento de clases medias vuelto populismo, sumisión ante los distintos poderes. No hay ni puede haber libertad de prensa, si por ésta se entiende la representación de los intereses de las mayorías y las minorías segregadas. El periodismo es una industria capitalista cuyo deber es reprimir la disidencia, desalentar la politización, fomentar (con ayuda de las agencias internacionales) una visión histérica y medrosa de la realidad mundial." (10)

En este período se diversificó asimismo la producción industrial de los medios impresos con el surgimiento, desarrollo y consolidación de las historietas (comics y fotonovelas) y las revistas comerciales.

En la década de los sesentas, con el gobierno de Díaz Ordaz, se consolidó un capitalismo dependiente que está llegando a sus límites de expansión y que ha deformado y subordinado nuestra economía a empresas e instituciones transnacionales; asimismo, el autoritarismo gubernamental alcanzó su más alta expresión al reprimir ferozmente al movimiento estudiantil de 1968, abriéndose con este hecho una crisis política que deslegitimó al régimen priísta.

(10) op. cit., p.p. 57 - 58.

Es por eso que los gobiernos posteriores al año de 1968 han buscado recuperar la legitimidad y el consenso nacional al sistema político impulsando reformas político-electorales que abrieron ciertos canales institucionales para las impugnaciones de la oposición. Al tiempo que impulsaron políticas de austeridad recurrieron al endeudamiento externo, intentando reactivar la economía. Pese a que no se modificó ni el desarrollo ni las características esenciales de la prensa mexicana, las reformas políticas se tradujeron, no sin dificultades y retrocesos, en una ampliación de la libertad de prensa. Con el desarrollo de la sociedad civil en los setentas y los ochentas, y con la proliferación de grupos políticos y culturales, se abrieron y se extendieron espacios democráticos e independientes en los medios impresos; además, la mayor libertad política y los enormes subsidios canalizados a las universidades, permitió la aparición de revistas políticas y culturales con una mayor difusión.

Del anterior panorama histórico se puede destacar lo siguiente: El control que el estado ejerce sobre los medios impresos se manifiesta de diversos modos. Por ejemplo:

- . A través del subsidio de publicidad y propaganda política a la prensa.
- . Mediante el manejo de la empresa PIPSA S.A. productora y distribuidora de papel.
- . Distribuyendo boletines oficiales de prensa a los medios.
- . Invirtiendo total o parcialmente en las empresas periodísticas.
- . Utilizando la distribución de ayudas económicas (conocidas como embute) entre los periodistas que promueven la alabanza y la autocensura en la información que difunden.

En algunos casos, el control del estado se ha hecho presente a través de la represión directa o indirecta a los medios impresos

bien sea por la censura, por el recorte de subsidios, por la presión a los periodistas y prácticas similares.

La configuración actual y las características esenciales de los medios impresos mexicanos.

- Los medios impresos de comunicación de masas son industrias capitalistas que fabrican y difunden productos comunicativos mercantilizados, obteniendo ganancias de la venta de informaciones, opiniones, ficciones o entretenimiento, o de la venta de espacio para la publicidad o la propaganda. Sin duda, los intereses mercantiles y los intereses de los propietarios influyen en la selección de los acontecimientos referidos, o se introducen en el mensaje y en la forma de presentarlo.
- Los medios impresos de comunicación de masas, como el resto de las industrias capitalistas de nuestro país, son dependientes de empresas extranjeras en todos los niveles; en lo infraestructural, dependen de los instrumentos tecnológicos producidos por industrias transnacionales, por ejemplo rotativas, computadoras; en lo estructural, dependen de las inversiones o de la publicidad de las empresas transnacionales; en lo supraestructural, un porcentaje importante de noticias son compradas a agencias extranjeras de información, o incluso de contenidos que provienen del exterior, como los comics o ciertos reportajes . . .
- Los medios impresos de comunicación de masas han crecido sobre el propio desarrollo del capitalismo dependiente mexicano, concentrándose en pocos monopolios en los diversos polos regionales de desarrollo capitalista.
- Los medios impresos de comunicación de masas están íntimamente vinculados a grupos políticos y/o empresariales. Estos grupos se convierten, de un modo u otro, en actores emisores al influir para que se transmita una ideología apropiada a sus intereses.

LOS MEDIOS IMPRESOS EN MEXICO

Recapitulación

Colonia (1521-1818)

Porfiriato.

Se condicionó la libertad de expresión y se manifestó una ausencia de críticas políticas. Se divulgaron noticias científicas literarias y sobre todo religiosas.

Siglo XIX

Apegada a los intereses de los grupos y partidos políticos. El federal-liberal representado por los republicanos y el central conservador que pugna por la monarquía. Los temas principales de la prensa fueron los discursos políticos, crónicas parlamentarias, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. Los periodistas sufrieron persecuciones y cárcel. La difusión fue elitista y minoritaria pero se ampliaba por la difusión oral. En la constitución de 1857 se promulgó la libertad de expresión.

Periodistas liberales se enfrentaron a la dictadura de Porfirio Díaz, sin embargo la prensa estuvo sometida al poder gubernamental. La prensa se convirtió en una empresa mercantil con el fin de apoyar y fomentar la venta de mercancías mediante la publicidad y la creación de una opinión pública acorde con el sistema social. El empleo de rotativas de alta velocidad, servicios noticiosos nacionales y extranjeros, temas sociales y reportajes. Por estas características se distinguió el periódico El Imparcial.

Se comenzaron a fundar diferentes periódicos ligados a grupos políticos. En 1917 nació El Excelsior que inventó concursos para la flor más bella, la mejor costura y la celebración del 10 de mayo.

En 1929 surgió El Nacional periódico del Partido Nacional Revolucionario. Cárdenas creó la infraestructura material y cultural para el desarrollo de los medios impresos al fundar la Productora e Importadora de Papel S. A. Con el impulso que le dio a la alfabetización, se respetó la libertad de opinión.

Durante la administración de Miguel Alemán surgen los razgos esenciales que conserva la prensa mexicana. Al ser una empresa capitalista, su formato sigue los modelos norteamericanos. En este periodo proliferan las publicaciones ligadas a grupos políticos y empresariales. Se manifiesta también una dependencia tecnológica, informativa, y de publicidad de empresas transnacionales.

Auge de las historietas, represión del movimiento estudiantil del 68 y desacreditación del régimen. Deslegitimizado el régimen por la represión de 1968, Echeverría inicia la reforma política traducida en una amplia libertad de prensa lo que favoreció la proliferación de grupos políticos que se abren espacios democráticos e independientes en los medios impresos.

Actividades de Consolidación.

Subtema 2.1.2

1. Según tu criterio, explica brevemente qué importancia tuvo la aparición en México de la primera imprenta de América.
2. Con tus propias palabras, redacta el significado de los artículos 6° y 7° de la Constitución de 1857.
3. ¿Cuál es tu opinión respecto a su cumplimiento?
4. Después de haber estudiado con detenimiento el tema, y utilizando los conocimientos que ya tenías sobre el mismo, explica cuál ha sido el papel de la prensa escrita en México a través de su historia.

2.2 LA MEDIACION EN LOS MEDIOS
IMPRESOS MEXICANOS



2.2. La mediación en los medios impresos mexicanos.

Como ya quedó establecido anteriormente, la mediación social de los medios masivos de comunicación se establece a partir de las relaciones de interdependencia y acoplamiento que se dan entre el sistema social y el sistema de comunicación pública para garantizar el funcionamiento de ambos sistemas y, por consiguiente, la reproducción de la sociedad en su conjunto. Esto implica, asimismo, la difusión de representaciones ideológicas que integran a los agentes sociales merced a un uso reproductivo de la comunicación, esto es gracias a la producción y distribución de mensajes con representaciones ideológicas que el emisor impone al actor receptor. Justamente para este fin, se recurre a dos técnicas mediadoras, ya aludidas, a saber:

- 1: La mitificación, en la que al referir acontecimientos o relatos se añade, de manera velada, la ideología del actor emisor en el producto comunicativo; y
- 2: La ritualización, en la que, al ubicar los mensajes en los formatos estables y repetidos de los medios impresos, se les asigna un tiempo y un espacio determinado de acuerdo a los intereses ideológicos de los actores emisores, y sin que el actor receptor los perciba claramente.

Para descifrar el contenido ideológico del mensaje no basta con examinar solamente su sentido explícito y manifiesto. No es suficiente establecer lo que se dice claramente, también es necesario buscar los significados ocultos, el sentido implícito latente. Se deben descubrir y desarmar los mitos ideológicos que transmite el actor emisor, así como las repetidas formas rituales que los destacan. Es necesario leer críticamente los mensajes para descubrir la versión del mundo que nos ofrecen los medios de comunicación de masas: sin conflictos, fuera de la historia, superficial y siempre acorde con el orden establecido.

Al efectuar una lectura ideológica del mensaje se debe reconocer y examinar la retórica que utilizan los medios de comunicación de masas en la producción de mensajes que difunden.

"Por comunicación retórica se entiende todo proceso comunicativo que pretende persuadir al público receptor a través de una programación intencionada de mensajes verosímiles aunque sean falsos, reforzados por lugares comunes ideológicos, que impactan o conmueven a los actores receptores, proporcionándole versiones interesadas y parciales de la realidad."⁽¹⁾

En la comunicación de masas el sentido del mensaje es programado por el actor emisor no sólo a nivel explícito o denotativo, sino también, y sobre todo, a nivel implícito o connotativo.

Para realizar un análisis crítico de estos mensajes es necesario descubrir el código ideológico implícito o connotado que pretende influir veladamente en el actor receptor. Los medios masivos de comunicación difunden versiones del mundo propias de la ideología de las clases o grupos dominantes que:

- a) Diluyen las contradicciones sociales, al negarlas, minimizarlas o presentarlas como cuestiones superficiales.
- b) Recuperan actitudes críticas al orden establecido y eliminan su contenido subversivo.
- c) Naturalizan ciertas situaciones sociales, presentando a la miseria o la condición de la mujer, por ejemplo, como hechos dados e inalterables.

(1) Prieto, Daniel. Retórica y Comunicación Masiva en México, Edicol, México 1979, p. 187

a) Ejemplo de dilución.

Observa cómo se diluyen las contradicciones sociales.



El hombre importante manda hacerse una estatua de su persona y ordena a 2 pilotos (policías) que le lleven de comer.

Los pilotos desde el aire le avientan a su cabeza un pastel, y todo queda en un detalle sin importancia.

b) Ejemplo de actitudes críticas.

El texto presenta el problema social del robo.

En lugar de mantener una actitud crítica se elimina su contenido subversivo: basta con golpear al ladrón para que la felicidad vuelva al rostro del niño.



c) Ejemplo de naturalización.



**¡OYE HIJITA...
AQUI SI DAN GANAS DE COCINAR!**



new y queda la mujer... español

... en la cocina de las mujeres... y todas las actividades de toda la república

nueva línea decorada de

VASCOMITA

en aluminio triple grueso
con leñón II

En el texto se naturaliza la situación de las mujeres. A ellas les corresponden las labores de la cocina. Los rostros sonrientes denotan la profunda felicidad que les produce esta actividad.

2

Los actores emisores de los medios de comunicación de masas recurren a la retórica para influir a dos niveles.

- a) Intellectualmente, a través de información seleccionada, intentando persuadir de manera explícita.
- b) Afectivamente, a través de persuasiones ocultas o implícitas que buscan conmover los deseos, temores y móviles de los actores receptores.

La comunicación masiva utiliza principalmente a la persuasión afectiva porque ha resultado más eficaz; esta influencia afectiva se puede ejercer de tres formas:

1. A través de lo hedónico. De la satisfacción de necesidades, se intenta convencer por el placer que supuestamente se obtiene de ciertos productos o actitudes.



Otro Ratito...

Claro, despertar cómodo en la suave calidez de un super cobertor San Marcos, de una increíble resistencia a seguir durmiendo.

Hay en más calor y algo que al cálido abrigo de un super cobertor San Marcos. Su fin acabado y excelente calidad garantizan muchos ratitos de placer. Además, pueden lavarse en casa.

Calor y bienestar en poder... pero una mejor calidad de vida.

SAN MARCOS super cobertor

Dormir en una buena cama y bajo un cobertor San Marcos produce un gran placer.

2. A través de lo pragmático. Se busca influir por los beneficios que aparentemente resultan de determinados productos o actitudes.



← Los productos nunca son presentados como INÚTILES, INSERVIBLES O INEFICIENTES, por el contrario, siempre son los mejores, son la ma ravilla del momento que no debe faltar en casa.

3. A través de lo ético. Por principios o conductas morales se trata de persuadir sobre lo bueno o lo malo, lo correcto, de ciertos comportamientos.

QUIEN es el NEUROTICO: ¿su ESPOSO o USTED?

Buena Vida QUÉ SÍ y QUÉ NO para TENER una RELACIÓN SEXUAL SATISFACTORIA

COMO AYUDAR a su MARIDO a BAJAR DE PESO

LOS 3 ÚLTIMOS MESES: lo QUE DEBE SABER ANTES de IRSE al SANATORIO

CON CARTULINA y PLUMONES, ENSEÑELO a LEER a los 2 AÑOS

7 VICTORIAS de la CIENCIA CONTRA la ESTERILIDAD

¿DEPRIMIDA DESPUÉS de DAR a LUZ? ¡NO se SIENTA CULPABLE!

← Se fomentan ciertas conductas y valores para llegar a alcanzar la felicidad que tanto se anhela.

Para llevar a cabo una lectura ideológica de los relatos, es necesario caracterizar los elementos estructurales que intervienen en ellos como los personajes y los actos.

- a) - Los personajes definidos por los relatos de los medios imptg sos de comunicación de masas son aquellos que llevan a cabo las principales acciones en los mensajes; en la comunicación masiva, estos personajes se convierten en un estereotipo, en una figura fija y repetida que se ofrece para ser imitada o repudiada.



- b) - Los actos se presentan en los relatos de los medios impresos de comunicación de masas bajo una cierta valoración (buenos o malos), simplificados al extremo y siempre polarizados (héroes/villanos; prohibición/trasgresión; daño/reparación...).



↑
VILLANOS

↑
HEROES



↑
MUJER MALA

↑
MUJER BUENA

Tomando en cuenta estos elementos, se analiza en seguida la mediación en los medios impresos.

2.2.1 Mediación en las Historietas y las Revistas.

A) Historietas.

Las historietas (tiras de dibujos, revistas ilustradas o comics) nacen en los Estados Unidos a finales del siglo pasado, estrechamente ligadas al desarrollo de las empresas periodísticas de producción y difusión masiva más importantes. En sus inicios aparecen incluidas en los formatos de los periódicos, en tiras cotidianas o en planas dominicales; hasta la década de los treinta se independizan, concentrándose en revistas ilustradas. Desde su surgimiento y dado su exitoso recibimiento por el público, se concibieron como un elemento mercantil que podía jugar un papel importante en la fuerte competencia comercial que existía entre las principales industrias periodísticas de la época. En 1893, en el diario norteamericano del emporio de Pulitzer, Richard Outcault difunde la primera historieta en la plana dominical:

Yellow Kid. El éxito de esta publicación orilló al principal competidor, la empresa periodística Hearst, a ganarse tanto al autor como a la historieta; Outcault y su creación pasaron en 1896 al New York Herald. Al poco tiempo los más importantes diarios masivos incorporaron las historietas en sus formatos.

En los primeros años del siglo XX este nuevo medio impreso, la historieta, adquirió sus rasgos característicos -el uso del globo y la continuidad de los personajes-, y se desarrolló libre y creativamente, diversificándose en varios géneros, por ejemplo para niños, familiar y de aventuras. Predominando la parodia y la caricaturización de la vida diaria. De 1920 a 1930 se pasa del grafismo rudimentario a un estilo más refinado y realista, las técnicas cinematográficas influyen en su lenguaje y se va tornando cada vez más ideológica,

difundiendo el estilo de vida norteamericano.

En los treinta aparece lo mejor de la historieta. Se incorporaron diversas influencias -del cine, la literatura, la publicidad, la política- y se desarrollaron las posibilidades estéticas del medio. Se descubrieron temas y estilos nuevos, la calidad de los dibujos se elevó y surgieron verdaderos maestros del género.

En ese período se definieron los estilos, géneros y modelos clásicos de las historietas que hasta nuestros días todavía circulan como Tarzán, Popeye, Buck Rogers, Lorenzo y Pepita, Mickey Mouse y muchos otros.

A mediados de los treinta, la historieta se difunde en un medio propio y exclusivo: las revistas ilustradas, que definen a su público y se desenvuelven sin las limitaciones que los diarios imponían. Si ya eran un gran negocio para los monopolios que las venden a periódicos nacionales y extranjeros, con las revistas, la empresa de las historietas crece y se expande a nuevos géneros. Aparte de acoger las historietas para niños, las familiares y las de aventuras, aparecen las revistas de terror, las de detectives y las de superhéroes. El comic norteamericano se difunde casi por todo el mundo.

Los relatos, personajes y actos elaborados y difundidos en las historietas norteamericanas han tenido su acoplamiento con el sistema social, lo que les permitió intervenir en situaciones sociales o coyunturas políticas de su país. Por eso en la década de los treinta, en pleno auge de la mafia, se crean y refuerzan los personajes policiacos (Dick Tracy); durante la 2a. guerra mundial un gran número de personajes de historietas intervienen en ella, con la guerra fría posterior se manejan relatos con temas nacionalistas, anticomunistas y belicistas.

En los años posteriores, las historietas se desarrollan a través de las revistas, pero sin introducir mayores innovaciones. De hecho, predominan las historietas de superhéroes y se crean instan

cias que controlan los contenidos de sus relatos. En los sesentas se introducen ciertas innovaciones. Predomina la influencia difusa de Mad, vuelven los comics de terror y los superhéroes son replanteados y desdichados: El Hombre Araña, Hulk, Los Cuatro Fantásticos y muchos otros. A finales de la década aparecen los "comics underground", llamados así porque realizan una crítica irónica de la sociedad. (2)

En México, desde los años veinte se compraban historietas a las agencias norteamericanas para incluirlas en los diarios masivos de la época. "En 1921 -nos informa Irene Herner- se realiza la primera producción mexicana de esta clase de material. El Heraldo de México y El Universal impulsaron la realización de historietas mexicanas, que lógicamente tuvieron la ventaja de ajustarse con mayor fidelidad a la idiosincrasia del mexicano, cosa que no lograba el material estandarizado producido en Norteamérica. Las primeras historietas que aparecieron fueron Don Catarino, de Salvador Pruneda; Mamerto y sus conocencias, de Hugo Tilghman; Don Prudencio y su familia y Adelaido el conquistador, de Juan Arthenac; Chupamirto, de Jesús Acosta; El Señor Pestaña, de Andrés Audifred; Rocamboles y Segundo I, Rey de Moscavia, de Carlos Neve. Todas estas historietas aparecían con formato de tira cómica en blanco y negro en la sección que los periódicos dedicaban diariamente a pasatiempos, y a color en las páginas de los suplementos dominicales. Así, las secciones que los diarios y semanarios consagraban a las historietas, se convirtieron, tanto para sus productores como para sus consumidores, en elementos indispensables." (3)

Para 1934 aparecen las primeras historietas en revistas independientes de los diarios: primero se publicó el célebre Paquín, al otro año se edita Paquito Chico, y al siguiente Pepín, que resultó la revista más popular de aquellos años.

Fueron historietas de aventuras que alcanzaron tirajes impresionantes para la época: hasta 700 mil ejemplares diarios. Cada año aparecen más historietas en revistas hechas íntegramente por mexicanos: Chamaco Chico, Chamaco Grande, Cartones, Los Supersabios

(2) cf. Mosotta, Oscar La historieta en el mundo moderno Paidós, Buenos Aires, 1970 EUIS. La Vida de cuadritos Grijalba, México 1984.

(3) Herner, Irene MITOS y nonitos, Nueva Imagen, México, 1978 p. 20

La Familia Burrón, Rolando el Rabioso,⁽⁴⁾ entre otras muchas.

"Esta etapa de auge mercantil de la historieta en nuestro país ha sido calificada como la época de oro de la historieta mexicana. En este período la producción era elevadísima y, desde luego, la competencia entre editores era muy fuerte. La entrada de este nuevo producto al mercado exigía una enorme capacidad de inventiva por parte de sus creadores y editores para destacar e imponerse sobre los demás. Las compañías editoras peleaban por los realizadores de éxito, quienes aprovechaban la gran demanda para solicitar elevados salarios por su trabajo. Todos ellos experimentaban nuevas técnicas y modalidades que dieran un carácter especial a sus creaciones, con el objeto de superar en ventas a las publicaciones de otras empresas productoras de historietas."⁽⁵⁾

Aunque primero aparecen fragmentos en revistas ilustradas, a mediados de los cuarentas se publican las primeras revistas de fotonovelas: Pinocho, Revancha, Pokar de Ases, El Santo... Por supuesto, también se importan y publican los comics USA en revistas. Con los años, las historietas y fotonovelas van a ser el medio impreso que más producción, difusión y consumo tiene en nuestro país, alcanzándose cifras impresionantes en los setentas. Si en 1970 se tenía un tiraje de 28 millones de historietas al mes, en 1977 son 55880800 de historietas al mes, más 13706000 de fotonovelas al mes, que sumadas dan la enorme cifra de 69 millones 586 mil 800 productos mensuales. Dentro de esas cantidades, Kaliman tiene un tiraje de 8 millones de ejemplares al mes, Lágrimas, Risas y Amor alcanza un tiraje de 4 millones 800 mil ejemplares al mes.⁽⁶⁾

"Podemos decir -opina Irene Herner con razón- que nuestro pueblo lee casi exclusivamente historietas y fotonovelas. Su hábito de lectura está circunscrito prácticamente a este medio de

(4) Idem.

(5) Idem. p. 24

(6) Idem.

comunicación masivo. Es de fundamental consideración este hecho para plantear seriamente una política nacional que se aboque a controlar este estado de cosas, ya que implica buena parte de su cultura, la información, las concepciones en general de la vida y de la sociedad, de lo bueno y de lo malo, está casi totalmente en manos de la empresa privada que busca de su público -el pueblo mexicano- ganancias económicas y no metas educativas o liberadoras. (7)

Los géneros de las historietas se adaptaron y se hicieron decenas de variantes sobre un mismo tipo de relato, personaje y acciones. En un estudio realizado a mediados de los setentas se reportaban 64 títulos o variantes sobre el género de historieta infantil y familiar, 89 títulos o variantes del género melodramático, 65 títulos o variantes sobre el género de superhéroes, incluyendo subgéneros del siguiente modo: 13 títulos del modelo del Llanero Solitario, 10 del modelo Charro Payo, 14 del modelo Superman, 10 del modelo Tarzán, 6 del modelo Kalimán, 12 del modelo de luchadores.

Formato de la historieta y ritualización.

La historieta ha tenido una evolución a lo largo de su existencia y por ello ha asumido tres formas básicas: una sola tira, una plana con una serie de tiras, una serie de tiras en revistas independientes; las dos primeras formas, cabe señalarlo, se insertan en los periódicos o revistas. Su lenguaje es fundamentalmente visual, como lo revela su unidad mínima la viñeta o cuadro ilustrado, acompañado a veces por textos.

Estas viñetas se conectan a otras para establecer una secuencia narrativa; los principales procedimientos de esta secuencia narrativa deben mucho a las técnicas cinematográficas como los encuadres y perspectivas. Esta narración se va estableciendo por la contigüidad, a veces incluye fundidos donde se presentan en un mismo cuadro varios tiempos, excepcionalmente se manejan montajes que en una sola viñeta manejan varios temas simultáneamente; la elipsis permite la omisión de la acción continuada (pasar de una

(7) Idem. p. 133

habitación a otra) sobreentendiendo el lector los elementos que faltan. Se lee de izquierda a derecha, aunque los montajes pueden ser muy variados con cambios de ángulo visual o de tamaño, alejamiento o acercamientos, descomposiciones de las escenas, cámara rápida o cámara lenta, evocaciones del pasado, imágenes objetivas o subjetivas...

"La historieta cuenta una historia mediante la combinación de imágenes, textos, sonidos y símbolos. La combinación de esos elementos en una secuencia narrativa es lo que conforma el lenguaje específico de la historieta."⁽⁸⁾

El texto narra en tercera persona el relato, aunque los personajes pueden sostener diálogos, encerrándose sus parlamentos en globos. Estos globos son muy variados y expresan tanto estados de ánimo, como pensamientos, situaciones... También abunda el uso de onomatopeyas que traducen el sonido a un lenguaje gráfico-visual; igualmente sucede con las metáforas o símbolos, que casi siempre se representan gráficamente.

VIÑETA



EJEMPLO DE VIÑETA.

Por lo regular se emplea la forma rectangular. Sus dimensiones son muy variadas. Se utiliza como un espacio para la narración. En la viñeta se emplea el ENCUADRE entendido como la forma en la que se ubica a los personajes. En la figura 1 se presenta a Mafalda su vida a una silla y de cuerpo entero.

(8) Idem. p.29

ENCUADRE



En el encuadre de esta viñeta se presenta a Mafalda de medio cuerpo.

GLOBO



En la viñeta se utiliza el globo para dar a conocer las ideas, pensamientos y diálogos que sostienen los personajes de las historietas.

SECUENCIA NARRATIVA.

TIRAS



Varias viñetas forman una SECUENCIA NARRATIVA y se conocen con el nombre de TIRAS.

En las viñetas aparece la ELIPSIS. Por ejemplo en la tira anterior, entre la viñeta 1 y 3 existe un momento intermedio en el que la imaginación del lector tiene un papel importante. Mafalda está pidiendo al mundo, y la imaginación del lector junto con la viñeta 2, debe hacerle suponer que se encuentra sorprendida, dirigiéndose rápidamente su mirada a uno y otro lado de la cinta.

En México las historietas mexicanas, después de un valioso y rico período de creatividad que hace tiempo pasó, han caído en una ritualización de su formato.

- a) Sus elementos icónicos no son innovadores, difunden estilos gastados, predominando el realismo medio tono, el trazo y la caricaturización.
- b) Sus procedimientos narrativos están estandarizados, resultan convencionales y muchas veces son gratuitos.
- c) El lenguaje utilizado tiene pretensiones de ser popular o, en ocasiones de ser poético; lo cierto es que resulta fallido. Ni es popular ni, mucho menos, poético; es un lenguaje elemental apoyado en frases hechas, mil veces repetidas.

Contenido de la historieta y mitificación.

Aunque inicialmente en la historieta podría caber cualquier relato, con el tiempo, y por razones comerciales, cristalizaron una serie de géneros que circunscribieron los relatos a un conjunto estrecho de temas, personajes, acciones. En la historieta mexicana predomina el género melodramático, con variantes que van de la historieta romántica a la pornográfica; de la historia rosa a la nota roja. El relato de estas historietas se basa en una dicotomía simple entre la mujer buena y la mujer mala, siempre en torno a la relación afectiva con un hombre. Los personajes estereotipados de la buena y la mala son definidos hasta la saciedad por la dicotomía de actos relacionados con la prohibición, transgresión de relaciones sexuales. La mujer buena es fiel y pura, inocente y decente; adorando ciegamente a su amado alcanza su recompensa: convertirse en su esposa y servidora, en una frágil creatura al fin protegida. En cambio, la mujer mala es infiel, vampiresa, lujuriosa y atrevida; sus constantes transgresiones la conducen a un inevitable castigo aunque puede arrepentirse y ser redimida por el hombre, permitiéndole acceder al status de esposa-madre obediente.

"Un denominador común que une a buenas y malas, ya sean sirvientas, señoras de sociedad, estudiantes o empleadas, es que siempre

luchan por conquistar y ser aceptadas por el héroe. Si para el hombre (en las historietas) resulta algo accidental encontrar el amor como parte de su existencia, para ellas es el motor de sus acciones y su mayor gratificación."⁽⁹⁾ De esta manera, se persuade de manera implícita en los móviles afectivos éticos sobre la justeza de una determinada conducta (la mujer buena) y sobre una versión ideológica de la realidad que diluye la opresión del hombre sobre la mujer o que naturaliza una existencia opresiva. En todo caso, la versión sobre la realidad que difunden esas historietas melodramáticas reduce todos los problemas a conflictos sentimentales, le asigna como único destino valioso a la mujer el ser esposa y madre, repite de mil maneras el final del príncipe azul.

Otro género con una amplia difusión es el de los superhéroes; de hecho, en México se elaboraron decenas de variantes sobre los modelos clásicos: Tarzán, Superman, El Llanero Solitario y otros. Los relatos de estas historietas se basan asimismo en una dicotomía entre el héroe y el villano, uno encarna al bien y el otro al mal. Nuevamente se recurre a personajes estereotipados, definiéndose por la serie de actos dicotómicos antes señalados: la prohibición/transgresión, en este caso sobre la propiedad privada, el daño/reparación y la inevitable como repetida lucha/victoria, obteniendo al final su recompensa. Los héroes tienen poderes o capacidades excepcionales, su físico imita al modelo griego y posee una musculatura atlética; usa trajes distintivos y sólo su apariencia humana lo acerca al hombre común. Están por encima de la cotidianidad: no se bañan, no comen o se cambian, no trabajan. Su rutina es la aventura.

Son figuras fijas e inalterables, míticas; sin embargo, sus aventuras exigen un desarrollo novelesco. Para conciliar su inmutabilidad y el transcurrir de sus aventuras, se rompe toda continuidad, siempre recomienzan, son ahistóricos. Por eso no cambian ni envejecen. "Al no tener nada que ver con la vida cotidiana, (los héroes) son instrumentos perfectos para la evasión de sus consumidores, que al leerlos quieren precisamente olvidarse de la rutina de su

(9) *Ibid.*, p. 224

existencia diaria, sumergirse en sus caretas y lanzarse con ellos a mundos misteriosos y valores diferentes, que irónicamente, no sólo no son diferentes sino representativos."⁽¹⁰⁾

Los lectores de estas historietas se evaden y se proyectan en esos poderosos personajes que pueden hacer todo lo que los lectores no pueden hacer. En ese espacio imaginario donde el tiempo no pasa, las variantes son mínimas; de hecho, siempre sucede lo mismo. "Las tramas de las historietas de aventuras obedecen a un esquema que aproximadamente se realiza de la siguiente manera: el héroe se encuentra con un problema que le plantean los buenos, lo cual provoca un enfrentamiento con los malos, ayudado por sus poderes y acompañantes ante la casi siempre pasiva pero angustiada espera de los buenos. El punto culminante es la lucha abierta entre los contrincantes, la acción violenta de la que al fin y al cabo nuestro héroe surge triunfante. El problema siempre queda resuelto o, por lo menos, algunos de los buenos se salvan de las garras de sus enemigos. La historieta concluye con un final feliz para todos los buenos, los cuales demuestran su agradecimiento al héroe."⁽¹¹⁾

Los héroes de las historietas mexicanas difieren de los superhéroes de las historietas norteamericanas; mientras que los superhéroes transnacionales vuelan y tienen además otros poderes, los héroes de historietas nacionales apenas si tienen poderes, sólo Kalimán posee algunas facultades más bien místicas; el Payo, Chanoc o Torbellino se apoyan en su fuerza e ingenio (aunque no combaten peligros o villanos que amenazan al mundo entero, como lo hacen los superhéroes); mientras los superhéroes norteamericanos recurren a sofisticadas tecnologías, algunos héroes del comic mexicano son de plano campesinos. Los superhéroes de Estados Unidos en verdad están desarrollados mientras que los héroes de México resultan subdesarrollados. Otra peculiaridad de este tipo de historietas es el villano que manejan. "Los villanos de las historietas nacionales generalmente son representantes

(10) *Ibid.* p. 172

(11) *Ibid.* p. 180

de la clase dominante, ya sea en el campo (el Payo), en la ciudad (Torbellino), o bien en el mundo entero (Kalimán).

En estos casos, el héroe se erige como intermediario entre el pueblo al que defiende y la clase dominante contra la que lucha. La suya es una misión redentora: él es el gran padre, el caudillo que se erige en protector del pueblo explotado. El héroe es el único (...) que puede tomar sobre sus espaldas la responsabilidad de la defensa de su pueblo." (12)

Como todo tipo de historieta, este género igualmente busca persuadir introduciendo un sentido latente o implícito que incide, a nivel afectivo, en los móviles éticos refrendando una versión ideológica de la realidad donde el sujeto sólo participa de la acción (grandiosa y magnífica) como espectáculo, observando pasivamente una realidad vacía de historia y de conflictos reales que cualquier ser humano pueda enfrentar. Los problemas parecen ser demasiado grandes para el hombre común, se le descarga de sus responsabilidades sociales, fomentando una actitud pasiva y de aceptación del liderazgo; en tales versiones ideológicas se da poca importancia a los verdaderos conflictos sociales, a la explotación, al colonialismo, al autoritarismo, a la salvaje codicia por el dinero o poder.

Todo se debe a la maldad incurable del villano. "Los buenos versus clase dominante y su organización policial se presenta, tanto en el Payo como en Torbellino y en la generalidad de la historieta mexicana, en forma maniquea y anecdótica. Los malos son ricos porque los ricos son malos y los policías (...) de los malos lo son porque golpean, matan al pueblo y están al servicio de los malos." (13)

Al recurrir a esquemas maniqueístas, el contenido de estos mensajes es profundamente reaccionario: "La construcción por esquemas, la bipartición maniqueísta -dice Umberto Eco- siempre es dogmática, intolerante. El demócrata es aquel que rechaza los esquemas y que reconoce los matices, las distinciones y justifica las contradicciones." (14)

Un género también muy difundido en nuestro país es la historieta

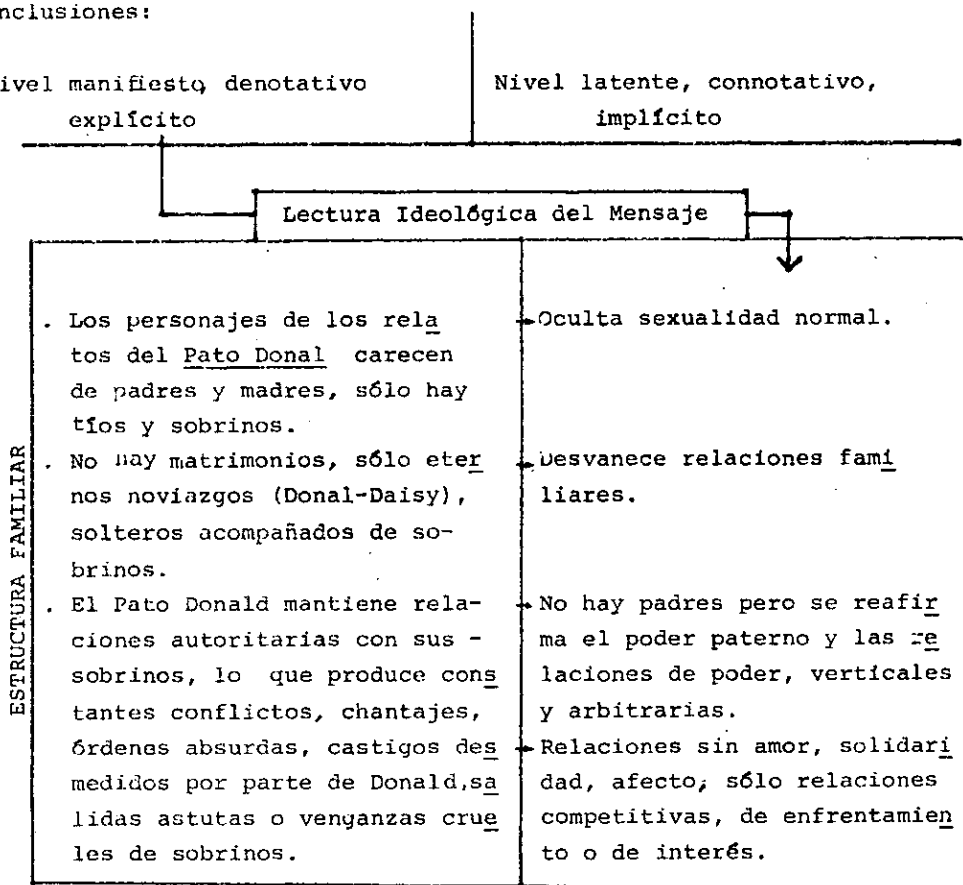
(12) Idem., p.p. 191-192

(13) Idem., p. 197

(14) Eco, Umberto, citado en Mattelart, A. Los medios de comunicación de masas. CID. Buenos Aires, 1976, p. 67

infantil. De éstas parecen ser clásicas las de la empresa de Disney, especialmente en Latinoamérica, las historietas del Pato Donald. Para desmontar el mensaje que subyace en este aparentemente inocente comic de Estados Unidos, se recurre a un ejemplo clásico de lectura ideológica del mensaje Para Leer al Pato Donald, de Ariel Dorfman y Armand Mattelart.

Después de revisar y examinar críticamente una gran cantidad de historietas, los autores anteriores llegaron a las siguientes conclusiones:



<ul style="list-style-type: none"> • Mundo poblado de animales - humanizados como patos, ratones, perros . . . • Habitan una urbe moderna y desarrollada (Patolandia) pero viajan a otras tierras y naciones: <ul style="list-style-type: none"> - Sin tecnología. Bárbaras o decadentes, no urbanas o en ruinas - No existen personajes blancos y son presentados: <ul style="list-style-type: none"> - Desproporcionados, gigantes o pigmeos. - En pañales, exóticos y hablando patolandés. - Sólo hombres, pero como niños ingenuos, despreocupados, engañables. - Su economía es de subsistencia a base de pastoreo, pesca, frutas o venta de mercancías a turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Naturalizan relaciones sociales para dar una apariencia de inocencia y de infantilismo. • Visión colonialista: <ul style="list-style-type: none"> - Habitante de países coloniales o semicoloniales como buen salvaje. - Madurez y conocimiento en la metrópoli e inmadurez e ignorancia en la periferia sometida. - Legitimidad del saqueo y la explotación colonialista e imperialista. • " Ya no puede escapar a nadie los propósitos políticos de Disney, tanto en estas pocas historietas donde tiene que mostrar abiertamente sus intenciones, como en aquellas mayoritarias en que está cubriendo de animalidad, infantilismo, buen salvajismo, una trama de intereses de un sistema social históricamente determinado y concretamente situado: El imperialismo norteamericano"
--	--

(15) Mattelart, Armand y Ariel Dorfman. Para leer al Pato Donald Siglo XXI, México, 1972, p.7

- La razón de las aventuras es el oro, los tesoros, el dinero.
- Así como no hay producción biológica (padres), tampoco existe producción, de riqueza material, producción económica; el ORO es un producto natural o producido hace tiempo (por eso es un viejo tesoro).
- Sólo existen empleos del sector terciario de servicios: como vendedores, carteros, policías, secretarias.
- El trabajo sólo facilita el consumo de objetos suntuarios, pero nunca hay problemas materiales como el hambre, la escasez de viviendas, desempleo.
- Los villanos (Chicos malos) amenazan la riqueza. Son permanentes ladrones frustrados, encuadrados otra vez en el esquema del bien (honrados) vs. el mal (ladrones), donde siempre triunfan los buenos gracias a su inteligencia.
- Relaciones monetarizadas.
- No existe la producción económica, se eliminan la historia, las clases sociales y a los trabajadores.
- El sector primario (industrial) se desvanece, el secundario apenas si es aludido en los países subdesarrollados, sólo se afirma al sector terciario de servicios y al consumo irrestricto.
- No hay reino de la necesidad.
- "Detrás del bien y del mal, no sólo se ocultan los antagonistas del proceso social, sino una definición de ellos en términos de espíritu versus cuerpo, de alma versus materialidad, de cerebro versus brazos, de trabajo intelectual versus trabajo manual. Son los hechiceros del saber en contra de los brutos que deben someterse a la orden de vender su fuerza de trabajo." (16)

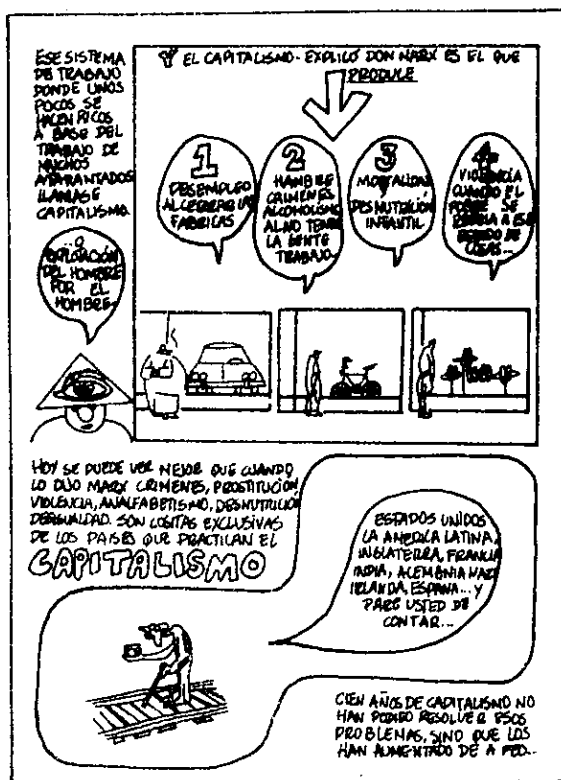
<p>. Relatos llenos de aventuras, de cambios de color, de viajes por tódo el mundo.</p>	<p>. Todo se mueve pero nada cambia. Reiteran el relato, viajes circulares que terminan donde empiezan, en el mismo orden, con un eterno presente (sin pasado ni futuro).</p>
---	---

De acuerdo con lo anteriormente expuesto se pueden derivar las siguientes conclusiones:

- . La historieta de Disney rechaza, con todo, el esquematismo burdo y explícito de los comics de aventuras y policíacos; no muestra abiertamente la fuerza represiva. Mickey no es Dick Tracy, ni el Pato Donald es Batman. Pero así es más eficaz su mensaje. "Disney coloniza el mundo diario, al alcance del hombre y sus problemas comunes, con el analgésico de la imaginación infantil." (17)
- . Las historietas de Disney-los comics infantiles, juveniles y familiares importados o maquilados aquí- propagandizan el american way of life (el modo de vida norteamericano) y el american dream of life (los sueños de vida norteamericanos).
- . El imaginario infantil que se presenta en esas historietas, es en realidad la utopía de una clase social dominante que expulsa lo sexual, lo productivo y lo histórico, negando la existencia de las clases trabajadoras -una fantasía inconsciente hecha realidad cotidianamente en nuestros países dependientes y semi coloniales.

(17) Idem., p. 141

Por último, es importante señalar que si bien es cierto que el análisis crítico presentado en esta subtema acerca de las historietas que circulan en México, destaca los rasgos negativos de este medio impreso, también es verdad que las historietas tienen otras posibilidades creativas que han sido explotadas en nuestro país por autores como Rius, que con los Supermachos y Los Agachados creó revistas ilustradas innovadoras y eficazmente educativas, divertidas y críticas. De hecho, estas historietas de Rius alcanzaron niveles de calidad que hasta la fecha no han sido siquiera igualados.



Otros ejemplos de historietas creativas y críticas son Mafalda de Quino, y Charlie Brown de Schultz entre otras.



B) Revistas.

Las revistas, como los periódicos, nacen y se desarrollan con la prensa; de hecho, las revistas -como las entendemos actualmente- se distinguen de los periódicos cuando éstos, a finales del siglo pasado, se convierten en industrias capaces de producir masivamente día tras día los periódicos-diarios, los cuales modernizan sus formatos, incluyen publicidad y amplían la variedad de secciones y géneros, difundiendo las noticias e informaciones de actualidad.

Las revistas mantienen una periodicidad más abierta -semanal, quincenal, mensual-; Se imprimen en cuadernillos con portadas, ensayos más elaborados o informaciones especializadas, tomando distancia de lo noticioso.

En México, la prensa colonial estaba subordinada al gobierno y se encargaba de difundir de manera limitada, informaciones religiosas, socio-económicas y culturales; en el turbulento siglo pasado y hasta finales de la revolución mexicana, la prensa se volvió política y partidista sin dejar de introducir y promover temas culturales.

Después de la revolución mexicana predominó una prensa comercial, que con los años se uniformó, además, como una prensa oficial, acoplada y afín al sistema político-social. Mientras se desarrollaba en el período postrevolucionario la industria periodística, con sus grandes e importantes diarios comerciales, los temas políticos y culturales se difundieron en revistas y libros importantes, pero de limitada distribución. En esas revistas culturales y políticas se registra el desarrollo y la diversidad de tendencias artísticas y culturales que han florecido en nuestro país. Nuestra cultura debe mucho a ese trabajo marginal que se virtió en la elaboración y difusión de revistas, a veces efímeras, que cumplieron un papel importante en la expresión del arte y del pensamiento universal.

Las revistas comerciales desde sus inicios y hasta la fecha han sido un medio impreso de comunicación masiva. Este tipo de revistas se organizaron como empresas editoriales para fabricar y difundir masivamente sus productos y obtener ganancias, ya sea por la venta del ejemplar o, principalmente, por la venta de espacios publicitarios.

A partir de la década de los cincuenta, las revistas comerciales comienzan a masificarse, ampliando tanto su variedad como sus tirajes, al introducirse en nuestro país revistas comerciales transnacionales de origen estadounidense. Ya en 1952 una comisión de representantes de la prensa mexicana expresaba ante el presidente Miguel Alemán, el impulso de la iniciativa privada y de la inversión extranjera, su preocupación por la "invasión creciente que México está sufriendo por parte de publicaciones que son editadas en español en países cuya lengua nacional no es el español". (18) Se referían a revistas como Life en Español, Selecciones, Visión, Mecánica Popular.

En 1961 tres revistas comerciales transnacionales (Life, Selecciones y Visión) alcanzaban un tiraje de 434 524 ejemplares, mientras que las siete revistas mexicanas de mayor circulación en esos años (Sucesos, Siempre, Jueves de Excelsior, Impacto, Revistas de Revistas, Tiempo y Hoy) apenas sumaban un tiraje conjunto de 265 307 ejemplares" En 1964 la revista Selecciones tenía un tiraje mayor al del tiraje total conjunto de siete de las revistas mexicanas de mayor circulación". (19) Selecciones publicaba 412 mil ejemplares; las siete revistas mexicanas tenían un tiraje conjunto de 267 861 ejemplares.

En la década de los sesentas, los capitalistas de Estados Unidos instalan empresas transnacionales en América Latina, al mismo tiempo que se introducen y promueven el desarrollo de los medios de comunicación de masa, con todo su aparato publicitario.

Las agencias publicitarias norteamericanas se vuelcan al extranjero, la televisión y la radio estadounidenses se expanden a otros países. Aparecen en esos años las primeras revistas

(18) Arredondo R. Pablo y Enrique Sánchez Ruíz Comunicación Social, Poder y Democracia en México VAC, México 1987, p. 48

(19) Idem., p.63

transnacionales femeninas: Buenhogar, de la corporación Hearst, y Vanidades, del bloque corporativo Hearst-Armas.

"Estas revistas proporcionaron el modelo de las publicaciones femeninas que invadieron el mercado latinoamericano a partir de la década del 60 y hasta la fecha siguen inundando los de la región. Buenhogar y Vanidades son aún las revistas de mayor circulación y sus competidoras más cercanas son en la actualidad, Cosmopolitan, de los mismos dueños, y Fascinación que el mismo Bloque de Armas ha lanzado recientemente a la conquista del ya domesticado mercado continental." (20)

De hecho, las revistas femeninas tienen en México, más títulos y mayor circulación que cualquier otro género de revistas, como se puede apreciar en el siguiente cuadro. (21)

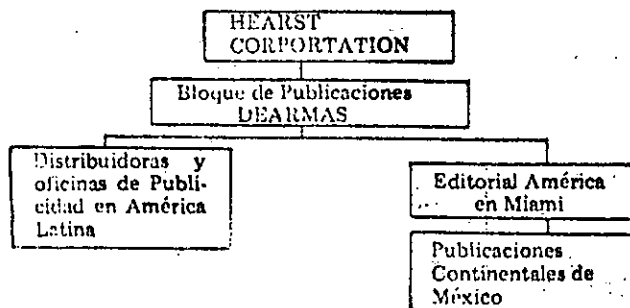
Género	Revistas		Título de Publicaciones Continentales	
	Cantidad	%	REVISTA	TIRAJE
Femenina	41	8.2	<i>Vanidades</i>	180 000
Cultura	41	8.2	<i>Buen Hogar</i>	116 696
Entretenimiento	16	3.2	<i>Cosmopolitan</i>	150 000
Erótica	7	1.62	<i>Fascinación</i>	80 000
Españoles	9	1.8	<i>Hombre de Mundo</i>	80 000
General	25	5.0	<i>Ideas</i>	142 000
Musical	11	2.2	<i>Intimidades</i>	230 000
Deportivo	26	5.2	<i>Mecánica Popular</i>	75 641
Especializadas	41	8.2		
Infantiles	7	1.62		
Turismo	1	0.2		

Estas revistas femeninas son además, un claro ejemplo de revistas transnacionales. No sólo están en manos de grandes e importantes empresas y monopolios estadounidenses como la corporación Hearst y el Bloque Hearst-Armas, que dominan la producción de estas revistas tanto en Estados Unidos como en América Latina, sino que dependen además de materiales extranjeros y de la publicidad de industrias transnacionales. Como cualquier otra empresa de capital extranjero, las revistas femeninas transnacionales han desplazado a los productos nacionales, dominando por completo el mercado; así sucedió con la revista femenina nacional La Familia que después de treinta años de existencia no logró sobrevivir

(20) Sola Cruz, Adrian y Erazo Viviana Sombrupulitan. Nueva Imagen, México 1980, p. 33

(21) Olvera Oscar y Gomez Pablo "Industria y Consumo del Mensaje Impreso. en Conotaciones núm. 3, Amic, México, 1982 p.p 19-26

en la década de los sesentas ante la competencia de nuevas revistas, más modernas y atractivas.



Para examinar la función mediadora de este medio impreso nos centraremos en el estudio de las revistas con mayor producción y consumo en México: las revistas femeninas.

Formato de las revistas femeninas y ritualización.

El formato básico de toda revista incluye una portada con el logotipo distintivo, las noticias, artículos y reportajes centrales, las secciones fijas y los espacios publicitarios. El formato de las revistas femeninas es casi uniforme y muy estable.

Todas las revistas femeninas presentan en sus portadas a una modelo mujer. De acuerdo a una investigación sobre las características generales de las modelos que se exhiben en los anuncios publicitarios y en este tipo de revistas, las modelos son blancas o morenas claras, con una cabellera larga y lacia, rubias o castañas claras, entre 25 y 34 años de edad, bellas, y elegantes, de la clase dominante. Se presentan como objetos decorativos o sexuales, promoviendo cierto tipo de mujer que la lectora, supuestamente, podrá acceder mediante la lectura de la revista.

COSMOPOLITAN

¡¡¡ÚLTIMO SUPLEMENTO
AL DE COSMO-HOMBRE
¡¡¡ Ahora vez con una nueva mujer
o Guía para el machista
¡¡¡ Impotencia, un problema reparable

Un profesor,
un amigo,
tu futuro esposo
¿puede ser capaz
de abusar
sexualmente
de tus hijos?
Cómo reconocer
al violador

¡Basta ya de
placer fingido
Como romper
el ciclo
de mentiras
enseñándole al
hombre lo que
debe hacer

1989

El divorcio
• ¿Destrozará
tu vida?
• ¿Resolverá tus
problemas?
¡Cosmo-análisis para
no equivocarse!

¡¡Última
oportunidad para
pasarte marido!!
Como casarte
con el hombre
que deseas
En este capítulo
la estocada final!

Entrevistas exclusivas con
Andrés García, Johnny Carson,
Jannette Rodríguez y Charly García.

Las revistas femeninas manejan de manera reiterada, ejemplar tras ejemplar, una serie definida y delimitada de temas de entre los cuales sobresalen los siguientes: (22)

-La belleza femenina. Parte del artículo principal, que se centra tanto en la publicidad de productos para maquillarse, mejorar el cutis como en un modelo de mujer blanca y bella que utiliza su presentación estética para conquistar a su hombre y así realizarse socialmente.

(22) Cf. García Calderón (2004). Revistas Femeninas. La mujer como objeto de consumo. El Debate 57, Bogotá 1989

-La ropa de moda. Se publicita a determinadas prendas de vestir o tiendas de ropa, valorando a la mujer como elemento decorativo y superfluo; rindiendo culto a las modas efímeras y afirmando imposibles efectos mágicos por el uso de los atuendos de moda.

-La cocina. Se ofrecen recetas y se presenta a esta actividad como una función propia de la mujer, a través de la cual, desarrolla su creatividad y mejora la calidad de sus servicios al hombre y a la familia.

-La decoración. Se presentan al lado de fastuosas residencias de las estrellas famosas, propuestas para modernizar y embellecer hogares clasemedieros consumiendo ciertos muebles y artículos.

-La medicina. Se informa sobre avances en este campo a un nivel cotidiano y superficial, proporcionando orientaciones sobre higiene, enfermedades infantiles, dietas, anticonceptivos, ejercicios, cirugía plástica. Es la belleza tratada a nivel médico y la afirmación del rol de madre.

-La psicología y los tests. Son empleados para reducir las consideraciones psicológicas a propuestas sobre formas para conocer hombres, seducirlos y manipularlos; también se refuerzan los roles de novia, esposa y madre que se sugiere que las mujeres deben cumplir.

-La astrología y los horóscopos. Cuentan con una sección fija en la que se presentan soluciones mágicas a las dificultades de la cotidianidad.

-La cultura. Se reduce a recomendaciones sobre libros best sellers (los libros comerciales más vendidos) o a una concepción simple y superficial de las creaciones artísticas, que en

todo caso deben utilizarse para impresionar a los hombres.

-El turismo, Es expuesto asimismo como una forma más de consumo. Se promueven sitios, hoteles, atuendos, comidas . . . que son pretextos para consumir; en el caso de que estos viajes resulten imposibles, son formas de evadir una cotidianidad estrecha y opresiva.

-El mundo de los espectáculos . Donde los artistas son presentados a nivel de 'chisme', y a la vez los reportajes pretenden acercarlos como personas comunes, hogareñas, como cualquier otra persona, pero no falta la dimensión de los escándalos, el relato de su 'ascenso' a la fama, o las fotos y las historias fantásticas. (...) Muestran a los triunfadores, la fama, la belleza excepcional, la riqueza. Acercan, a través de las vidas de los actores, aspectos ajenos a las lectoras, aspiraciones y sueños. Así se corrobora el mito de que todo es posible en este sistema." (23)

Algunas de estas revistas también incluyen cuentos rosas y románticas novelas de amor donde las bellas, y siempre correctas heroínas, después de innumerables obstáculos, sorteando con su pureza e inocencia las trampas de las malvadas, encuentran a su príncipe azul y se realizan como esposas y madres.

La publicidad es un factor determinante en las revistas femeninas; es un hecho que estas revistas buscan más contratación de publicidad para cubrir sus altos costos de producción e incrementar sus ganancias, vendiendo mayor cantidad de ejemplares con mejor calidad y precios bajos, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

(23) Idem., p. 67

ESPACIO OCUPADO POR LA PUBLICIDAD Y POR LOS
CONSEJOS PUBLICITARIOS

País	Revistas	Publicidad (porcentaje)	Páginas donde aparece consejo publicitario (porcentaje)	Páginas donde no aparece consejo publicitario ni publicidad (porcentaje)	Total de páginas de la revista
México	Activa	14,66	3,45	61,90	116
	Bienestar	19,50	8,00	72,50	102
	Claudia	53,66	18,29	28,05	164
	Ejecutiva	19,05	—	80,95	84
	Kena	24,24	9,85	65,91	132
	Buenhogar	30,32	4,31	65,37	115
	Cosmopolitan	35,08	6,63	58,29	196
	Vanidades	32,44	6,90	60,67	232

Fuente: Santa Cruz Adriana y Viviana Erazo, Comopopolitan Pag. 5.

La publicidad se introduce en este tipo de revistas de diversas maneras: directamente, a través de las agencias publicitarias que compran espacios para anunciar sus productos; o bien, indirectamente, por medio de un consejo publicitario que interviene en la Dirección y los consejos de redacción proponiendo temas y productos, o a través de los artículos, noticias y reportajes que tratan temas como la belleza, la moda, la cocina en los que se hacen constantes referencias a determinados productos comerciales. De este modo, la publicidad se convierte en el principal tema de las revistas femeninas, por lo que han sido consideradas como meras revistas publicitarias, porque principalmente se dedican a persuadir para que se consuman diversos productos comerciales y porque su existencia depende de las ganancias obtenidas por la publicidad. Debido a ello, las revistas femeninas más importantes obtienen más ganancia por concepto de publicidad que por la venta de ejemplares.

De un estudio de Adriana Sta. Cruz y Viviana Erazo sobre lo que anuncian estas revistas desprendemos las siguientes conclusiones generales:

Rubros	México
Belleza	22,9
Modas y joyas	19,3
Decoración	9,6
Medios de comunicación social	5,6
Comestibles	6,6
Línea blanca y electrónica	6,6
Bebidas alcohólicas	7,4
Automóviles	2,6
Limpieza	0,5
Farmacéuticos	1,1
Cigarillos	0,0
Cruces	1,9
Líneas aéreas	1,3
Compañías, bancos y seguros	0,8
Juguetes	1,6
Institutos estéticos	1,1
Relojes	0,3
Lapiceros	2,1
Instituciones públicas	1,1
Varios	7,7
CANTIDAD DE AVISOS	378

Fuente: Santa Cruz A. y Erazo V.
op.cit. p. 63.

1. Predominan los anuncios sobre productos referidos al rol decorativo de la mujer: belleza (22.9), moda (19.3), institutos estéticos (1.1.) = 43.3%.
2. Ocupan un espacio importante también los productos que refuerzan el rol del trabajo femenino en el hogar: decorar (9.5), alimentos y bebidas (6.6 y 7.4), productos domésticos (6.6), limpiar (.5) curar (1.1) = 31.7%.
3. El restante 25% anuncia a otros diversos productos y servicios.

Cabe señalar, además, que domina la publicidad de productos transnacionales; en el mismo estudio se señala que de una muestra de 378 avisos comerciales, el 72.25% se referían a empresas transnacionales.

"En conjunto es posible inferir -sin que el razonamiento sea artificioso- que de acuerdo al tipo de productos publicitados, se concibe al público femenino como principalmente (y a veces casi exclusivamente) interesado en su belleza física, luego en arreglarse empleando para ello ropa y calzado de alto costo y en fin (casi se diría: como consecuencia natural de lo anterior), más preocupado en gastar que ahorrar e invertir. Curiosamente, a esta mujer se le concibe como tan superficial en sus ideas y actitudes ante la

vida, que incluso en un ámbito tradicional -en el más estricto sentido- de lo femenino (como es la cocina,) se le ofrecen productos, que con evidencia cuestionaría cualquier ama de casa sensata." (24)

En el anuncio publicitario el mensaje gira alrededor de las imágenes -del lenguaje icónico-, con poca información textual. La principal imagen publicitaria que se maneja en las revistas femeninas es una mujer como la que anteriormente describimos: de piel clara, cabello lacio largo y claro, hermosa y elegante. Se utiliza su imagen como mero objeto decorativo o como un objeto sexual. Se ha detectado que los anuncios publicitarios en las revistas femeninas usan mujeres con una mayor carga erótica que los anuncios difundidos por la televisión o las revistas para hombres. En estos anuncios de publicidad, las mujeres se convierten en personajes definidos por roles que refuerzan el papel tradicional, opresivo y sexista de la mujer, el rol decorativo-sexual, el de ama de casa, el de novia-esposamadre. Todos ellos son roles al servicio de la opresión masculina. En los anuncios publicitarios, pese a no existir relato alguno, los personajes realizan tres tipos de actos:

1. Actos de exhibición realizados como si fueran dirigidos a nadie, ejemplificando una forma de ser al usar determinado producto. Por ejemplo, los anuncios de toallas sanitarias femeninas.
2. Actos de presentación dirigidos al público, ofreciendo y admirando los atributos del producto, llegando a personificarlo o a atribuirle virtudes humanas, exagerando sus ventajas y ordenando su compra.
3. Actos de implicación volviéndose a los espectadores lo implican en el mensaje: "Tú, que eres elegante y sofisticada, también usas..."

Los textos escritos publicitarios no tienen dobles sentidos y, al menos en México, casi no utilizan extranjerismos (éstos se derivan más bien del nombre del producto). Como el resto del lenguaje

(24) Lorenzo, Luis *La Publicidad en México*, Winto Sol, México, 1986, p. 36

publicitario, el utilizado en las revistas femeninas humaniza los productos, recurre al imperativo, a la redundancia y a la hipérbolie.

Contenidos de las revistas femeninas y mitificación.

Como ya el estudio del formato y de la ritualización lo indica, las revistas femeninas no son de ninguna manera inocentes o neutras. Más allá de sus intenciones explícitas, el proporcionar la información que interesa a la mujer moderna, cumple dos funciones implícitas:

1. Reforzar la situación opresiva de la mujer y su papel dependiente respecto al hombre, y
2. Fomentar el consumismo familiar a través de las mujeres, quienes por lo regular administran la economía doméstica.

Las revistas femeninas están dirigidas a las mujeres de la clase media, con el propósito de imponerles los valores e intereses del modo de vida de las clases dominantes, pero con una supuesta intención modernizadora. Las historietas melodramáticas por ejemplo, Lágrimas, risas y amor y las fotonovelas como Cita, Rutas de Pasión y otras también se dirigen a las mujeres, pero de sectores más proletarizados, manejando modelos más tradicionales.

Los contenidos de las revistas femeninas son bastante homogéneos y se reiteran en cada ejemplar. La retórica de estos mensajes busca persuadir de manera intelectual y explícita, pero sobre todo a nivel afectivo e implícito, sobre ciertos roles supuestamente conaturales a lo femenino, a saber: el de mujer-atractiva para los hombres, el de la novia, seductora -esposa fiel y servicial a su marido -madre protectora y doméstica, el de ama de casa eficiente y capaz. En las imágenes publicitarias o en los textos se afirman una y otra vez tales personajes y estereotipos de la mujer.

Como ya se corroboró al definir el formato de las revistas femeninas, los temas que predominan tanto en los relatos como en los anuncios publicitarios son:

- Los de la belleza y la moda, que definen un modelo físico de la mujer.
- Los referidos a la atención de la familia y el hogar que naturalizan el trabajo doméstico como femenino.
- Los que insisten en los papeles de novia-esposa-madre, que demarcan el terreno afectivo de la mujer.

Al examinar brevemente los temas anteriores, se pueden obtener las siguientes ideas.

a) Modelo físico de mujer.

El modelo físico de la mujer que se promueve en estas revistas es racista y clasista. Valora a una mujer joven y bella, blanca y de rasgos europeos, feliz y moderna, vestida, peinada y maquillada a la moda, que se ocupa centralmente en mejorar su atractivo, con el tiempo y los medios económicos para hacerlo, aparentando siempre hermosura y juventud. La mayoría de mujeres de nuestros países, incluso de la clase media, son desvalorizadas por diferir de este modelo, ya sea por sus rasgos raciales o por su posición económica. Incluso se asumen actitudes sexistas al convertir a la mujer en un mero objeto decorativo o sexual. Subyace, además, el imperativo de asumir tal modelo físico para seducir a los hombres; es un modelo en función de los hombres, no de la propia mujer. En las revistas femeninas se persuade por todos los medios y de manera permanente para que las mujeres asuman su rol decorativo, asimilando al mismo tiempo actitudes racistas y clasistas, así no correspondan con la realidad social que vivan.

b) Naturalización del trabajo doméstico como femenino.

Este tipo de revistas presentan como un hecho incuestionable que son las mujeres, sólo por serlo, quienes se encargan del trabajo doméstico: cocinar, limpiar, arreglar, cuidar, curar. Se llega al extremo, incluso, de dar la idea de que esta labor doméstica es agradable y liviana, creativa y divertida. No sólo se presenta como natural esta cotidiana explotación doméstica sino que, también se enmascara la frecuente doble explotación que sufren las mujeres en su trabajo fuera de casa (por su patrón o jefe) y en su propio hogar (por su marido). Para las revistas femeninas no hay más problemas que el presentarse siempre bella, todas las soluciones están en los productos que se ofrecen en sus páginas. No hay trabajo explotado o enajenado, mal pagado y con largas jornadas bajo el control de los jefes; no existe, tampoco, abuso alguno al descargar sobre las mujeres que trabajan otra labor más que les impone la sociedad patriarcal como lo es el trabajo doméstico. Únicamente presentan un falso mundo ideal que en realidad esconde la problemática social de las mujeres.

c) Demarcación del terreno afectivo de la mujer.

Las revistas femeninas delimitan el terreno afectivo de la mujer y le condicionan su vida a las exigencias masculinas. La mujer circunscribe sus afectos al ámbito familiar, porque sólo debe desarrollar -según estas revistas- un amor-afecto, no placentero, a su marido o a sus hijos; el placer y otras amistades, incluso femeninas, se excluyen. Cuando tratan estos temas, estas revistas no dudan en recomendar docilidad ante su hombre, aceptarle todos sus gustos, no mostrar ninguna experiencia sexual ni competir con él porque le crea inseguridades. De manera insistente, proponen que la mujer se realiza casándose y teniendo hijos, que esas son las metas prefijadas de su vida. Con respecto al sexo, las revistas femeninas asumen una supuesta actitud

moderna porque admiten cierta liberación, pero siempre subordinada a las exigencias conservadoras de la sociedad.

Aparte de reforzar estos roles de conducta femeninos y de promover el consumismo, las revistas femeninas ofrecen una versión empobrecida y superficial del mundo. Difunden principalmente informaciones sobre artistas de cine, radio y televisión, bajo la idea de promover a este tipo de artistas reducen la compleja realidad social a meros chismes sobre lo que acontece a sus vidas. Aunque también hacen referencia a ciertas artes (pintura, escultura, literatura, ballet), lo hacen simplificando estas actividades, ocupándose más en detalles sobre la vida personal de los creadores que de las obras mismas. Hasta la propia actualidad noticiosa, que no deja de penetrar en sus páginas, se convierte en una visión ahistórica y estática del mundo, descontextualizando las informaciones, recogiendo detalles intrascendentes o tratando de manera frívola y superficial graves problemas sociales. (25)

Finalmente como puede apreciarse, las revistas femeninas cumplen cabalmente su función mediadora al difundir representaciones ideológicas y mitificadoras de la condición de la mujer.

(25) cf. Sta. Cruz, A. y Brazo Viviana, op. cit.

Recapitulación.

2.2. La mediación en los medios impresos mexicanos.

Para identificar la carga ideológica que transmiten los mensajes de los medios impresos así como las formas rituales que los destacan, es necesario llevar a cabo una lectura crítica o ideológica de las historietas, revistas y periódicos, en la cual debes de tener en cuenta los siguientes aspectos.

1. Detectar el contenido manifiesto o explícito, lo que se dice claramente; una vez hecho esto, buscar lo que se sugiere de modo latente o implícito, lo que se dice solapadamente, los valores e ideas propuestas por los actores emisores.
2. Identificar la versión del mundo parcial, ahistórica y en concordancia con el sistema establecido que proporcionan los mensajes de historietas, revistas comerciales y periódicos.
Para ello debemos tomar en cuenta las formas utilizadas para tratar de persuadir a los actores receptores al:
 - a) Diluir los conflictos sociales al plantearlos como cuestiones superficiales.
 - b) Recuperar actitudes críticas y eliminar su valor al presentarlas como actitudes falsas, risibles o carentes de seriedad.
 - c) Naturalizar problemas sociales al exponerlos como productos naturales, obvios, eternos e intransformables.
3. La persuasión puede ser intelectual, convenciendo al intelecto, pero sobre todo es afectiva. Trata de convencer mediante afectos, sentimientos y emociones. La persuasión afectiva apela al placer (a lo hedónico), al uso práctico (a lo pragmático) o a los valores morales (a lo ético) que ciertas actitudes, productos o ideas pueden proporcionar. Una lectura crítica de los mensajes debe localizar de qué nos tratan de convencer, cómo intentan hacerlo, y a qué apelan afectivamente.
4. Para determinar los mitos ideológicos y las formas rituales que los destacan, es preciso considerar los elementos fundamentales de los relatos impresos, a saber:

- a) Los personajes actores principales de los relatos difundidos, que son simplificados para ser valorados (como buenos o malos) y promovidos para su imitación o repudio.
- b) Los actos de tales personajes, igualmente simplificados y valorados para exponerlos como diversas variantes del enfrentamiento entre lo bueno y lo malo.

2.2.1 Mediación en historietas y revistas.

Historietas.

La difusión impresa y masiva de relatos ilustrados se desarrolló inicialmente en los grandes diarios estadounidenses a partir de la última década del siglo pasado. En la década de los veinte se empieza a difundir en los periódicos de México. En nuestro país las historietas se han convertido en el medio impreso de difusión masiva que más se consume.

Estados Unidos

1893. Se difunden relatos ilustrados, como tiras diarias o planas dominicales, a través de los más importantes periódicos.

1893-1920. Las historietas adquieren sus rasgos básicos: continuidad de personajes, viñetas, globos, diversidad de géneros.

1920-1930. La historieta se refina, incluye las técnicas cinematográficas, y se torna una eficaz difusora del modo de vida estadounidense.

México

Empiezan a difundirse en los diarios mexicanos. Aparecen las primeras historietas mexicanas: Don Catariño, Mamerto, Rocambole y otras.

También es la época de la historieta mexicana por la creatividad desarrollada, por la amplia difusión que se alcanza y porque se definen los temas y estilos clásicos. Asimismo, aparecen las primeras revistas ilustradas mexicanas: Paquín, Los Supersabios, Rolando el Rabioso y muchos otros.

1930-1940. Epoca de oro de la -
historieta estadounidense. incor-
pora influencias del cine, la li-
teratura, la política y todas las
esferas artísticas. Se definen
los personajes, temas y estilos
clásicos. Se independizan de los
periódicos, difundándose en re-
vistas ilustradas. Se expanden
por todo el mundo.

1940-1980. Los relatos ilustrados
se desarrollan en revistas; ad-
quieren mayor difusión los rela-
tos de superhéroes .
Casi no aparecen innovaciones -
hasta los años setentas, con el
estilo Mad, los personajes de
Jack Kirby y el denominado comic
subterráneo , crítico y contracul-
tural también conocido como comic
underground.

En todo este período las historietas
se convierten en el medio impreso
más leído por los mexicanos, domi-
nando los géneros melodramáticos,
de superhéroes y familiares.

Formato de la historieta y ritualización.

Historieta relatos com- binados.	- Textos	- Narración en tercera persona con recuadros - Diálogos o pensamientos con globos. - Onomatopeyas.	
	- Imágenes	Dibujos	Viñeta Cuadro ilustrado
	- En una secuencia narrativa	Una tira Planas	En periódicos y revistas
		Revistas ilustradas o fotonovelas	

Ritualización en las historietas mexicanas.

- Imágenes no creativas.
- Textos con frases gastadas.
- Narración convencional.

Contenido de la historieta y mitificación.

Los contenidos y mitos ideológicos que difunden las historietas varían de acuerdo a los géneros que existen.

En México, los géneros que predominan en la producción y consumo de las historietas son:

- Los relatos melodramáticos.
- Las aventuras de superhéroes.
- Las historias infantiles y familiares.

Los mitos ideológicos que cada uno de estos géneros transmiten

son los siguientes:

- Relatos melodramáticos.

Versión del mundo: refuerza al rol tradicional de la mujer dependiente del hombre

- Diluye la opresión de la mujer.
- Naturaliza la existencia opresiva de la mujer.
- Persuade éticamente, imponiendo los valores tradicionales: la mujer fiel, subordinada al hombre, atendiendo a sus hijos, desempeñando las tareas domésticas.

- Personajes

Mujer buena
esposa fiel
madre abnegada
ama de casa eficiente.

vs.

Mujer mala
infidel y lujuriosa
solitaria
trabaja fuera del hogar.

- Actos

Comportamiento de mujer buena. Se realiza casándose, con hijos y atendiendo su hogar.

Comportamiento de mujer mala. Fracasa al ser abandonada, al vivir solitaria y rechazada socialmente.

- Aventuras de superhéroes. Versión del mundo refuerza el orden social establecido.

- Diluye los problemas cotidianos y los sociales de la realidad en que viven los superhéroes.
- Recupera actitudes críticas de la sociedad al plantearlas como productos de la ambición.
- Naturaliza la sociedad al sacarla fuera de los cambios históricos.

- Persuade hedónicamente apelando a los deseos de potencia de los lectores.

- Personajes

Superhéroe
Poderoso ciudadano ejemplar.
- Actos: protegen el orden establecido, obteniendo una recompensa.

Villano.
Ambicioso delincuente.
Transgreden el orden establecido recibiendo su castigo.

Formato de Revistas.

Ritualización en
Revistas femeninas

- Portada con logotipo.

- Modelos de mujeres
blancas, cabellera
larga y lacia, 25
y 34 años de edad,
bellas y elegantes.

Como objetos decorativ
os y sexuales.

- Secciones.

Noticias, artícul
os y reportajes.

- Temas: belleza, ropa
de moda, cocina, deco
ración, medicina,
tests, astrología, cult
ura, turismo, espectá
culos.

Refuerzan:

- Modelo físico de la
mujer.
- Naturaliza trabajo do
méstico como femenino.
- Delimitan el terreno
afectivo de la mujer.

- . Diluyen opresión de la
mujer.
- . Recuperan posiciones
feministas ridiculiz
ándolas.
- . Naturalizan opresión
femenina.
- . Persuaden intelectual
y afectivamente sobre
los roles tradicional
es de la mujer. como
objeto sexual, esposa
fiel, madre abnegada,
ama de casa eficiente.
Versión del mundo: Roles
tradicionales de la muje
r. Existencia oprimida
del sexo femenino.

Revistas.

Las revistas son medios impresos que se distinguen de los diarios por su periodicidad y por sus formatos. Son publicaciones semanales, quincenales, mensuales . . . en cuadernillos con portadas que transmiten informaciones alejadas de lo noticioso .

De manera muy general, se pueden distinguir dos tipos de revistas.

- 1) Las revistas culturales, políticas o científicas, especializadas y de difusión limitada.
- 2) Las revistas comerciales -femeninas, de espectáculos, deportes verdaderos medios impresos de comunicación de masas.

De las revistas comerciales, destacan las revistas transnacionales de origen estadounidense y de éstas, las que alcanzan más amplia difusión han sido las denominadas revistas femeninas. En México, las revistas femeninas tienen el mayor tiraje, más títulos que cualquier otro tipo de revistas, y dependen de los grandes monopolios estadounidenses.

Actividades de consolidación.

Subtema 2.2.1

1. A continuación se te presentan 3 ejemplos de mensajes para que te ejercites en la lectura crítica de los medios impresos. El texto 1 es una viñeta de una historieta, el texto 2 es una noticia principal de un periódico y el texto 3 es un anuncio publicitario de una revista.

Leelos y analízalos detenidamente.

TEXTO 1



Respuesta Inmediata a las Demandas Obreras más Sentidas

Son Pilar de la Estabilidad: CSG

- * Con Producción y Organizaciones Dinámicas se Podrán Elevar los Salarios Reales
- * Será Cubierta la Demanda de Empleo y Superadas las Conquistas Laborales
- * Es Fundamental Mejorar la Capacidad de Ahorro y la Disciplina Presupuestaria
- * Será Eficaz Asignación de Recursos Hacia las Prioridades del Gasto Social
- * Se Requiere que el Empleo Adicional sea Parejo Entre Todos los Sectores
- * Imperativo, Proteger el Empleo de Empleo y Expandir el Mercado Interno, Señala

ESTUARDO MARTÍNEZ GARCÍA

Al analizar la conjuntura económica mundial, el presidente de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) afirmó que las economías latinoamericanas se encuentran en una situación más venturosa y más dinámica que en los últimos años, gracias a la recuperación de la producción y la participación de las organizaciones obreras, en particular en el sector agrícola. En consecuencia, conviene dar prioridad a los planes y programas de la urgente reforma estructural.

El Salvo de Producción del Sistema Nacional, además de la mejora del "censero del Trabajo" incidieron para cumplir el Objetivo Nacional de reducir la "carga" sobre el medioambiente y la supervisión de los estándares de producción para mejorar la competitividad, el medio ambiente, la capacidad de ahorro, la

seguridad y reducir la pobreza entre todos los sectores de la sociedad.

El Director Ejecutivo recordó que el gobierno de la República se ha comprometido a mejorar la más plena participación de los trabajadores y a mejorar la calidad de vida en el ámbito de la actividad del empleo mundial. Por lo tanto, es responsabilidad de la élite económica responsable a quienes han prestado tantos y tan valiosos servicios a la nación.

Hizo mención a los tres acuerdos nacionales para ampliar la democracia: "Crear un estado y elevar el bienestar, atacando la pobreza, en los que la tarea del sector obrero es fundamental, en el contexto del Estado se apoya en la unidad de las organizaciones obreras. Una de las condiciones más altas de nuestra fuer-

Elegancia en la intimidad



modelo - 13 013



Reynald
MEXICO

© 1988 por Reynald S.A. un representante de los fabricantes mexicanos de ropa. 057129

Una vez analizados los textos:

- Establece su contenido explícito y busca su contenido implícito.
- Describe la versión del mundo que proporcionan.
- ¿Qué tipo de persuasión están transmitiendo?
- Menciona los personajes principales y el papel que están desempeñando.

2. Lee con atención la siguiente tira de historieta.



Contesta enseguida las siguientes preguntas.

- ¿Cuántas viñetas tiene?
 - ¿Existe secuencia narrativa?
 - ¿Se utilizan globos?
 - ¿Cuáles son los personajes principales?
 - ¿Qué clase de historieta es?
3. Analiza una revista comercial que adquieras o que tengas en casa, bajo los siguientes lineamientos. Tus respuestas anótalas en fichas.
- ¿Qué formato se emplea?
 - ¿Cuáles son los elementos de la portada?
 - ¿Cuántas secciones tiene y de qué tratan?
 - ¿Qué tipo de noticias, artículos o reportajes se incluyen en la revista?
 - ¿Cuánto espacio le dedica a la publicidad?

4. El siguiente texto está tomado de una revista comercial femenina, léelo con atención y señala qué versión del mundo y qué valores ideológicos está transmitiendo.



Foto: S. B. G. / G. B. G.

Sitios ideales para conocer hombres

Sobran los sitios donde los nombres llegan a sobrepasar a las mujeres en una proporción de hasta cien nombres por cada mujer. ¿Y donde se sigue "cae casi por su propio peso" "¿Que no lo dice? Pues está invitando a informarse, bójase en acción y compruebelo. Así de fácil es

Del tiempo en el que las mujeres que recorren las páginas de esta revista ya se han ido acostumbrando a encontrar una corriente de hombres que se acercan a ellas y se interesan por ellas. Pero también se ha vuelto a ser muy importante para cada mujer las posibilidades de encontrar a estos "hombres" en los planes de sus actividades.

A continuación le damos una lista de los sitios en los que se encuentran los hombres en una proporción de hasta cien nombres por cada mujer.

Amúñense. Si, eso mismo. Le estoy hablando de buscar la columna de nombres de personas que pertenecen a su ciudad y que incluye un número de teléfono muy claro, sobre el que se llama a quien desea conocer. Como dirección al menos envíe la respuesta por un apartado postal. Va su nombre y dirección y el número de teléfono hasta nosotros (por correo) y me dice sus mejores resultados. Como vamos a dar un premio a las mejores respuestas, podrá darse el lujo de examinarlas de un vistazo todas las que le oír en el momento y hacer una selección de las que más le atraigan. Entienda que ésta es una selección de las que mejor le parezcan. Así que tendrá valor para llamar a cualquier persona que le guste. Recuerde que la otra persona ya sabe el teléfono de su momento. Así que si le gusta de alguien que se le parezca en un sitio público, etc. de repente en su camino al trabajo, en un autobús y por su ciudad. ¿Qué no le da? ¿Por la misma vía. ¿Cabe en su mente? ¿Ninguno? ¿Lea ventajas? Pues que las personas que al menos existen de conversaciones y de encuentros.

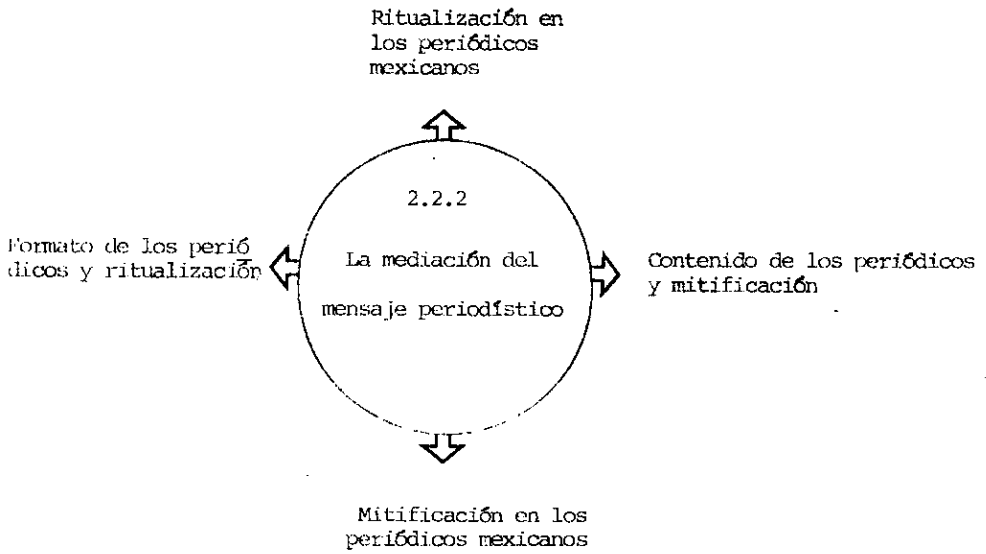
¿Que no lo es? Pues siga al "bar" de la ciudad. ¿Que le sigue el "bar" de la ciudad? Pues que la ciudad es un mundo de posibilidades. ¿Que no lo es? Pues que la ciudad es un mundo de posibilidades. ¿Que no lo es? Pues que la ciudad es un mundo de posibilidades. ¿Que no lo es? Pues que la ciudad es un mundo de posibilidades.

Eventos deportivos. El precio del boleto le abre las puertas a un mundo casi totalmente compuesto por hombres. Como casi todos ellos van a estos lugares con otro amigo, lleve usted a una amiga. Como se los amigos baratos. No solo se unirá dinero, sino que se sentirá obligada a moverse y a jugar de su parte, mejor. Esto le da mayor libertad que a las mujeres. ¿Que no sabe nada de deportes y quiere que no pierda nada? Pues que el deporte le da una gran ventaja y a los que le rodean.

Insícrase en un curso especial. Muchas veces por un curso típicamente masculino como funcionamiento de carpintería de maquinaria de automóviles, etc. que le da un mundo de hombres. Otros cursos típicamente masculinos como el curso de mecánica, etc. que le da un mundo de hombres. También puede ser un curso de idiomas que le da un mundo de hombres. Así de fácil es.

De los derechos reservados por el autor. No se permite la reproducción o el uso de este texto sin el consentimiento del autor. Copyright © 1984 por el autor.

2.2. LA MEDIACION EN LOS MEDIOS
IMPRESOS MEXICANOS



2.2.2 Mediación del mensaje periodístico.

El periódico es un medio de comunicación de masas impreso en un conjunto de hojas de tamaños y texturas características, con un lenguaje comunicativo básicamente abstracto, compuesto de textos escritos, con cierto apoyo icónico (fotografías e ilustraciones). Asimismo, es acrónico, transmite la información sobre acontecimientos después de que éstos ocurrieron, lo que hace maleable las referencias a dichos hechos en los mensajes. Su código es particular ya que para descifrar los mensajes impresos de los periódicos es necesario estar alfabetizado.

La función primordial de los periódicos es informar sobre acontecimientos actuales, que ocurren día a día. Por eso es un medio comunicativo esencialmente presentista. Da preferencia a la información sobre hechos y sucesos de cada día, rehaciéndose incluso a diario. Los periódicos-diarios mantienen una permanente vigilancia del entorno, seleccionan lo noticioso y bajo formas dadas lo transmiten masivamente en textos escritos.

De acuerdo a su periodicidad, los periódicos se clasifican en:

DIARIOS: de carácter informativo y comercial, aparecen todos los días; pueden ser:	MATUTINOS: se imprimen en la madrugada y circulan desde las primeras horas del día; concentran mucha información, su edición es cuidadosa y manejan titulares mensurados; por lo regular son de información general, nacionales o locales.
PERIÓDICOS	VESPERTINOS: se imprimen en el transcurso del día y circulan en la tarde; informan sobre los hechos del día con una edición elaborada apresuradamente manejando titulares sensacionalistas; son de información general pero locales.
NOCTURNOS: de carácter informativo, se imprimen en la noche y circulan en la madrugada; manejan titulares sensacionalistas; son de información especializada y de calidad.	

Formato de los periódicos y ritualización.

Todo periódico tiene una estructura definida, una forma dada en la cual ordena la información y los contenidos que pretende transmitir. La estructura o formato de todo periódico diario comercial incluye los siguientes elementos:

Tamaño, primera plana, espacio de redacción (géneros periodísticos), espacio de publicidad, propaganda y lenguaje periodístico.

a) Tamaño.

Existen dos modelos básicos para determinar las dimensiones de los periódicos.

- Tamaño estándar o clásico de 57.5 X 38 cm, y se pueden formar ocho columnas.
- Tamaño tabloide o compacto, de 38 X 29 cm. y se pueden formar cinco columnas.

Pueden existir pequeñas diferencias en el largo o el ancho de estos modelos. Si la diferencia es más amplia, el periódico con ese tamaño es un derivado bastardo de algunos de los modelos señalados.

b) Primera plana.

En la primer página del periódico en la que el diario se presenta buscando atraer la atención del posible comprador-lector se manejan una serie de elementos que es necesario examinar uno por uno.

- Logotipo con el nombre del periódico (que a veces se acompaña de un lema propio del diario). La mayoría de estos logotipos se ubican en la parte alta y al centro (los espacios que dejan a sus lados llamados las orejas se ocupan por pequeños anuncios). Este logotipo se reproduce en escala menor en cada página del periódico, regularmente señalando la fecha.

- Fechario que indica el día de publicación así como el número del diario, el año, tomo o volumen. También se informa el nombre del director general. Estos datos por lo regular se colocan en un pequeño cintillo abajo del logotipo.
- Titulares. La noticia principal es resumida en un breve pero llamativo título que se destaca con grandes letras y se ubica abajo del logotipo y el fechario; esta noticia puede estar subtitulada y ser tratada incluso en varios textos. La segunda noticia principal se destaca con letras grandes -aunque menores a las del título principal- en un cintillo colocado en la parte superior del diario, con una referencia al sitio donde se encuentra el texto informativo; otras noticias importantes de la primera plana se destacan también con el tipo de letra de los títulos de las notas informativas (letras un poco más grandes o más gruesas que las utilizadas en otros títulos).
- Textos informativos. Todo texto periodístico tiene un título que en una frase clara, expresiva y breve destaca lo importante y resume la noticia. Como vimos, la importancia de estas informaciones se destaca con el título o cabeza de la nota informativa. Estos textos pueden ser simples noticias o artículos, crónicas, reportajes, y otros que incluso se desarrollan en páginas posteriores.
- Apoyo icónico. Todos los periódicos introducen en la primera plana fotografías que se relacionan con las noticias del día y, excepcionalmente, ilustraciones (como caricaturas o mapas). Estas ilustraciones siempre tienen un brevísimo y pequeño texto explicativo (pie de fotografía o de grabado).

La Jornada

Título

Fecha y hora

Imperativo proteger el poder de adquisición, dijo

HOY SABAMOS
DE DICIEMBRE ES
PLANTÓN

Titulares

Se responderá a demandas de trabajadores, ofrece Salinas

Reclamos de los sindicatos serán atendidos, asegura el secretario de Trabajo y Previsión Social, José Sánchez Salinas

El secretario de Trabajo y Previsión Social, José Sánchez Salinas, anunció que el gobierno federal atenderá los reclamos de los sindicatos y que se responderá a las demandas de los trabajadores.

■ Clases preliminares

100 mil muertos o desaparecidos por el sismo en el Cáucaso

Se estima que el terremoto de 1988 causó la muerte de 100 mil personas y dejó a más de 1 millón de personas sin hogar.



Instancia de pláticas con rebeldes colombianos

Retiran militar argentino que se negó a reprimir a sublevados

Regresó Duarte a El Salvador, fue dado de baja

Foto

Apoyos
Icónicos

Pie de Foto

Primera plana

Texto Informativo

Ejemplo de un periódico tamaño estandar o clásico.

Via Quitas, Deben Reducirse 40% el Endeudamiento y el Pago de Intereses: CNE

MIYISA

EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

ANEXO

Cintillo

Orejas

Respuesta Inmediata a las Demandas Obreras más Sentidas

Título o Logo tipo

Respuesta a la Ética Política

El problema de la ética política en Cuba es un problema de fondo que afecta a toda la vida social y política del país. Se trata de un problema que no puede resolverse sin una profunda reflexión sobre los valores que deben guiar a los gobernantes y a los gobernados.

En un momento de crisis como el que vivimos, es necesario que los líderes políticos tomen conciencia de su responsabilidad y actúen con integridad y honestidad. La ética política es la base de una democracia saludable y de un desarrollo sostenible.



Son Pilar de la Estabilidad: CSG

Titular

Los Progresistas y Opositores de los Diferentes y Unidos de los Sectores Partidos a la 4.ª Conferencia Nacional de Trabajadores y Funcionarios a Largo Plazo del Partido Comunista de Cuba, en el período de la 4.ª Conferencia Nacional de Trabajadores y Funcionarios a Largo Plazo del Partido Comunista de Cuba, en el período de la 4.ª Conferencia Nacional de Trabajadores y Funcionarios a Largo Plazo del Partido Comunista de Cuba...

El CSG (Comité Superior de Gestión) es el pilar de la estabilidad económica y social del país. Su labor es fundamental para garantizar el cumplimiento de los planes económicos y el bienestar de la población. Los trabajadores y funcionarios deben apoyar y colaborar con el CSG para superar los desafíos que enfrenta el país.

Por lo Menos 400 mil Damnificados por el Terremoto en la URSS

El terremoto que se produjo en la URSS el día 12 de Agosto de 1988, causó la muerte de más de 200 personas y dejó damnificados a más de 400 mil personas. Las autoridades soviéticas están trabajando para atender a las necesidades de los damnificados y reconstruir las zonas afectadas.

El terremoto ocurrió en la zona del Cáucaso, cerca de la ciudad de Spitak. La magnitud del terremoto fue de 6,9 grados en la escala de Richter. Las autoridades soviéticas están trabajando para atender a las necesidades de los damnificados y reconstruir las zonas afectadas.



Cuba Aleja el Gobierno del PSI Tomará la Geste

El gobierno de Cuba se aleja del PSI (Partido Socialista) y toma la iniciativa en la gestión del país. Esto se debe a la necesidad de una mayor autonomía y responsabilidad por parte del gobierno cubano en sus asuntos internos.

El PSI ha estado ejerciendo una influencia significativa en la política cubana, pero el gobierno cubano busca fortalecer su independencia y tomar decisiones que sean más favorables a los intereses del pueblo cubano.

Le Urge a México Crecer Alcan

México necesita crecer y alcanzar un nivel de desarrollo más alto. El país enfrenta desafíos económicos y sociales que requieren una estrategia de crecimiento sostenible y reformas estructurales.

El gobierno mexicano debe implementar políticas que promuevan el desarrollo económico, mejoren la infraestructura y reduzcan la desigualdad social. El crecimiento es esencial para mejorar el nivel de vida de la población mexicana.



Más de 100 mil Aldeanos Piden que se Cese el Estado de Sitio

Los aldeanos de más de 100 mil municipios piden que se cese el estado de sitio que ha sido declarado en varias zonas del país. Argumentan que el estado de sitio es una medida extrema que afecta negativamente a la vida cotidiana de la población.

Los aldeanos exigen que el gobierno respete los derechos civiles y políticos de la ciudadanía y que se busque una solución pacífica a los conflictos que motivaron el estado de sitio.

¿Iglesia y Estado Juntos? Nunca... ¡al César lo del César!

La Iglesia y el Estado deben mantenerse separados. Nunca deben estar juntos, pero cada uno debe respetar su propia esfera de influencia. El principio de la separación de poderes es fundamental para una democracia saludable.

El poder debe estar en manos del pueblo y sus representantes electos, no en manos de la Iglesia o de cualquier otro grupo. El respeto a la libertad de conciencia y a la autonomía de la Iglesia es esencial.



c) Espacio de redacción.

En todo diario informativo y comercial existe un espacio que es organizado y cubierto por el equipo de redacción del periódico pero también hay un espacio que es comprado y ocupado por la propaganda y la publicidad comercial.

El espacio del que se ocupa la redacción es organizado por SECCIONES, que agrupan las informaciones en torno a grandes temas generales como asuntos nacionales, internacionales, culturales, deportivos, entre otras variadas secciones.

Las notas informativas pueden asumir diversas formas expresivas que son típicas del periodismo. Los textos informativos son caracterizados a partir de los géneros periodísticos.

d) Generos periodísticos.

La nota es el género periodístico por excelencia que informa de manera breve precisa y clara los hechos presentados como verdaderos, nuevos, actuales, importantes y de interés general, sin introducir comentarios u opiniones del periodista. La nota informa considerando los siguientes aspectos relevantes:

- ¿Qué sucedió? Hecho
- ¿Cómo sucedió? Forma
- ¿Dónde sucedió? Lugar
- ¿Cuándo sucedió? Tiempo
- ¿Por qué sucedió? Causas
- ¿Quién o quiénes
intervinieron en el
hecho? Actores

En la elaboración de notas, sustancia vital de todos los diarios, intervienen varios actores comunicadores:

- Los reporteros periodistas dedicados a la búsqueda y publicación de noticias.
 - Las agencias informativas: empresas nacionales o internacionales que reúnen grandes cantidades de noticias para venderlas a diversos periódicos.
 - Las oficinas de prensa: organismos establecidos de instituciones públicas o privadas que informan a la prensa de sus actividades.
 - Las conferencias de prensa: personalidades o representantes de instituciones sociales pueden convocar a la prensa para informar de hechos que ellos consideran relevantes.
- . Reseña. Textos periodísticos que dan una relación de actos culturales, políticos o cívicos. Si predomina la función informativa y se excluyen los juicios de valor, es una reseña noticiosa. Si introduce el análisis y la valoración de tales eventos, son reseñas críticas. Si se hace la reseña informando y valorando a la vez, se entra en los dominios de la crónica.
- . Crónica. Textos periodísticos que proporcionan "una información interpretativa y valorativa de hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado." Se relatan los hechos noticiosos en su desarrollo temporal, mezclándose con los puntos de vista del cronista. El uso informativo se conjuga con el uso reproductivo de la comunicación en este género periodístico. Una especie de este género es la COLUMNA, que se caracteriza por aparecer en una sección fija, con su propio nombre distintivo, con una periodicidad regular, elaborada por un mismo autor, manteniendo un estilo, un enfoque y temas habituales.
- . Entrevista. Texto informativo que el periodista elabora describiendo las circunstancias y el diálogo (las preguntas, respuestas y opiniones) que sostuvo con otra persona. Si la entrevista

se centra en el tema tratado (en el qué), es una entrevista informativa; en cambio, si su centro de interés radica en la personalidad del individuo entrevistado (en el quién), es una entrevista de personaje. Un derivado de este género es la ENCUESTA, donde el periodista hace un acopio de opiniones y datos obtenidos a partir de breves entrevistas a determinadas personas.

- . Reportaje. Texto informativo de temática libre, con pretensiones de objetividad y redactado en un estilo directo. Conjunta varios géneros en su desarrollo: noticias, entrevistas, crónicas ... Dependiendo del trabajo puesto en su elaboración, pueden ser reportajes corrientes o reportajes profundos e interpretativos.

- . Artículo. Texto que puede abordar una amplia gama de temas, y asumir diversas formas, en el que se interpreta, valora o explican acontecimientos de actualidad según la ideología del articulista. La opinión del articulista es el eje de este género, y no el hecho noticioso; tiene, en consecuencia, un uso reproductivo. Los artículos pueden ser de dos tipos.
 - Artículos editoriales. La dirección del periódico expresa su opinión sobre un hecho o problema de actualidad (por eso casi siempre tienen un contenido político); no se firman y ocupan un espacio fijo en las secciones principales.
 - Artículos de colaboración. El personaje prestigioso (o que pretende serlo) expresa sus opiniones sobre diversos temas de actualidad variable; se firman y tienen un sitio establecido en las secciones.

- . Ensayos periodísticos. Son artículos de colaboración con una mayor extensión y con pretensiones literarias y de divulgación científica.

- e). Espacio de publicidad y propaganda. En tanto que empresas mercantiles, los periódicos venden espacio para que empresas capitalistas, a través de agencias publicitarias, anuncien sus productos

o para que instituciones sociales diversas difundan su propaganda. La publicidad difunde mensajes que intentan persuadir al público para que compren determinadas mercancías de industrias capitalistas. La publicidad -se dice- vende mercancías. La propaganda transmite mensajes que tratan de persuadir a los actores receptores para que compartan la ideología de los actores emisores. La propaganda vende ideología.

Los mensajes publicitarios y propagandísticos no son elaborados por la redacción del periódico; los anuncios comerciales los producen las agencias publicitarias, las cuales reúnen en ellos el lenguaje icónico con textos escritos. La propaganda la elaboran en las mismas instituciones sociales que compran el espacio.

F) Lenguaje periodístico.

El medio impreso periodístico impone, por sus propias características, un lenguaje determinado. El lenguaje periodístico es muy variado puede ser docto o coloquial, sereno o exaltado . . . y expresivo, impactante y visual. Su léxico incluye una amplia variedad expresiva, la utilización de la palabra justa y apropiada y el uso de frases llamativas. Sus construcciones sintácticas se apoyan frecuentemente en la denominada construcción nominal; en el empleo del sustantivo como verbo, adjetivo o adverbio ("Fin de semana trágico"), en el recurso de la posición ("García Márquez, el conocido escritor, no regresa a México") y el uso de la voz pasiva ("Se dictaminó en contra del PRI"). La premura de la redacción que impone la producción del periódico sin duda influye en que el lenguaje periodístico se degrade y recurra a frases hechas o a malas construcciones; sin embargo, no es posible generalizar a toda la prensa tales defectos y convertirlos en rasgos distintivos.

En base a los elementos formales señalados, se analiza a continuación la forma en la que aparece la ritualización en la prensa nacional.

La ritualización en los periódicos mexicanos.

A partir de una muestra de los diez principales diarios matutinos de la ciudad de México, se obtuvieron los siguientes resultados respecto a la ritualización que se lleva a cabo en los mismos.

1. Predomina el tamaño estándar en los diarios capitalinos: 7 de los diez tienen esa dimensión. Los periódicos tamaño estándar tienen un promedio de 70 páginas, divididas en varias secciones. Son diarios tradicionales, que se tienen que desplegar para ser leídos; con varias secciones separables, con un gran número de informaciones, más de 200 notas y mucha publicidad: aproximadamente un 30% del total de páginas. En cinco de estos diarios, las notas se remiten a otras páginas o secciones, lo que dificulta la continuidad de la lectura de la información; además, cuenta con secciones de sociales, es decir, refieren las fiestas y diversiones de la élite dominante, y le dan más espacio a la información deportiva y de espectáculos, que a la referente a la realidad nacional.

PERIÓDICO	NOTICIAS NACIONALES	NOTICIAS			TOTAL
		Dptvas.	Espcts.	Socls.	
El Universal	37	80	11	21	112
Excélsior	56	50	19	--	69
El Heraldo de Mé- xico	37	80	11	21	112
Novedades	41	28	10	27	65
El Sol de México	62	40	10	13	63

En los tres restantes diarios con tamaño tabloide se manejan menos páginas, 40 en promedio, sin secciones separables. A excep-ción de La Prensa, son diarios innovadores, con menos informa-ción y publicidad, sin darle mucho espacio a informaciones su-perficiales y frívolas, como las notas sociales, los deportes y los espectáculos; su lectura es más fácil y le dan más importan-cia a la información sobre la realidad nacional e internacional.

PERIODICO	NOTICIAS NACIONALES	NOTICIAS		TOTAL
		Dptvas.	Espts./Cults.	
La Jornada	25	10	7	17
Uno más: Uno	42	28	10	38

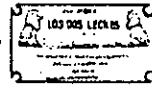
2. En la primera plana, la mayoría de los titulares se refieren a informaciones nacionales y oficiales, esto es le dan la mayor relevancia a una noticia sobre el país según la versión que el propio gobierno proporciona, ya sea a través de las oficinas de prensa oficiales o por declaraciones y/o acciones de personajes de las esferas gubernamentales. Estos titulares no rebasan el 7% del espacio de la primera plana, son un poco mayores al espacio ocupado por el logotipo y el fechario de los periódicos.

EJEMPLOS DE ALGUNOS TITULARES

México saldrá adelante de sus dificultades financieras: Iglesias



EL UNIVERSAL
EL GRAN DIARIO DE MEXICO



No habrá mezcla de plataformas políticas: Salinas

PROCESO ELECTORAL DEMOCRATICO, EN LIBERTAD Y PAZ: MMH



LA PRENSA

el periódico que dice lo que otros callan



**GOBERNARE
PARA TODOS**

Sostiene el PRI su Postura de Conciliación y Diálogo, Pero sin Claudicación: MCS



El Sol de Mexico



Gobernaré Para Todos mis Compatriotas: Salinas

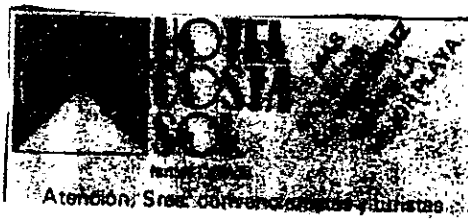
3. Las secciones o temas de los que se ocupan los diarios son los siguientes.
- Los diez diarios tienen secciones nacionales, internacionales, deportivas y editoriales.
 - Nueve además, cuentan con secciones de finanzas/economía y de espectáculos.
 - Siete se ocupan de la provincia o de la ciudad.
 - Seis tienen secciones de cultura.
 - Cinco informan sobre cuestiones policíacas.
 - Cuatro tienen la sección de sociales.

EL PAIS ■ Es discriminatoria la relación comercial entre México y EU: De la Vega, 5
 ■ Pide Fernando Baeza reconocer los triunfos electorales de la oposición, 7
 ■ Reportan un nuevo sismo de 4.7 grados Richter frente a la costa guerrerense, 9

CULTURA

ECONOMIA ■ La solución al problema del hambre en el mundo es de orden político:
 ■ Señala Pedro Vuskovic que es necesario cambiar el patrón tradicional
 ■ Se carece de la infraestructura adecuada para almacenar granos, recon:

4. El género periodístico básico y mayoritario de todo diario es la nota. En una proporción menor, abundan las columnas y los artículos. En el 50% de los diarios predomina la información noticiosa internacional. A excepción de El Excelsior, se manejan muy pocos reportajes; la calidad de éstos varía de acuerdo al equipo de periodistas de cada diario.
5. La publicidad en cinco diarios rebasa el 30% del total de páginas de cada uno. En el caso del Novedades alcanza el 50%. Los diarios con gran cantidad de páginas, tienen mucha publicidad y propaganda..



Contenido de los periódicos y mitificación.

En los diarios se transmiten fundamentalmente informaciones sobre acontecimientos actuales. Los diarios vigilan los acontecimientos del entorno social, seleccionan lo noticioso y lo difunden masivamente, sobre todo bajo la forma de notas.

Las noticias son seleccionadas por los grupos dirigentes de los periódicos. Ya en esa simple selección se introducen opiniones e ideologías sobre lo que es importante para la sociedad. Se puede decidir informar en las páginas de sociales sobre la boda y la fiesta de un empresario, omitiendo toda la información relativa a las huelgas que estallaron en las fábricas del mismo industrial. En cada periódico existe una línea editorial a partir de la cual se seleccionan las noticias y, en general, el contenido de los diarios.

Un gran número de noticias provienen de agencias internacionales de información, como la Agencia Francesa de Prensa (AFP), Notimex, Reuter, entre otras. Estas agencias venden a todos los periódicos del mundo las noticias que han seleccionado como relevantes. Ya en esa selección de noticias ofrecen una determinada versión del mundo que es comprada por la mayoría de los periódicos del orbe para difundirla en sus páginas.

Ejemplos de algunas agencias de noticias:

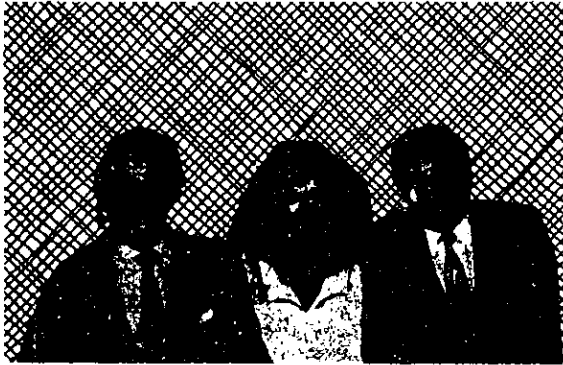
WASHINGTON etc. Estados Unidos y Japón BOGOTÁ de El presidente Virgilio Barco SAN SALVADOR de Los demócratas cristianos salvadoreños LA HAVANA de La revolución cubana y el mundo socialista

NOGOSIA de La novela preferida de las señoras de los Países No Alineados. Noticias de las revistas. SAN LUIS de El 21 de septiembre. ANSA de El 21 de septiembre. Noticias de Cuba, para todos los países.

Otra cantidad importante de noticias que los diarios transmiten, provienen de las oficinas de prensa de instituciones y dependencias públicas y gubernamentales, de modo que la gran mayoría de informaciones nacionales tienen una fuente oficial y gubernamental. Los diarios promueven la versión de los hechos que las propias oficinas de prensa gubernamentales difunden. En relación al gran número de noticias que manejan y transmiten los periódicos, son pocas las que los reporteros de los mismos obtienen directamente.

Por si fuera poco, las noticias abordan los acontecimientos de actualidad refiriéndolos escuetamente y prescindiendo de contextos, explicaciones o análisis, de modo que la información noticiosa siempre resulta superficial; además, pese a la pretensión de formar secciones informativas, las noticias se presentan de modo desorganizado, proporcionando, en consecuencia, una versión del mundo superficial y desarticulada.

Por otro lado, con el pretexto de informar sobre lo actual, las noticias muchas veces se refieren a asuntos intrascendentes o frívolos.



Juan Berthelot, Gabriela Butrón y René Macía

Buen Vino y Regios Mariscos en la Presentación de René Macía

Por Juan José Ongel Padilla

Una gran fuente de exquisitos mariscos, muchos canapés y buenos vinos, fueron degustados por los asistentes al coctel en el que Juan Berthelot, presentó a René Macía, como el nuevo gerente general del lujoso hotel que tienen en Ixtapa.

En el resto de los géneros periodísticos se introducen de manera manifiesta y explícita opiniones ideológicas por parte de los periodistas. Lo cierto es que existe poco espacio para las explicaciones, el análisis y la crítica en los diarios, prevaleciendo las opiniones superficiales y tendenciosas sobre los hechos de actualidad.

Aunque las noticias pretenden tener un mero uso informativo, centrado en el referente, lo cierto es que de manera oculta o implícita, el actor emisor siempre introduce su ideología en las noticias relevantes, dándoles a estos textos periodísticos un uso reproductivo de la comunicación; de este modo, en las noticias importantes que llenan las páginas de los periódicos, bajo la apariencia de proporcionar una información neutral y objetiva, se difunden noticias tendenciosas y partidarias en lo ideológico.

Estas noticias tomadas de los periódicos Excelsior, Uno más Uno y el Heraldo muestran tres versiones de un mismo acontecimiento.

2 A EXCELSIOR, Séptimo de octubre de 1959

Reprimen con Violencia un Mitin en Argentina

Hoy más de un Centenar de Heridos y Descientas Personas Arrestadas; se Habla de Tres Muertos

PLANSO FAVALLA (BOSSNAMI)

El día de hoy, en Buenos Aires, se celebró un mitin de protesta organizado por el Comité General de Trabajo (CGT) y el Comité de Defensa de la Clase Obrera (CDCO) en el Plaza de Mayo. El mitin comenzó a las 10 de la mañana y se prolongó hasta las 12 del mediodía. Durante el mitin se leyeron varias resoluciones y se cantaron himnos. A las 11:30 de la mañana, la policía comenzó a dispersar a los manifestantes con la ayuda de los perros policiales. Los manifestantes se resistieron y se produjo una violenta represión. Se reportó que más de un centenar de personas resultaron heridas y que se arrestaron a más de cien personas. Se habla de tres muertos.

LA FIBRA SINDICAL

Argentina

Varios Heridos en Incidentes Durante un Acto Sindical

BUENOS AIRES, 5 de octubre. Por el sexto mes consecutivo el personal de la industria textil y el de la confección de ropa se encuentran en huelga. Los incidentes ocurrieron durante un acto sindical que se celebró en el Plaza de Mayo. Durante el acto se leyeron resoluciones y se cantaron himnos. A las 11:30 de la mañana, la policía comenzó a dispersar a los manifestantes con la ayuda de los perros policiales. Los manifestantes se resistieron y se produjo una violenta represión. Se reportó que más de un centenar de personas resultaron heridas y que se arrestaron a más de cien personas. Se habla de tres muertos.

unomásuno

Cuatro muertos, durante el paro general argentino

BUENOS AIRES, 5 de octubre. La descomulgación empezó ayer con el paro de la Central General de Trabajo (CGT) y el Comité de Defensa de la Clase Obrera (CDCO) en el Plaza de Mayo. El paro comenzó a las 10 de la mañana y se prolongó hasta las 12 del mediodía. Durante el paro se leyeron varias resoluciones y se cantaron himnos. A las 11:30 de la mañana, la policía comenzó a dispersar a los manifestantes con la ayuda de los perros policiales. Los manifestantes se resistieron y se produjo una violenta represión. Se reportó que cuatro personas resultaron muertas y que se arrestaron a más de cien personas. Se habla de tres muertos.

Varios de los heridos resultaron de los incidentes que se produjeron durante el acto. Los heridos fueron trasladados a los hospitales cercanos. Se reportó que tres de los heridos murieron.

De acuerdo al tipo de periódicos se promueven determinados mitos ideológicos; si es un diario deportivo se difunden ciertos personajes-deportistas elevados a hombres-mitos que parecen representar a naciones enteras o a la propia humanidad. Si es un periódico de espectáculos, son los cantantes o actores del momento quienes se convierten en mitos vivientes que parecen concentrar la representación, los deseos y las aspiraciones de sociedades enteras. Incluso en los diarios matutinos de información general, los personajes de la política nacional e internacional se mitifican al presentarlos como seres providenciales que por sí mismos pueden enfrentar y solucionar los problemas sociales.

Otro contenido importante de los periódicos es la publicidad. Los anuncios publicitarios promueven el consumismo, reafirman los roles tradicionales de la mujer y el hombre, y difunden valores acordes con el sistema establecido, como el prestigio, el poder, la riqueza.

Nombre del periódico	Circulación	Total de suscriptores	Fidelidad	Asyo técnico	Número de artículos de cada género							Género	Temas tratados	
					Int.	Rep.	Cró.	Unl.	Art.	Edic.	Div.			
EL UNIVERSAL	110	11	40%	10%	228	6	7	15	11	3	6	276	Político	Nacional
EXCELSIOR	100	10	40%	7%	218	11	2	9	11	4	7	262	Político	Internacional
LA PRENSA	50	6	35%	10%	114	2	1	4	6	3	2	138	Político	Nacional
EL NACIONAL	120	8	25%	14%	201	X	7	14	5	3	9	239	Político	Internacional
EL DIA	80	8	15%	1%	105	3	7	6	11	3	2	142	Político	Internacional
UNOMAS UNO	60	6	20%	5%	81	6	3	4	9	3	8	119	Político	Nacional
EL MEXICANO	40	4	25%	10%	234	1	7	19	8	4	7	280	Político	Internacional
Novidades	30	3	50%	10%	117	5	7	11	11	3	4	158	Político	Nacional
El Sol de Mexico	50	5	17%	16%	214	7	7	10	4	8	5	255	Político	Internacional
La Jornada	10	9	80%	1.5%	50	2	5	5	5	3	6	70	Político	Nacional

La mitificación en los periódicos mexicanos.

Los diez principales diarios analizados tratan de manera ritual, en un espacio definido y reiterado, informaciones internacionales, nacionales y deportivas principalmente. De estas informaciones, la que acumula más notas se refiere a la realidad internacional. La mayoría son noticias parciales y desordenadas, provenientes de agencias internacionales; en pocas páginas se acumulan muchas noticias de todo tipo, sobre diversos países. En consecuencia, se proporciona una visión del mundo superficial y desarticulada de la realidad internacional. Por medio de la información periodística nunca se alcanzaría una visión completa y explicativa del mundo.

Costa Rica **Arrivan a Militares Panameños en Aterrizaje con Explosivos**

San José, I.A.P.I. El elemento de Seguridad Pública de Costa Rica arribó a militares panameños en un aterrizaje que produjo el tránsito de un helicóptero de café y pistolas desde un 75 voladores en Barú Mar de Costa Rica. El capitán Rodrigo Bland que está a las órdenes locales como el ministro de Seguridad prometió presentar un informe con evidencias de la presencia implícita de un helicóptero panameño en los helios y una vez aterrizado en el campo de Barú. Los militares panameños arribaron a las regiones de Curú Rica.

El elemento militar, después de aterrizar, como una de las actividades de la Misión. Según los militares panameños, el elemento que se arribó al aeropuerto de Barú, Costa Rica.

Los militares de la misión en el aterrizaje como el capitán Rodrigo Bland que está a las órdenes locales como el ministro de Seguridad prometió presentar un informe con evidencias de la presencia implícita de un helicóptero panameño en los helios y una vez aterrizado en el campo de Barú. Los militares panameños arribaron a las regiones de Curú Rica.

Estados Unidos **Ataques Personales en la Campaña Presidencial**

WASHINGTON, I.A.P.I. El candidato a la Casa Blanca, Michael Dukakis, comenzó esta mañana a responder a los ataques personales de su rival, el presidente George Bush y el gobernador de Massachusetts, Francis D. Sargent.

De esta forma el gobernador de Massachusetts que está respondiendo a los ataques personales de su adversario sobre su liderazgo, pero que hasta una semana atrás retaba a Dukakis a ser el

Costa Rica **Ataques Personales en la Campaña Presidencial**

...che durante de "la bene", adicto que en un país altamente desarrollado, equipado por de lo que es prácticamente un tabú.

Durante las últimas semanas, Dukakis trató de responder a los ataques de su adversario presidente de Massachusetts, Francis D. Sargent.

De esta forma el gobernador de Massachusetts que está respondiendo a los ataques personales de su adversario sobre su liderazgo, pero que hasta una semana atrás retaba a Dukakis a ser el

URSS **Día de Protestas Contra la "Política Intimidatoria"**

MOSCÚ, I.A.P.I. Una multitud de manifestantes se reunió en Moscú para protestar contra la "política intimidatoria" de la Unión Soviética en el extranjero. Los manifestantes exigieron el respeto a los derechos humanos y la libertad de expresión en todos los países.

Honduras **Reclaman Ayuda de EU Para Reubicar a la Contra**

TICUIGALPA, Honduras. El presidente de la Unión Nacional de Fuerzas Armadas, Juan Manuel Rodríguez, pidió que Washington le ayude a reubicar a los contras nicaragüenses que luchan en Honduras.

Los normalistas hondureños de la Unión Nacional de Fuerzas Armadas, le pidió que Washington le ayude a reubicar a los contras nicaragüenses que luchan en Honduras.

Ejemplo de la visión superficial y desarticulada del mundo proveniente de diferentes agencias de noticias.

Birmania **El Gobierno Cede a un Sistema Multipartidista**

YANGON, I.A.P.I. Los líderes políticos expresaron su apoyo a un sistema de partidos políticos en Birmania. El gobierno anunció que se permitiría la participación de otros partidos en las elecciones.

Nicaragua **Los Rebeldes Rechazan Propuestas Sandinistas Para una Reunion**

MANAGUA, I.A.P.I. Los rebeldes nicaragüenses rechazaron las propuestas del gobierno sandinista para una reunión. Los rebeldes exigieron la liberación de los prisioneros políticos.

Nicaragua **Los Rebeldes Rechazan Propuestas Sandinistas Para una Reunion**

...reclaman ayuda de EU para reubicar a la contra. Los rebeldes rechazan propuestas sandinistas para una reunión. Los rebeldes exigieron la liberación de los prisioneros políticos.

Sobre nuestra realidad nacional también existen muchas noticias, además de columnas, artículos, editoriales y crónicas. Si se revisan los titulares de los diarios y el conjunto de informaciones que se difunden sobre México, se llega a una misma conclusión: predomina la visión ideológica del grupo político en el poder. Las declaraciones del presidente ocupan inmediatamente los titulares, así sea una opinión sabida y repetida; también se destacan las informaciones de los secretarios de estado o de los líderes del partido en el poder. Estos son los personajes y fuentes principales de las noticias sobre nuestro país; el tratamiento periodístico los convierte en hombres-mito, infalibles y providenciales.

Diario	Categoría	1968		1969		Totales	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%
EL UNIVERSAL	Oficial	15	34.4	4	12.5	19	33.2
	Oposición	3	6.7	4	12.5	7	12.5
	Total	18		8		26	
EL UNIVERSAL	Oficial	14	26.6	4	12.5	18	33.2
	Oposición	3	6.7	4	12.5	7	12.5
	Total	17		8		25	
uno más uno	Oficial	15	33.3	0	0	15	33.3
	Oposición	7	15.6	5	15.2	12	26.7
	Total	22		5		27	
UNDA	Oficial	9	21.4	3	9.5	12	21.4
	Oposición	7	17.1	3	9.5	10	18.2
	Total	16		6		22	
EL UNIVERSAL	Oficial	15	33.3	11	33.3	26	33.3
	Oposición	1	2.2	0	0	1	1.3
	Total	16		11		27	
EXCELSIOR	Oficial	9	25.0	4	11.1	13	25.0
	Oposición	3	8.3	3	8.3	6	11.7
	Total	12		7		19	
LA PRISA	Oficial	4	11.1	2	5.6	6	11.1
	Oposición	0	0	0	0	0	0
	Total	4		2		6	
El Sol de México	Oficial	17	33.3	10	19.6	27	33.3
	Oposición	2	3.7	0	0	2	2.5
	Total	19		10		29	
Novedades	Oficial	1	2.2	1	2.2	2	4.4
	Oposición	1	2.2	0	0	1	2.2
	Total	2		1		3	
La Jornada	Oficial	1	2.2	1	2.2	2	4.4
	Oposición	1	2.2	1	2.2	2	4.4
	Total	2		2		4	

La versión oficial de la realidad nacional que difunden estos diarios, pinta un México ideal, siempre en progreso económico y plenamente democrático; cuando llega a reconocer la existencia de problemas nacionales, los plantea como poco graves y superables por el esfuerzo de todos los mexicanos; nada parece poner en duda el futuro de paz y bienestar social al que se está a punto de arribar, gracias a la claridad y a las decisiones acertadas de nuestros dirigentes. Se dibuja un país donde la oposición casi es traición nacional o vocación por el caos y la anarquía, donde los gobernantes, casi santos, están profundamente preocupados por las mayorías. Estos son algunos mitos ideológicos de origen gubernamental que promueven los diarios mexicanos, reduciendo al máximo la perspectiva ideológica de la oposición. No cabe la crítica ni informaciones explicativas del país. Además, de manera implícita se promueven valores como el respeto acrítico a la autoridad o el temor al cambio.

Periódico	Tendencia	Promedio de Titulares de siete días de septiembre '68	
		Nº	Otro tipo de Titulares
EL NACIONAL	oficial	5	1 Internacional
	oposición	0	1 Catástrofe natural
	Polemico	2	
EL UNIVERSAL 2	oficial	4	1 Internacional
	oposición	0	1 Catástrofe natural
	Polemico	1	
UNO MÁS UNO	oficial	2	2 Mundial
	oposición	1	1 Internacional
	Polemico	3	1 Catástrofe natural
Lucha	oficial	7	
	oposición	0	
	Polemico	7	
EL HERALDO	oficial	5	1 Internacional
	oposición	0	1 Catástrofe natural
	Polemico	4	
EXCELSIOR	oficial	3	2 Mundial
	oposición	0	1 Internacional
	Polemico	2	1 Catástrofe natural
LA PRENSA	oficial	5	1 Catástrofe natural
	oposición	0	
	Polemico	5	
El Sol de México	oficial	6	1 Catástrofe natural
	oposición	0	
	Polemico	1	
Novedades	oficial	1	1 Internacional
	oposición	0	
	Polemico	1	
El Joven	oficial	1	1 Internacional
	oposición	0	
	Polemico	1	

Otros temas que tienen relevancia en la prensa mexicana se refieren al mundo deportivo, donde parece trascendental estar informado sobre los resultados de diversos juegos profesionales y comerciales (fútbol, box, beisbol). Los jugadores son convertidos en héroes que en cada contienda defienden a la nación. Se mitifican por ejemplo, los juegos de la selección nacional de fútbol; se convierten en mitos encarnados a jugadores que destacan en el extranjero. Lo mismo sucede en el mundo del espectáculo en donde mediocres cantantes o actores son presentados como mitos vivientes que representan lo mejor de los mexicanos.

De acuerdo a los temas que manejan y a la forma de tratarlos, cada diario ritualiza y mitifica de manera particular y específica.

Algunos periódicos introducen una perspectiva política y cultural crítica, como los diarios posteriores al 68 y al golpe que sufrió la dirección de El Excelsior: el UNO MAS UNO y La Jornada.

Sin embargo, otros periódicos siguen informando con una clara orientación pro-empresarial, como El Heraldo de México, o bien, de manera estrictamente oficialista y gubernamental, como El Nacional y El Día.

Recapitulación.

2.2.2 Mediación del mensaje periodístico.

El periódico es un medio impreso de comunicación de masas con un lenguaje abstracto, acrónico, maleable y con códigos particulares. En un conjunto de hojas impresas informa sobre acontecimientos actuales; por eso es un medio presentista; pueden ser no diarios o diarios matutinos o vespertinos.

Formato de los Periódicos		Ritualización en los 10 principales diarios mexicanos.
- Tamaño estándar o clásico: 57X38cm		- 7 tamaño estandar.
- Tamaño tabloide: 38X29cm.		- 3 tamaño tabloide.
- Primera Plana	Logotipo y fechario Titulares Textos escritos Imágenes	- 5% del espacio de la plana, en promedio. - Noticia nacional, versión gubernamental. - Predominan noticias, desarrolladas en páginas interiores
- Espacio de realización: Géneros Periodísticos.	-Noticia -Resña -Crónica -Entrevista -Reportaje -Artículo -Ensayos	- 10% del espacio de la plana, en promedio. - Predominan las noticias, sobre todo internacionales, deportivas, nacionales y de espectáculos. La mayoría con uso comunicativo reproductivo introduciendo opinión o representación ideológica del emisor.
- Espacio de publicidad		- 30% del total de páginas, en promedio.

Actividades de consolidación.

Subtema. 2.2.2

1. Observa cuidadosamente la primera página del periódico El Herald. En base a ella identifica:
 - a) El tamaño del periódico.
 - b) El logotipo y el fechario.
 - c) Los titulares principales.
 - d) Los textos informativos.
 - e) El apoyo icónico.



2. Adquiere un periódico reciente y analízalo con los siguientes lineamientos:
 - a) ¿Qué tipo de formato se emplea?
 - b) ¿Cuáles son los elementos de la primera plana?
 - c) ¿Cuántas secciones tiene y cuál es su total de páginas?
 - d) ¿Cuáles son los géneros periodísticos principales?
 - e) ¿Cuánto espacio le dedica a la publicidad?
 - f) ¿Cuáles son las agencias de noticias que proveen de información al periódico?

3. La postura política del periódico se refleja en sus editoriales. Léelos con atención y trata de inferir su línea política.

Líneamientos para las respuestas a las actividades de consolidación.

Subtema 2.1.1

1. Cuando se te pidió que clasificaras las imágenes de diferentes medios de comunicación de acuerdo a sus lenguajes, debiste hacerlo de la siguiente manera:

- El libro: Es un medio de comunicación abstracto porque las palabras que utiliza no se parecen a los objetos que refiere ; esacrónico porque refiere los acontecimientos después de que éstos sucedieron; utiliza un código particular ya que se requiere saber leer en el idioma en el que está escrito, y es maleable porque el actor emisor puede manejar los referentes del mensaje de acuerdo a sus intereses.

- La televisión. Es un medio de comunicación en el que se conjugan un lenguaje abstracto, con palabras habladas y escritas, y un lenguaje icónico apoyado en imágenes. Puede seracrónico y sincrónico (al transmitir en vivo);su código es general porque su lenguaje fundamental es icónico: todos entienden las imágenes. Es maleable en los programas grabados, pero al transmitir en vivo ya no lo es.

- La radio: Es un medio de comunicación abstracto porque utiliza palabras habladas y música. Puede seracrónico o sincrónico; (al transmitir en vivo). Su código es particular. Al igual que la televisión no es maleable al transmitir en vivo pero en los programas grabados si lo es

2. Como habrás notado, la estación de radio BID-FM transmite en inglés. En este caso, resulta patente que el lenguaje del medio radiofónico es abstracto y su código es particular. Si sabes inglés entiendes sus mensajes; si no manejas ese idioma no los comprendes.

3. Después de analizar el caso referido en los Juegos Olímpicos de Seúl 88, difundidos a través de la televisión a todo el mundo, tomando en cuenta lo aprendido en este subtema, habrás contestado lo siguiente.
 - Se hizo una toma fija y lejana del disturbio porque se pretendía ocultar o referir parcialmente lo que ocurría. Esto es, cuando la transmisión televisiva es en vivo, el mensaje se resiste a ser maleable.
 - No se cortó la transmisión porque el mensaje se resistía a ser manipulado.
 - En conclusión, cuando la transmisión televisiva es en vivo, sincrónica e icónica, el mensaje es poco manipulable. Sin embargo, mediante las tomas lejanas o indirectas es posible ejercer cierto control.

4. Si comparaste un periódico, una revista y una historieta, habrás concluido que:
 - Son semejantes porque transmiten mensajes impresos en papel. Son medios impresos de comunicación de masas.
 - Difieren por su formato, periodicidad y contenidos.

Subtema 2.1.2

1. Sobre la importancia de la aparición de la imprenta en México, seguramente señalaste que con tal instrumento comunicativo se logró la reproducción más o menos masiva de mensajes impresos, en un principio con las hojas volantes hasta la producción de periódicos-diarios. O bien, indicaste que los mensajes impresos difundían noticias de interés público.
2. El sentido general de los Artículos 6o. y 7o. de la Constitución de 1857, sobre la libertad de prensa, es el siguiente: Ambos artículos garantizan la libertad de expresión, de escribir y publicar sin que la censura pueda coartar tal derecho. Sin embargo, existe la limitación que protege el derecho de terceros.
3. Después de haber estudiado este subtema, te habrás dado cuenta de que en nuestro país la censura se ha ejercido a lo largo de la historia, a veces violentamente -como en el Porfiriato- o de manera sutil en los gobiernos posrevolucionarios, ya sea por el control del papel, la distribución de boletines de prensa oficiales o los incentivos económicos para que algunos periodistas se autocensuren.
4. El papel de la prensa en México a través de su historia ha sido importante y ha variado de acuerdo a las etapas de desarrollo de nuestro país.
 - En sus inicios, informa sobre acontecimientos sociales de la época, transmite noticias religiosas, políticas y divulga la cultura.
 - En el siglo XIX juega un papel fundamentalmente político al plantearse en ella proyectos de una nación en disputa; pero además, tiene una función educadora, artística y crítica.
 - Durante el Porfiriato enfrenta a la dictadura y tiene un importante espacio de oposición política.

- Después de la revolución, con las innovaciones en los instrumentos tecnológicos de comunicación, adquiere un verdadero carácter masivo, transmitiendo informaciones diversas de interés público.

Subtema 2.2.1

1. La lectura ideológica que realizaste te permitirá contestar las cuestiones planteadas en los siguientes términos:

- a) El contenido explícito es el que se plantea de manera manifiesta, lo que claramente se dice en cada mensaje impreso.

Pero el contenido implícito se refiere a los valores o ideas que se sugieren veladamente.

- En el texto 1 Existe una marcada ideología sexista, se afirma la actitud machista que subordina por completo a la mujer.

- En el texto 2 Se recurre a las promesas mil veces repetidas, para legitimar y justificar una política gubernamental.

- En el texto 3 Se utiliza a la mujer como un mero objeto sexual y pretexto para el consumo de un determinado producto.

- b) La versión del mundo que proporciona cada uno de los textos es la siguiente.

- En el texto 1 Una realidad donde la mujer gira alrededor del macho mexicano.

- En el texto 2 Una realidad donde el presidente es capaz de resolver todos los problemas del país.

- En el texto 3 Una realidad donde la mujer es un objeto sexual.

c) El tipo de persuasión varía.

- En el texto 1 Es una persuasión afectiva que apela a motivaciones ético-morales.
- En el texto 2 Es una persuasión intelectual.
- En el texto 3 Es una persuasión afectiva que apela a lo hedónico.

d) Los personajes son:

- En el texto 1 El macho (que no se ve por completo) y la amante arrodillada; el macho como amo y señor, y la amante como esclava.
- En el texto 2 El presidente y los representantes del sector obrero.
El presidente como ser omnipotente que satisface las demandas de su pueblo.
Los representantes obreros sólo son comparsas del presidente.
- En el texto 3 La mujer reducida a objeto sexual.

2. Después de haber examinado la tira de historietas, debiste haber contestado:

- a) Tiene 3 viñetas. (Recuerda que la viñeta es el cuadro ilustrado).
- b) Sí hay secuencia narrativa. Hay un desarrollo de una situación trágico-cómica.
- c) Si se usan los globos. El diálogo está encerrado en ellos.
- d) Los personajes principales son dos amas de casa.
- e) Es una historieta satírico-política, realizada por un chileno que pinta la realidad latinoamericana bajo una dictadura militar.

3. Compara las respuestas que diste, con el contenido que hace referencia a las revistas.
4. Si leíste con atención el texto de la revista comercial femenina, seguramente coincidirás en que plantea una realidad donde la mujer gira alrededor del hombre, señalándose sitios y actividades en los cuales ellas puedan pescar maridos. Se sugieren como valores determinados comportamientos femeninos : la coquetería, el buen aspecto físico, la elegancia, etc., todos buscando la atracción masculina.
5. De la observación de la 1a. plana que se te presentó, seguramente señalaste:
 - a) Que su tamaño es estándar.
 - b) Que su logotipo y el fechario, se encuentran a la mitad de la plana en el extremo izquierdo.
 - c) Que los titulares principales se destacan con letras más grandes, y que están arriba del logotipo.
 - d) Que los textos informativos son las diversas noticias que allí se encuentran.
 - e) Que el apoyo icónico son las 4 fotografías que se reproducen.
6. Compara tus respuestas con el contenido de la guía que hace referencia al periódico.
7. La práctica constante de la lectura del periódico, especialmente de sus editoriales, te permitirá desarrollar la habilidad para ir detectando con mayor precisión la postura política del periódico.

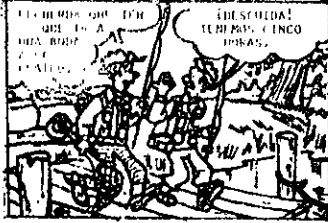
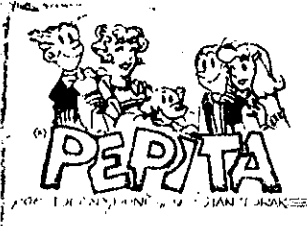
Subtema 2.2.2

Comenta con tus familiares, con tus amigos y con el consultor de la asignatura, las respuestas, que hayas dado a las preguntas 1, 2 y 3. Esto te permitirá afianzar tus ideas en torno a las actividades que se te piden.

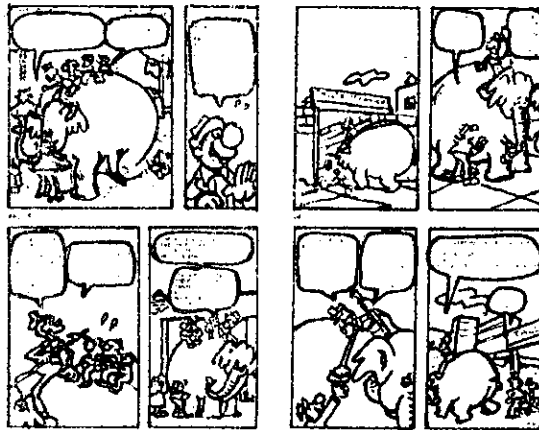
AUTOEVALUACION

1. Explica que significa el hecho de que los medios impresos (periódicos, revistas e historietas) son acrónicos.
2. Menciona cuáles fueron las primeras publicaciones periódicas que aparecieron en el país.
3. Explica cuál fue el papel que la prensa tuvo en el Porfiriato.
4. Explica qué consecuencias trajo en los medios impresos la consolidación del capitalismo en el país.
5. Menciona de qué manera se ha manifestado el control que el estado tiene sobre los medios impresos.
6. Identifica a qué país y a qué época pertenecen los siguientes ejemplos de historietas.

a)



b)



C)

¿Y SI LE DIJERA QUE LO ÚNICO QUE DEBABA ERA VERLO?

ESO IMAGINE.

ME INTRIGA USTED, DOCTOR. NO COMPRENDO COMO ES POSIBLE QUE SE ADENTRE EN ESTOS RINGONES, LEJANOS DE LA CIVILIZACIÓN, CON EL ÚNICO OBJETO DE DESCUBRIR UNA ENFERMEDAD.

PAROTINHA SE PUSO DE PIE Y ANTES CADENCIOSA, SANÓ LA ENFERMEDAD AL MÉDICO.

SU PRESENCIA EN LA ISLA ME INCOMODA.

LE MANEJÉ DECIR QUE SE FUERA; INCLUSIVE LO ANUNCIÉ Y USTED NO HIZO CASO DE MIS DESEOS.

D)

THE YELLOW KID TAKES A HAND AT GOLF

7. Menciona cuáles son los géneros de historietas que predominan en el país y cuáles son las dos historietas más leídas.
8. Explica a qué se deben los grandes tirajes de las revistas, especialmente de las femeninas.
9. Describe cuál es el papel que la figura de la mujer tiene en las revistas.
10. De acuerdo con tu opinión expresa si en México existe o no existe libertad de prensa. En cualesquiera de las dos casos justifica tu opinión.

Lineamientos para las respuestas de autoevaluación.

1. Debiste expresar que los medios impresos son acrónicos porque transmiten información después de haber ocurrido los acontecimientos.
2. Las primeras publicaciones fueron la Gaceta de México y Noticias de Nueva España.
3. Debiste señalar que un sector de la prensa ejerció una práctica periodística liberal, frente a otro sector que actuó sometido al poder gubernamental constituyéndose en una prensa oficialista.
4. Entre otras cosas pudiste haber señalado lo siguiente:
 - . La producción periodística se industrializó y se masificó.
 - . Los medios impresos se tornan en empresas lucrativas vendedoras de mercancías mediante la publicidad.
5. El control puede ser de diversas formas. Por ejemplo utilizando los subsidios, limitándoles el papel, imponiendo una censura velada, otorgando pagos especiales a periodistas para comprar su silencio, o su apatía por los acontecimientos políticos, etc.
6. La historieta a nació en Estados Unidos en la década de los 30'.
 - La b se trata de la Familia Burrón que nació en México en la misma década de los 30'.
 - La c procede también de México y apareció en la década de los 70'.
 - La d The Yellow Kid nació en Estados Unidos a finales del siglo XIX.

7. Los géneros que más predominan son los de temas de héroes y la de melodramáticos. Las dos historietas que por sus tirajes son más leídas son Kaliman y Lágrimas y Risas.
8. Los tirajes enormes se pueden justificar debido a que existe un enorme público que las demanda. Este público en su mayoría son mujeres. Un papel importante juegan las empresas editoriales, sobre todo las transnacionales que persuaden e influyen ideológicamente en el gusto de los lectores.
9. La mujer en las revistas es considerada como objeto sexual que induce al público lector al consumo. Por consiguiente es mercantilizada con el propósito de obtener ganancias.
10. Comenta tu opinión con tus compañeros, con tu familia, con tu consultor. Esta interrelación enriquecerá tus puntos de vista y ampliará tu forma de pensar al respecto.

Explicación integradora.

Una vez finalizado el estudio de esta unidad conoces los elementos del proceso comunicativo en los medios impresos mexicanos así como la función mediadora que éstos realizan para lo cual, primero se clasificaron a los MCM de acuerdo a sus lenguajes y por los instrumentos que utilizan; enfocamos tu atención en los medios impresos señalando las características generales de cada uno de sus tipos, además se presentó una panorámica histórico-social de su desarrollo lo que te permitió establecer la relación entre el sistema social y los medios impresos.

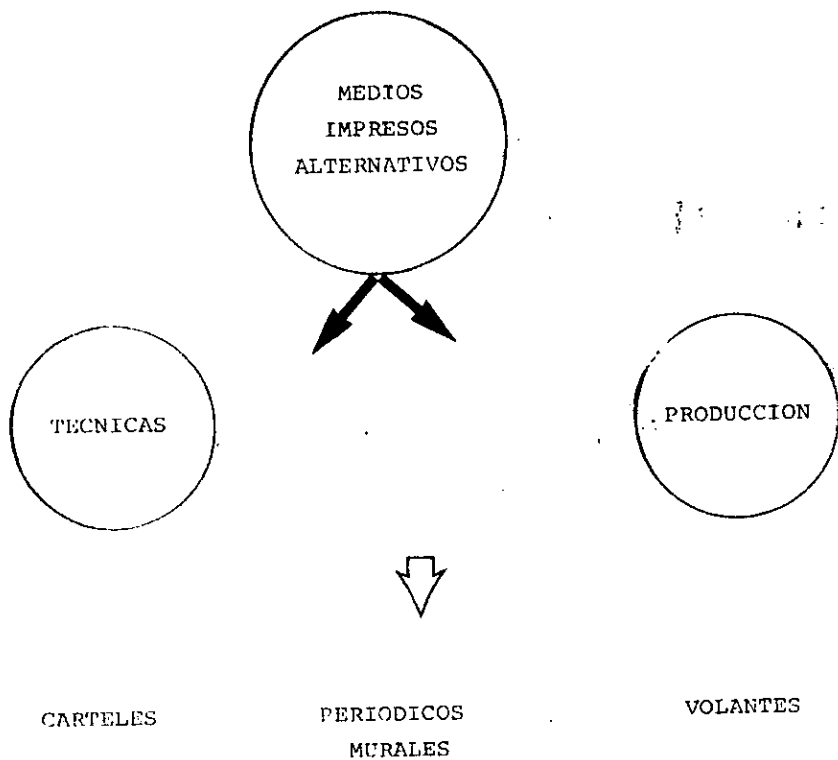
Para conocer la visión del mundo que proponen los medios impresos mexicanos se procedió a plantear una metodología general de lectura ideológica o crítica de los mensajes, con lo cual pudiste detectar tanto el contenido implícito de los mensajes como la forma en que tratan de persuadirnos a través de una visión parcial y tendenciosa. Se realizó un examen general de cada uno de los tipos de medios impresos, se investigó el formato de las historietas y las formas rituales de los comics mexicanos, para luego estudiar sus contenidos y mitos ideológicos. Lo mismo se llevó a cabo con las revistas comerciales, examinando en particular la ritualización y la mitificación de las revistas comerciales femeninas. Finalmente, se hizo el mismo estudio de formato y contenido en los periódicos, se eligió como muestra los diez principales diarios matutinos de la ciudad de México.

Todo lo anterior te permitió valorar la función mediadora que realiza el sistema de comunicación pública en particular en los medios impresos mexicanos. Ante esta comunicación institucionalizada existe la posibilidad de expresión por otros medios los que conocerás en la próxima unidad.

Unidad III

Medios impresos alternativos

CONTENIDO DE LA
UNIDAD III



CUESTIONAMIENTO GUIA

En las anteriores unidades estudiaste la función del sistema de comunicación pública que domina en las sociedades modernas: la de los medios de comunicación de masas. Se proporcionaron las categorías fundamentales para examinar críticamente a la comunicación de masas; incluso se utilizaron estos conceptos para estudiar, de manera particular, la mediación en los medios impresos de comunicación de masas en nuestro país.

Sin embargo, a lo largo de tus experiencias cotidianas te habrás relacionado con mensajes impresos que no son producidos o difundidos por los medios masivos de comunicación. Seguramente te han repartido algún volante en la calle, o has leído rudimentarios carteles de información en tu centro de estudios o de trabajo, o bien, conoces periódicos murales o historietas educativas. Todas estas expresiones impresas no dependen de los medios de comunicación de masas, porque son elaborados por sujetos colectivos y organizados que producen su propio mensaje y lo difunden con un sentido determinado. La verticalidad de los mensajes de la comunicación de masas parece quebrarse. ¿Será posible tomar la palabra de manera alternativa a los medios de comunicación de masas ?.

Si es posible una comunicación alternativa, entonces cabe hacer las siguientes preguntas: ¿Qué técnicas utiliza ? ¿Cómo puede producirse?

Es importante que antes de estudiar esta última unidad reflexiones sobre estas cuestiones, para las que encontrarás respuestas en el contenido que se desarrolla a continuación.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

Cuentas ya con una serie de herramientas conceptuales para examinar el papel de los medios de comunicación de masas. Has reflexionado y valorado la función de estos medios en las anteriores unidades, además se te ha proporcionado un método para realizar lecturas críticas de los medios impresos de comunicación de masas.

Existen, empero, expresiones impresas alternativas con las que cotidianamente te relacionas -como volantes, carteles, periódicos murales, etc., que todavía no has estudiado y que son importantes por cuanto que constituyen un canal de expresión comunicativa alternativa.

Por otro lado, hasta ahora te hemos tratado como un actor receptor de mensajes impresos que, en todo caso, debe ser más crítico. No obstante, nunca nos hemos referido a tí como a un potencial comunicador, como un actor emisor que puede producir sus propios mensajes.

Debido a ello, es vital que conozcas este tipo de comunicación porque te permite convertirte en actor emisor comunicador y productor de sus propios mensajes.

Por consiguiente, al término de esta unidad serás capaz de caracterizar y valorar los medios impresos alternativos; asimismo sabrás qué técnicas se utilizan y cómo se producen esos medios impresos alternativos, después de haberte ejercitado en la producción de expresiones impresas de comunicación alternativa.

INTRODUCCION A LA UNIDAD

Hasta ahora se ha estudiado a la comunicación pública que predomina en el mundo contemporáneo, la de los medios de comunicación de masas, con su imposición vertical y ritualizada de mitos ideológicos, con funciones mediadoras para la reproducción de la sociedad. Incluso se particularizó su estudio en los medios impresos de comunicación de masas en México.

Sin embargo, circulan expresiones impresas en los centros laborales, en las instituciones educativas, en las colonias y barrios de las ciudades, que no son producidos o difundidos por los medios impresos de comunicación de masas. Es innegable que medios impresos como volantes, periódicos murales, carteles etc., se propalan de manera alternativa a la comunicación pública dominante.

Para completar el estudio sobre los medios impresos se debe examinar también a ese proceso comunicativo horizontal y crítico, alternativo a la comunicación de masas dominante.

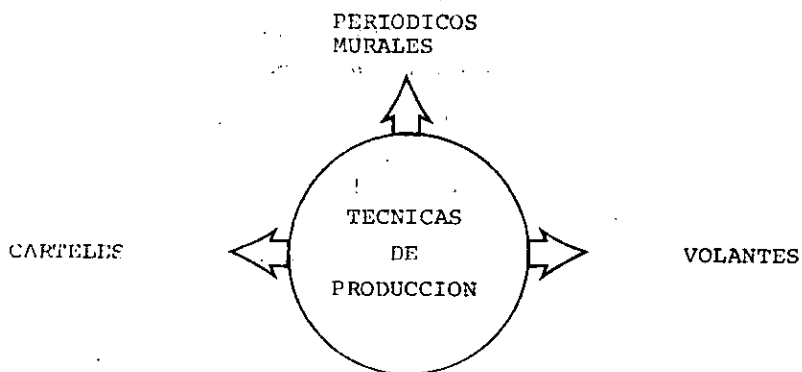
No sólo se caracteriza teóricamente a la comunicación alternativa en los medios impresos; también se proporcionan una serie de indicaciones prácticas para elaborar medios impresos alternativos.

En esta unidad se tratará de acercarte al estudio del fenómeno comunicativo no sólo como un actor receptor; sino como un actor emisor, productor de sus propios mensajes impresos alternativos.

TEMA 3.1

PRODUCCION DE MEDIOS
IMPRESOS ALTERNATIVOS

SUBTEMA 3.1.1.
TECNICAS DE PRODUCCION



3.1. PRODUCCION DE MEDIOS IMPRESOS ALTERNATIVOS.

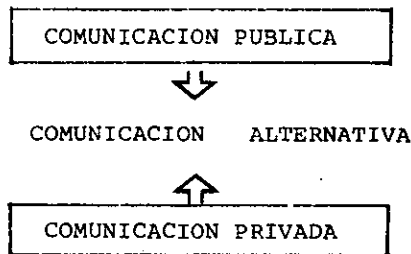
Imagínate que llegas a la escuela y, en la entrada, un trabajador te ofrece un volante que te informa de los problemas laborales que tienen. Lo lees rápidamente y lo guardas entre tus libros. Te diriges a la biblioteca pensando sobre la información que te acaban de proporcionar y antes de entrar a ella te llama la atención una información pegada en el tablero de la pared. Te detienes y la lees por completo. En ese periódico mural un grupo de estudiantes te informa sobre los problemas que atraviesa tu escuela; las caricaturas te hacen reír y los textos despiertan tu curiosidad. Recuerdas que ya has leído otros periódicos de los mismos autores siempre con el mismo nombre y en el mismo sitio, apareciendo de manera regular. Te dan ganas de dar tu opinión, de modo que en el espacio en blanco que dejaron para ese fin, expresas directamente tu adhesión a las propuestas que hacen. Entrás a la biblioteca, sacas tus libros y te dispones a estudiar cuando se te acerca José Luis, comentando con animación sobre el contenido del periódico mural. Antes de que la encargada los calle, le señalas un cartel que con un dibujo y un texto exhorta a guardar silencio. José Luis baja la voz, pero la bibliotecaria ya los está regañando.

En este ejemplo, no muy lejano de tus experiencias, se reciben varios mensajes impresos que, sin embargo, no provienen de los medios impresos de comunicación de masas.

¿Qué tipo de medios impresos son? ¿Qué clase de comunicación promueven?

Sin duda, es una comunicación más local, que se desarrolla en comunidades, en instituciones u organizaciones educativas o laborales, en determinados grupos o sectores sociales, donde ciertos agentes sociales deciden elaborar medios impresos de comunicación a bajo costo, convirtiéndose de este modo en actores emisores; con tales rudimentarios instrumentos comunicativos que amplifican y multiplican el mensaje, se crean y difunden medios impresos con estructuras participativas, superando así la verti-

calidad y unidireccionalidad de los medios masivos de comunicación al establecer un proceso comunicativo horizontal y democrático; a través de esos medios, expresan representaciones ideológicas antiautoritarias, de acuerdo con intereses y valores de los sectores marginados y dominados. A esta comunicación intermedia entre la pública y la privada, que surge como una alternativa a los medios de comunicación de masas, se le denomina Comunicación Alternativa.

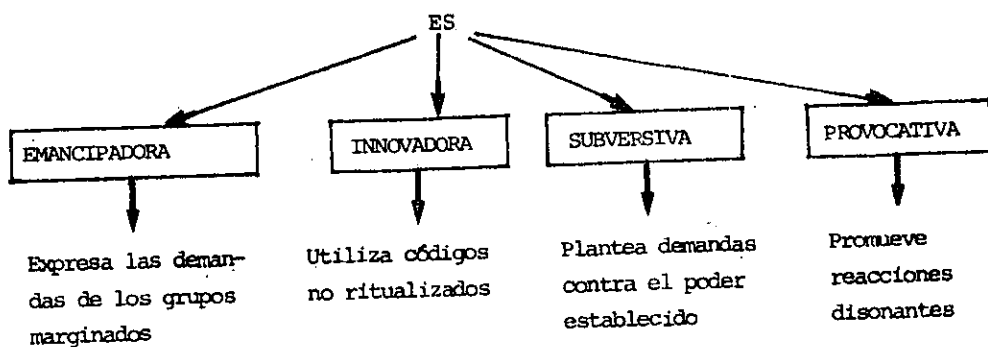


Aunque esta comunicación alternativa siempre se ha manifestado de manera espontánea, en América Latina durante los años sesentas, varios teóricos y grupos de comunicadores le dieron forma a un proyecto de comunicación alternativa formulando los siguientes lineamientos:

- 1) De manera autogestiva deben producirse medios comunicativos alternativos, grupalmente y "devolviendo el habla al pueblo" evitando el verticalismo y el carácter unidireccional de los mensajes, ligando la producción comunicativa con el consumo al abrir el medio a la participación y al diálogo, convirtiendo a los actores receptores en emisores en un proceso comunicativo abierto.

- 2) La distribución de los medios comunicativos alternativos debe apoyarse en las formas organizativas de las comunidades, sectores sociales o grupos:
- 3) Los contenidos de los mensajes deben expresar representaciones ideológicas antiautoritarias; de los grupos dominados; también deben apelar a que se confronten los mensajes con la realidad. En cuanto a la forma, deben seleccionarse temas no triviales, tratando de proporcionar una visión integral, evitando los textos meramente informativos o persuasivos, procurando comunicar con discursos abiertos, autocríticos y cuestionadores.

La comunicación alternativa promueve el uso de la comunicación contracomunicativa.



Con estas ideas, se presentan a continuación algunas técnicas para la producción de mensajes impresos alternativos.

3.1.1.1. TECNICAS DE PRODUCCION DE MEDIOS IMPRESOS ALTERNATIVOS

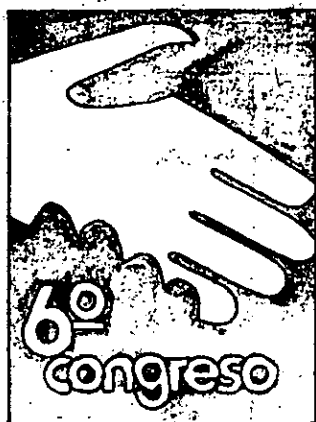
Las técnicas que se indicarán en este apartado se refieren a medios impresos de comunicación a bajo costo, es decir a medios impresos fáciles de elaborar con materiales baratos y accesibles.

a) CARTELES.

Los carteles son medios impresos de comunicación que con materiales gráficos logran transmitir un mensaje que atrae y persuade de al público receptor, mediante la unidad de imágenes y textos breves.

Existen dos tipos de carteles: Los informativos y los formativos.

Los informativos .- Anuncian eventos, conferencias, etc., ya sea mediante la combinación de textos e imágenes o sólo a través de textos.



Los Formativos.- Propician hábitos de seguridad e higiene o de otra clase; en este tipo de carteles tiene preponderancia la imagen.



Aunque el mensaje del cartel es global y se percibe como una totalidad armónica de elementos, es necesario tener presentes las siguientes características generales de los carteles para que sean tomadas en cuenta en el momento de la elaboración de estos medios comunicativos: la imagen, el texto, el color, el tamaño, la composición, la valoración, el boceto y la reproducción de los originales.

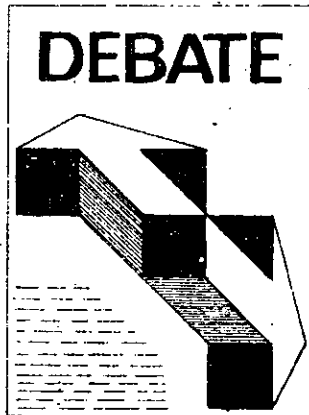
Imagen. Resume gráficamente la idea que se quiere transmitir; tal síntesis no debe ni ser excesivamente simplificada ni ser abstracta. Las imágenes pueden asumir las siguientes formas:

NATURALES



Reproducen total o parcialmente a los objetos o seres.

GEOMETRICAS



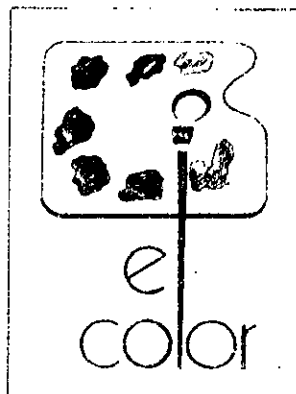
Manejan figuras geométricas.

ABSTRACTAS



Recurren a técnicas de la pintura no figurativa.

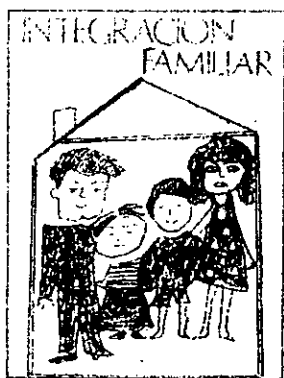
Las imágenes más utilizadas son las naturales. Aunque se recurre a fotografías, sobre todo se usan imágenes dibujadas, reproduciendo formas naturales, caricaturizando personas o situaciones, o bien, estilizadas formas geométricas o abstractas.



Texto. Fija el sentido de la imagen y lo refuerza. También juega un papel equilibrante en la totalidad del cartel. La redacción de este texto debe ser corta, directa y clara. Pueden funcionar como encabezados o títulos destacados, o bien como pie de la imagen o el título, que clarifican o explican, siempre recurriendo a letras que correspondan a la estructura del cartel, a su imagen o al tema, procurando que sean armónicas y sencillas.



- . Color. Hace llamativo el mensaje del cartel. Se deben usar pocos colores, sin mezclas ni matizar, seleccionando aquéllos que sean claros y luminosos, buscando contrastes atractivos.
- . Tamaño. Depende de la importancia del mensaje y de los lugares donde se coloquen; el tamaño común del cartel es de 70 cm. de ancho por 100 cm. de largo, aunque puede ser menor.
- . Composición. Distribuye los elementos del cartel, sobre todo la imagen y el texto, en un formato determinado, equilibrando los distintos elementos de manera armónica, constituyendo una unidad significativa.



Además de todo lo anterior, es necesario considerar los elementos psicológicos que involucra el mensaje del cartel, cuyo propósito es llamar la atención del actor receptor apelando a sus intereses, motivaciones y actitudes.

Finalmente, para producir carteles, puedes seguir el siguiente procedimiento.

1. Detectar las necesidades que trata de cubrir el cartel.
2. Seleccionar el tipo de cartel: informativo o formativo.
3. Determinar el tema o contenido del cartel.
4. Definir las características de los destinatarios (cultura, escolaridad. . .
5. Elaborar el proyecto o boceto del cartel en miniatura; ello significa:
 - Expresar la idea o el tema gráficamente,
 - Unir armónicamente la imagen y el texto, de manera simple y agradable, buscando impactar a los espectadores.

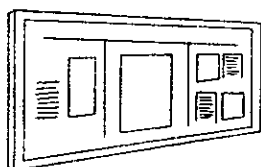
 - Determinar si se apoya en un dibujo o en una fotografía.
 - Hacer varias composiciones, estableciendo los colores, el tamaño y el formato.
 - Seleccionar los mejores bocetos.
6. Valoración final. Como espectador es preciso sentir el cartel, confrontar otras opiniones y revisar cada elemento por separado. De esa última revisión debe salir un boceto definitivo.
7. En base al boceto, se procede a elaborar el cartel original con todas las características que antes se habían esbozado.

b) PERIODICOS MURALES.

Los periódicos murales son grandes carteles que informan a través de textos e imágenes. Se les llama periódicos porque de manera regular, difunden sus mensajes. Son murales porque su formato es muy extenso y comunican gráficamente desde un muro. Son elaborados por un pequeño grupo de una comunidad, institución, centro laboral o población, para establecer una comunicación alternativa, local y directa, con el sector social al que pertenecen. Son medios comunicativos de bajo costo y fáciles de hacer que promueven el acercamiento social, difunden mensajes de interés para el sector social del que forman parte e invitan a la participación y al diálogo comunicativo.

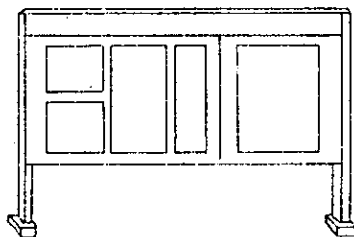
Existen varios tipos de periódico mural.

FIJO



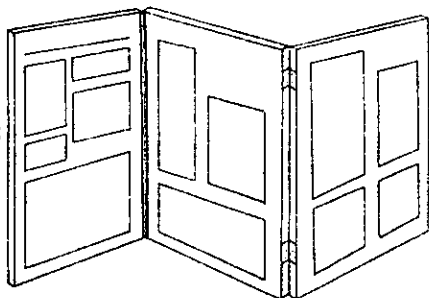
Se coloca de manera permanente en un tablero en la pared.

MOVIBLE



Se coloca en un tablero que puede ubicarse en varios sitios.

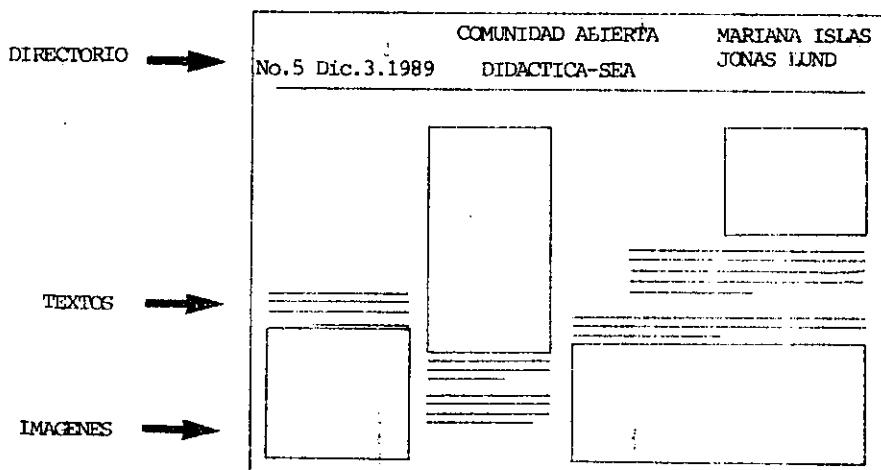
MOVIBLE DE BIOMBO



Se fija en un biombo transportable que puede ubicarse en varios sitios.

Un periódico mural se compone de los siguientes elementos básicos:

1. Textos. Escritos que informan a través de las diversas formas periodísticas: noticias, artículos, reportajes entre otros géneros.
2. Imágenes. Ilustraciones, dibujos o fotografías, que apoyan y refuerzan a la información escrita ; pueden ser originales o recortadas de otros medios impresos como revistas o periódicos.
3. Directorio. Datos esenciales del periódico mural:
 - Nombre del periódico.
 - Fecha del periódico.
 - Institución o lugar.
 - Responsables y colaboradores.



Para producir periódicos murales se deben seguir los siguientes pasos:

1. Planeación del periódico
2. Diagramación del periódico
3. Elaboración de textos
4. Elaboración de ilustraciones
5. Montaje del periódico

1o. Planeación del Periódico Mural.

Antes que nada, debe existir un grupo dispuesto a elaborar durante un lapso de tiempo determinado un periódico mural, esto es, debe existir la intención clara y definida de hacer y difundir un periódico mural con una frecuencia regular (semanal, quincenal, mensual etc.), con ciertos objetivos generales. Estos objetivos pueden ser muy variados pero es necesario precisarlos. A partir de ellos se deben desprender tareas concretas e inmediatas. Por ejemplo, un objetivo general puede ser:

Informar a los estudiantes sobre los problemas sociales del país.

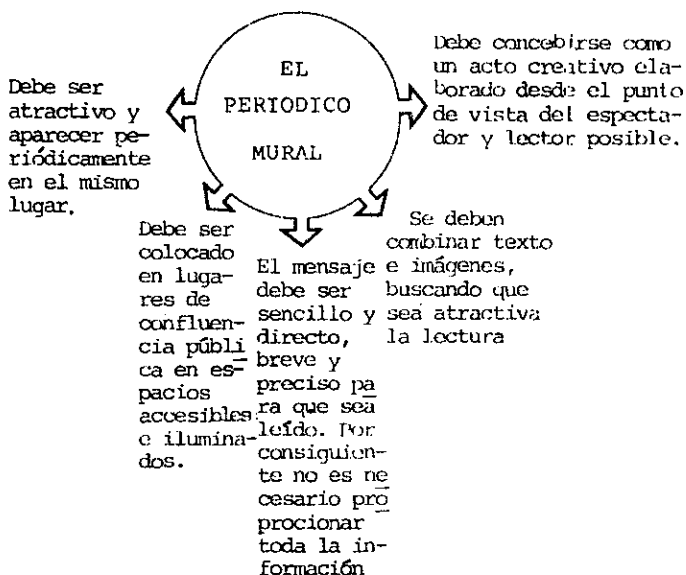
De este objetivo se pueden desprender algunos particulares, que van a dar la pauta de las actividades que se deberán realizar para elaborar el periódico. Por ejemplo:

- . Investigar sobre los problemas sociales, consultando libros, revistas, diarios.
- . Tomar notas, elaborar textos informativos.

Una vez establecido el objetivo general, se deben planear varios periódicos, definiendo su periodicidad así como su formato y contenido. De esta manera, es necesario llevar a cabo los siguientes pasos.

- Darle nombre al periódico (y, si se quiere, un lema); este nombre debe tener alguna relación con el objetivo general definido por el grupo.
- Establecer cada cuando va a ser difundido, los temas de varios números y las tareas que serán necesarias realizar en un lapso de tiempo determinado (calendario de actividades).
- Definir el formato del periódico: su tamaño, las secciones del mismo, su diagramación.
- Planear su contenido: ¿quiénes son responsables? ¿cuándo lo tienen? planear una previa revisión conjunta.
- Discutir y concluir sobre su colocación: en dónde y cómo.

En la planeación es muy importante la consideración de los siguientes aspectos para elaborar un buen periódico mural.



2o. Diagramación del Periódico Mural.

La diagramación se refiere a la forma concreta en que se decide ordenar los textos y las imágenes; en esta tarea se deben considerar los siguientes elementos.

- Papel que se decidió utilizar (bond, revolución, etc.)
- Tamaño del periódico mural, definido a partir del lugar donde se piensa colocar.
- Formato acordado, ya sea horizontal, vertical o de cualquier otra forma (circular, cuadrangular, etc.).
- Logotipo con el nombre del periódico, lema, fecha, lugar y número de la publicación.
- Placas y separadores; líneas que nos sirven para separar los textos, las secciones, las ilustraciones, evitando la impresión saturada; estas líneas pueden ser horizontales, verticales, continuas o discontinuas, de diferentes anchos y tipos.
- Secciones y editorial; deben destacarse con un título con letra más grande y diferente a la utilizada en los textos.
- Marcos y recuadros que son líneas que rodean a cada texto o ilustración para destacarlos o distinguirlos.
- Tipo y tamaño de la letra que se va a utilizar para el logotipo, para los títulos, los artículos, las noticias, etc. Pueden hacerse a máquina o a mano, con plumones y marcadores. Por lo regular se combinan. También se puede recurrir a plantillas de letras o letras adheribles.
- Dami o modelo a escala para armar y formar los textos e imágenes del periódico mural; es el borrador del periódico donde se ensaya la manera de acomodar todos los elementos del periódico: logotipo, placas, textos, ilustraciones.

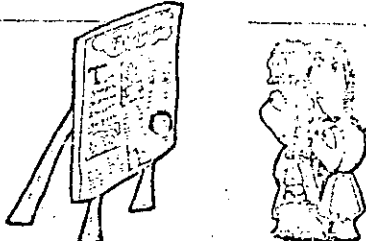
3o. Elaboración de Textos.

- Los textos deben ser redactados de la manera más clara posible, con un lenguaje sencillo y de acuerdo con el nivel cultural del público al que se dirige; los textos deben ser breves y directos,

sintéticos y precisos.

- Las letras utilizadas para los textos deben ser legibles; si se hace a mano con plumones, es necesario trazar renglones para hacer más claras las letras y más ordenados los textos del periódico.

Para dar una mejor presentación a nuestros textos hechos a mano es importante trazar renglones en el papel; así lograremos que las letras sean claras, de un mismo tamaño y estén alineadas. Un periódico mural hecho de esta manera llamará fuertemente la atención de los espectadores.



Los textos pueden escribirse con mayúsculas y minúsculas o solamente con mayúsculas. Para el primer caso debemos trazar tres líneas: dos que nos indiquen el tamaño total de las letras y una para diferenciar las mayúsculas de las minúsculas.


Para escribir las minúsculas hay que

Para los textos en mayúsculas sólo necesitamos dos líneas por renglón, las que nos indican el tamaño total de las letras.

LAS LETRAS

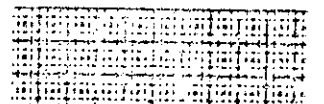
En cualquier caso hay que establecer un espacio constante entre renglón y renglón.

Hacer bien las letras están esencial en la elaboración de nuestros Periódicos Murales como lo son las imágenes.



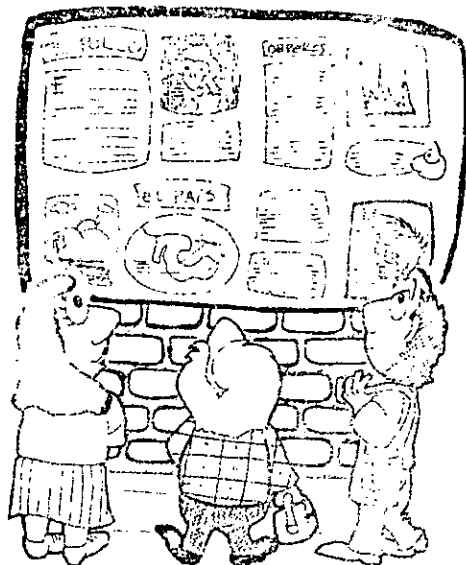
¡AY QUE HACER UNA POR ARTICULO.

CAPITULARES: Se llaman así las letras que inician los artículos, generalmente de tamaño mayor (2, 3 ó 4 veces) al de las letras del texto. Sirven para darle presentación a nuestros artículos y para señalar claramente su comienzo.



4o. Ilustraciones del Periódico Mural.

Se debe recordar que el periódico mural combina los textos con las imágenes para hacer un medio comunicativo atractivo e interesante; es posible recurrir a dibujos o fotografías de revistas de periódicos, incluso es conveniente hacer un archivo gráfico para próximos números del periódico. También se pueden utilizar fotos originales, caricaturas e historietas. No debemos prescindir de los colores para hacer más llamativo el periódico.

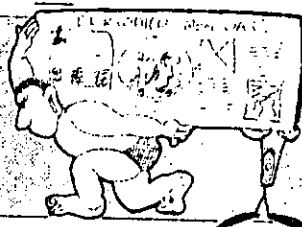


5o. Montaje del Periódico Mural.

En esta última fase, se procede a armar el periódico mural en base al domi o modelo a escala que se hizo de él. Se pegan los textos y las ilustraciones, se trazan las placas, los marcos y los recuadros. Se hacen los renglones y se elabora el texto siguiendo el domi. Una vez terminado, se fija en el lugar previamente acordado. Se procura no colocarlo ni muy abajo ni muy arriba para que pueda ser leído sin dificultades. De hecho, el tamaño convencional del periódico mural no es menor a un metro por un metro, ni mayor a un metro por dos metros de largo; es conveniente fijarlo a una altura de 1.20 mt.

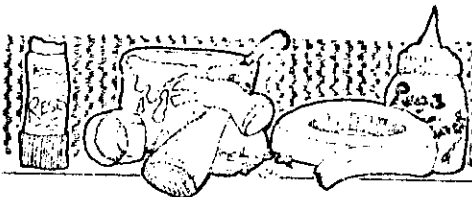
MATERIALES DE SOPORTE:

Tablones de madera.
Corcho.
Poliuretano.
Papel en rollo.
Cartón corrugado.



PEGAMENTOS:

Engrudo.
Cola vegetal y animal.
Resistol.
Chinchas.
Tachuelas.
Grapas.
Cintas adhesivas.



c) VOLANTES.

Los volantes son hojas informativas muy útiles para establecer una comunicación alternativa dentro de un grupo social. Son medios de comunicación a bajo costo, fáciles de elaborar y distribuir, empleados comúnmente por grupos u organizaciones sociales para dar una información de interés particular. Sin embargo, la gran mayoría de volantes no cumplen con su función comunicativa por las deficiencias técnicas que existen en su elaboración.


Para producir volantes puedes seguir el siguiente procedimiento:

- Definir la idea central
- Desarrollar el texto
- Diagramar el volante

Definir la idea central

Los volantes son muy útiles para comunicar ideas breves y simples, pero poco funcionales si se trata de informar ideas complicadas o extensas; por eso, antes de escribir algo es preciso definir la idea central que se quiere comunicar.

EJEMPLOS:




- * Historia de la lucha de la Pascual.
- * Descripción de cada una de las dependencias gubernamentales.

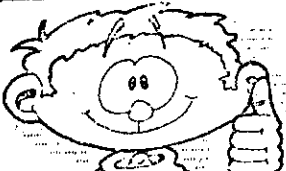
DEMASIADO EXTENSAS.



- * Orígenes y consecuencias de la crisis económica.
- * La verdadera finalidad de la reforma electoral.



DEMASIADO COMPLICADAS.



- * Breve informe económico.
- * Convocatorias.
- * Denuncia brevemente tratada.
- * Síntesis de avances de alguna lucha.
- * Pequeñas cápsulas que motiven a la reflexión.

Desarrollo del texto.

A partir de la idea central que se desea comunicar se debe desarrollar el texto del volante. Para tal efecto, se dan las siguientes recomendaciones:

- Usar un lenguaje sencillo, claro y familiar; evitar términos difíciles o frases rebuscadas.
- Hacer un texto breve, con los datos esenciales, sin recargar el texto de datos porque puede confundir, diluir la idea central o resultar tan largo que nadie termine de leerlo.

Evitar consignas o frases hechas que hacen de los volantes medios poco confiables para los lectores.

EJEMPLOS:

A partir de 1968, año en el que los enfrentamientos violentos entre los estudiantes y los granaderos dejaron a la vista la incapacidad de éstos para controlar al pueblo, el Estado mexicano ha invertido buena parte del gasto público para dotarlos con armas de fuego, escudos, carros antimotines, equipo de radio, bombas de gases lacrimógenos, uniformes, cascos, botas nuevas, credenciales, colcomanías, ...

DEMASIADOS DATOS.

DESARROLLO INCORRECTO DEL TEXTO

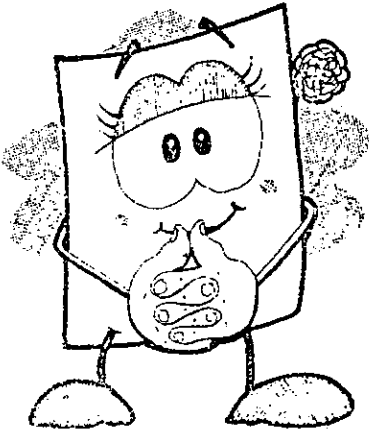
DATOS CORRECTOS Y BIEN ORGANIZADOS QUE PLANTEAN UN BUEN DESARROLLO DEL TEXTO

Desde que, en 1968, el Estado mexicano no se dio cuenta de que los granaderos no tenían la fuerza necesaria para controlar a la población, comenzó a invertir una buena parte de los impuestos en equipo y entrenamiento para ...

Diagramación del volante.

Una vez redactado el texto, se debe buscar una diagramación atractiva; para ello se presentan a continuación las siguientes sugerencias:

- Usar letra clara y grande.
- Utilizar renglones cortos. Los renglones largos dificultan la lectura.
- Introducir ilustraciones y espacios en blanco para que resulte atractivo a la vista y su lectura sea amena y fácil.
- Separar claramente los párrafos y evitar al máximo el cortar palabras y el uso de abreviaturas . . .



EL TERCER PASO es lo que se llama la DIAGRAMACION, o sea, distribuir el texto que definimos en el paso anterior en un espacio determinado de modo que quede bonito, para que llame la atención y sea leído por completo.

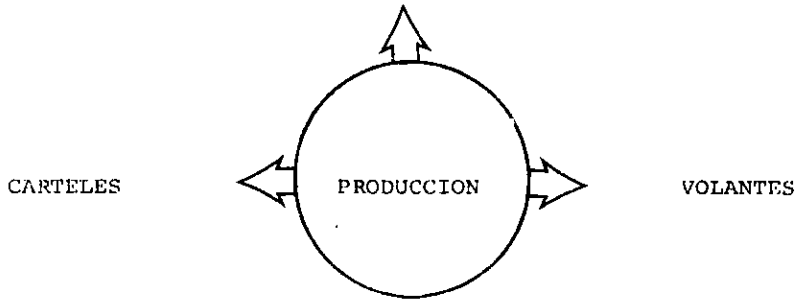
El preocuparse porque el volante se vea bonito puede parecer algo no muy importante; pero debemos tomar en cuenta que a la gente le atrae lo bello. Si una persona contempla un atardecer no es porque tiene la obligación de hacerlo, es por la belleza del espectáculo.

TEMA 3.1

PRODUCCION DE MEDIOS
IMPRESOS ALTERNATIVOS.

SUBTEMA 3.1.2
PRODUCCION DE MENSAJES
IMPRESOS ALTERNATIVOS.

PERIODICOS
MUNICIPALES



3.1.2 Producción de mensajes impresos alternativos.

En esta parte final de la unidad, debes tomar la palabra en el proceso comunicativo y asumir el papel de actor emisor para producir tus propias expresiones impresas alternativas.

Con este propósito, se presenta enseguida el material necesario para que apliques el procedimiento de cada uno de los 3 medios impresos. La ejercitación que podrás hacer en esta guía será mínima. Es necesario, por consiguiente que continúes practicando lo más que puedas y por tu propia cuenta. Sólo así será posible desarrollar y perfeccionar las habilidades para la producción de mensajes impresos.

PRODUCCION DE UN CARTEL

Imagínate que en tu trabajo te piden que hagas un cartel sobre la siguiente información. Así pues, lee con mucha atención lo que plantea el texto.

Participará el TRI en un festival de rock en París

Joel Salinas/Prudenciano Moreno

Entre el 26 y 29 de julio tendrá lugar en Lima, Perú, un magno festival de rock a beneficio de la infancia sin hogar de ese país, que como el nuestro, enfrenta graves problemas de marginalidad social y económica. Lo importante a resaltar aquí, es que la organización del evento responde a la iniciativa de la Fundación por los Niños de Perú, institución presidida por la esposa de Alán García, presidente de Perú, y uno de los líderes políticos latinoamericanos de mayor relevancia en la región.

En el concierto participarán, a invitación expresa de la Fundación, agrupaciones rocanroleras de Brasil, Perú, Argentina y México. Por parte de nuestro país estará uno de los más populares y representativos grupos del rock nacional: el TRI (Trabajadores Rockanroleros Inde-

pendientes, a decir de su líder Alejandro Lora).

Por su soporte musical básico (el rhythm and blues con letras en español), su larga trayectoria (desde 1968) y la calidad de su último guitarrista (Sergio Mancera), el TRI ha conquistado un indiscutible sitio en la escena rocanrolera nacional que lo ha llevado a proyectar su música en ámbitos extranacionales; ha ofrecido conciertos en EU, El Salvador y ahora irá a París, donde sus discos circulan con muy buena aceptación, destacándose la rola *viciosa* (que más bien debería llamarse "rocanrolero de corazón") de su penúltimo álbum, el número 17, titulado *Simplemente*, denominación que responde a su ruptura definitiva con el antiguo Three Souls in my Mind y su cambio al Tri, simplemente.

No podemos dejar de observar que mientras en Sudamérica se espesamente el rock, como el festival de Río de Janeiro en Brasil, la apertura en Argentina y en Perú, en nuestro país, las autoridades gubernamentales siguen obstinadas en no dejar florecer esta expresión musical de la juventud, provocando que el rock nacional subsista indefinidamente en las peores condiciones y en la marginalidad más deprimente, como lo prueban las últimas cancelaciones "Inexplicables" del festival de Tenango del Aire y del Palacio de los Deportes, además de otras sistemáticas revocaciones de permisos cada vez que se planea un concierto. ¿Por qué en México habrá tal retraso cultural hablando grandes avances en materia de política exterior?

¿Qué tienes que hacer para elaborar el cartel que te solicitan ?

PASO 1

Detecta las necesidades que trata de cubrir

Algunas de ellas pueden ser por ejemplo:

- . Difundir la música rock en español.
- . Realizar una campaña de propaganda al evento de música.
- . Buscar entre el público el apoyo hacia el rock en español, etc.

PASO 2.

Selecciona el tipo de cartel informativo o formativo

De acuerdo con lo que se está transmitiendo en el artículo, se debe elaborar un cartel de tipo informativo porque se está anunciando un evento.

PASO 3.

Determina el tema o contenido del cartel

La selección del tema en este caso ya ha sido dado por el contexto de la información: un evento de rock.

Muchas veces la determinación del tema surge por los problemas que se detectan en la vida diaria. Por ejemplo la contaminación, el transporte, la vivienda, la alimentación, el trabajo, la salud, entre otros temas.

PASO 4

Define las características de los destinatarios

Por el contexto de la información y por el sentido común se puede informar que el evento va dirigido a una población joven porque los niños y los adultos no manifiestan una atracción mayoritaria por este tipo de música.

El hecho de que la población destinataria sea joven, ayuda a tener presente algunas de sus características para reflejarlas en el cartel. Por ejemplo: los colores, el lenguaje, los dibujos y demás elementos.

PASO 5

Elabora el proyecto o boceto de cartel en miniatura.

Con los elementos anteriores, estás en posibilidad de elaborar en pequeño una muestra de lo que será el cartel en grande. Puedes hacer varias muestras o borradores para que tengas diferentes opciones.

PASO 6

Realiza una valoración final de los bocetos

Una vez que ya tienes algunas muestras es necesario que las revises y las analices una por una para que selecciones aquella que más se apege a tu objetivo.

PASO 7

Elabora el cartel final

Seleccionado el boceto, procede a elaborar el cartel final, considerando el procedimiento técnico que ya se ha señalado anteriormente.

Imagínate que en tu centro de estudio te piden que elabores un periódico mural con las noticias que sobre cultura, publica el periódico de un determinado día. Para que puedas cumplir tal fin, se presenta enseguida una selección de notas del tema mencionado, aparecidas en el diario La Jornada.

■ Adscrito a la SEP; bajo su cargo TV, radio y cine estatales

Instaló Salinas el Consejo para la Cultura y las Artes

Angélica Abelleira y Arturo García Hernández [3] Al instalar ayer el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, como organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, el presidente Carlos Salinas de Gortari anunció que los institutos de Radio, Televisión y Cinematografía, antes adscritos a la Secretaría de Gobernación, quedarán bajo la coordinación de la nueva entidad. "El Estado mexicano ha respetado invariablemente la libertad de creación y de expresión de sus hombres y mujeres de pensamiento", dijo el primer mandatario.

Sobre el papel de los medios de comunicación delineó: "Vamos a abrir la televisión del Estado al debate y a la crítica y aseguramos que en la producción y en la operación de los medios audiovisuales de comunicación estatal prevalecerá el criterio de la participación solidaria y la cultura".

Ante un nutrido grupo de artistas e intelectuales que presenció el acto en Palacio Nacional, el presidente del Consejo, Víctor Flores Olea, indicó que éste "responde a un antiguo reclamo" y subrayó que "las ideas y las expresiones circulan, están vivas y fracasaría otra vez quien las pretenda sofocar".

El titular de la SEP, Manuel Bartlett Díaz, dijo que los artistas e intelectuales fueron convocados por el Presidente para "pensar, reinterpretar y expresar culturalmente la nueva realidad de México".

■ El decreto del organismo, en el *Diario Oficial*

Cine, radio y televisión estatal, en el Consejo y no en Gobernación

Ayer fue publicado en el *Diario Oficial* el decreto por el cual se creó el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública (SEP). Entre sus atribuciones se establecen: promover y difundir la cultura y las artes; ejercer, conforme a las disposiciones legales aplicables, las atribuciones que corresponden a la SEP en materia de promoción y difusión cultural y artística; coordinar las acciones de las unidades administrativas e instituciones públicas que desempeñan funciones en las áreas de referencia, inclusive a través de medios audiovisuales, de comunicación, organizar la educación artística, bibliotecas públicas y museos, exposiciones artísticas y otros eventos de interés cultural; establecer criterios culturales en la producción cinematográfica, de radio y televisión, y en la industria editorial; fomentar las relaciones de orden cultural y artístico

con los países extranjeros, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) y decidir, o en su caso opinar sobre el otorgamiento de becas para realizar investigaciones o estudios; planear, dirigir y coordinar las tareas relacionadas con las lenguas y culturas indígenas; impulsar y promover la política editorial del subsector de cultura, y proponer directrices en relación con las publicaciones y programas educativos y culturales para televisión.

Por su parte, en el artículo segundo transitorio se especifica que las atribuciones de la Subsecretaría de Cultura de la SEP (y de las unidades administrativas adscritas a ella) se entenderán conferidas, sin perjuicio de las atribuciones legales aplicables, al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, mientras que los recursos con que contara, serán autorizados dentro del presupuesto de la SEP.

■ Hermann Bellinghausen ■

Lo único bueno de ser intelectual o artista es que desde ahí se resisten mejor las marrajesas severales, y los que son. *Uelean* sin que estén allí, o hacen como si estuvieran, ciudadanamente señales al príncipe, que a su vez también les envía uno que otro niño; y si la suerte es en del todo adversa, incluso algo de presupuesto, en homenaje a, a los más perseverantes, en día de éstos, les toca un puestecillo, suena del otro mundo, sabes, pero envuelto en celofán. Esta fortuna transaccional perpetua la eterna duda gramsciana, el ser-o-no-ser de los intelectuales y el poder. Así los guerras por sus lecturas y espectadores: "A ver cómo la libera, ¿eres independiente, ¿a ver cómo la libera, ¿eres independiente, ¿a ver cómo la libera, ¿eres independiente?"

La verdad, poder, lo que se dice poder, a los intelectuales como que nunca se les da —ni siquiera ahora que el gobierno está lleno de cucares y maestros y legiones de honor. Pero sí tierra durarán burguesismo. La primera fila del público asistente a la ceremonia de instalación del Consejo del Programa Nacional de Cultura, en el Patio de Honor del Palacio Nacional, da una suma de edades superior a los dos milenios, si ellos mandaran, esto sería una gerontocracia; pero no mandan (¿estás algo más feo que El Poder Cultural?); el chibritón por el país lo detentan el joven presidente y sus secretarios de Estado que reunieron a la intelectualidad más allá de las rencillas, los viejos odios obstruidos de potestades a los que todo se pesucante tiene derecho, los validos y las llasiones. La Gran Familia Cultural aguantó un piano; si bien no... lo mismo el hijo de un...

La cultura bien vale una misa

diente que "¡date tu pa'ponerme yo; los enfants terribles que 20 años después,

Aquí no hay culpas ni edad. Tamayo y Tomasele; Paz y Fariñas; Gabo y Cuevas; Enla Olmedo y Oscar Chávez; Sabines y Chumacero; Feigueres y Alvarez Bravo; Marpulen, Mady, De Lastra y Elizondo (con bastantes premios nacionales y otros premios más particulares); el cronista de la ciudad y los perinatados diplomados que alguna vez fueron escritores; los rectores universitarios y directores teatrales o de orquesta; los actores y cineastas, pintores, caricaturistas y fotógrafos. Todos saltan a escena una vez más; no existen los dinosaurios en este granito que, por naturaleza, nunca se reconoce a no llevar alguna vez cantante.

El embajador Víctor Flores Olea encabeza el todavía difuso Consejo; lo apuntalan la Secretaría de Educación y el primer mandatario; lo acompaña todo el día.

A los intelectuales les gusta apapachar y que los apapachen. El discurso de Salinas, en su papel de presidente de todos los mexicanos, es general, convocante, consolador, con algo de autoridad y otro poco de rendición, la inteligencia, en *llamas* o en las rocas, siempre merece un trato especial. Los intelectuales por eso resisten la pobreza, la falta de influencias, los estragos del cuerpo, el pezuñismo en la piel; lo que sea, menos el olvido. El gran demonio del intelectual se

llama Ninguén. Eso sí es pez, que morir. No me venga a que me den nada, pero una cosa sí, déme todos cuenta de que aquí estoy.

Empujones, sólo al final, para acercarse a Salinas o Flores Olea; bien para darle línea (tenemos derecho, para eso nos trajeron, ¿o no?), bien para decirles bola o adios.

En México, pocos políticos pasean impunemente alcahuetes, coapas, cráscie y arzuas; los intelectuales en cambio dan para eso y más. La obra cultural se da por acumulación, soledad, independencia, pasión inspirada, lucidez, etcétera. Ninguna es su última oportunidad. Aquí están los clásicos videntes, un buen tramo de *Poesía en movimiento* y los sobrevivientes de sí mismos para demostrarse. La mera enumeración de nombres no alcanzará para transmitir el color del acto; lo social es personal; lo político, intelectual. Y si nadie me saludó o retrató o entrevistó, qué más da. ¿No ves que puedo escribir los versos más tristes esta noche, y siempre podre?

Al final del brindis salen Salinas y Bartlett y suben la escalinata alombreada platicando como viejos colegas. Igual que el resto de los asistentes, deben haberse olvidado. Abajo quedan la inteligencia mexicana y sus autogénes. ¿Hacen los palabreros, como dijo el poeta (si el poeta eres tu, insere). El resultado institucional, de Vasconcelos para acá, se nos dará por añadidura.

Todo suena muy bien, pero hay que escuchar al siempre agudo lobo Luis Cardoza y Aragón cuando suata sue, de presupuesto le ahí el difunto, nadie habla.

■ Víctor Flores Olea, presidente del organismo

Crea CSG el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes

Angélica Abelleira [7]. El presidente Carlos Salinas de Gortari inició ayer el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes que, como organismo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública (SEP), tendrá como objetivos prioritarios "reorganizar la amplia infraestructura de que dispone el país para la creación, promoción y difusión de la cultura" y "abrir nuevos caminos a los creadores y artistas del siglo XXI mexicano", dijo el primer mandatario en Palacio Nacional.

Ante un nutrido grupo de intelectuales encabezados por Víctor Flores Olea, quien desde ayer preside el Consejo, además de promotores culturales, diplomáticos, funcionarios y ex funcionarios, el presidente de México anunció que el nuevo organismo coordinará la acción de los institutos mexicanos de Radio, Televisión y Cinematografía (antes bajo la responsabilidad de la Secretaría de Gobernación) e informó de la pronta constitución del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes a fin de "estimular la acción individual y de grupos" y "adquirir bibliotecas, archivos y obras de arte" en aras de promover y conservar el patrimonio artístico y cultural del país.

En su discurso aseguró que "el listado mexicano ha respetado invariablemente la libertad de creación y de expresión de sus hombres y mujeres de pensamiento", y añadió que en una sociedad como la nuestra, "de vocaciones múltiples, de voluntades plurales, de mayor y mejor expresión de ideas", se apoyará "en un marco de respeto y libertad las acciones que estimulen y promuevan la tarea de nuestros artistas y hombres de cultura". Dijo que en su administración la educación no es considerada sólo como "adhesión y vía de ascenso social, sino una manera de transformar el conocimiento en el ejercicio de la libertad". Sostuvo que en la Constitución Mexicana se cristaliza el concepto de "la educación y cultura como fundamento de la democracia" y "la democracia como una forma de vida que sólo cobra su cabal sentido en el avance educativo y cultural".

Sobre el papel de los medios de comunicación, delineó: "Vamos a abrir la televisión del Estado al debate y a la crítica y aseguramos que en la producción y en la operación de los medios audiovisuales de comunicación estatal prevalecerá el criterio



Carlos Salinas de Gortari ■ Fotos: Efraim Medina

de la participación solidaria y la cultura". Al referirse en su discurso a las difíciles relaciones que han sostenido el Estado y los creadores en México, dijo que aun cuando pareciera que las misiones de uno y otros no coinciden, existe un propósito final que los enlaza: "trabajar todos uno desde su responsabilidad y con los instrumentos por una mejor calidad de vida de nuestros compatriotas", así como "crear el futuro al presente y dialogar entre nosotros nuevos propósitos y proyectos".

Añadió que el papel del Estado en materia cultural es fundamental y a la vez secundario, "porque todos sabemos que es ese sentido la cultura no se administra y para bien de la creatividad, los verdaderos hombres de cultura jamás se han permitido que se les subordine". Al señalar que su gobierno quiere una sociedad "viva, vibrante, en búsqueda permanente y no la nueva", habló de la necesidad de "alejarnos de la uniformidad y de prescripciones ortodoxas de consignas a la creatividad".

Mencionó antes el secretario de Educación Pública, Manuel Bartlett Díaz, asunto que con la creación del Consejo "se abre un espacio de participación para que los artistas e intelectuales encuentren libremente medios para el florecimiento

creativo de su trabajo" y calificó el hecho como "un paso histórico en el servicio de las funciones de estímulo e impulso a la cultura y a las artes que corresponden al Estado". Para concluir, dijo que los artistas e intelectuales fueron convocados por el presidente de México para "pensar, reinterpretar y expresar culturalmente la nueva realidad de México".

Víctor Flores Olea, en su calidad de presidente del nuevo organismo, refirió que éste "responde a un antiguo reclamo, escuchado muchas veces, de un organismo con vocación coordinadora del quehacer gubernamental en el ámbito de la cultura". Y consideró que si bien esta es una decisión del gobierno y del Presidente en materia de arte y cultura, esto no es suficiente; es imprescindible la colaboración, inclusive la corresponsabilidad de la comunidad intelectual y artística y en general de las distintas instancias de la sociedad civil".

Con representantes de la prensa, Flores Olea dijo desconoce los nombres de quienes integrarán el Consejo, pero explicó que con la institución de este despacho la Subsecretaría de Cultura de la SEP, a la vez que se encarga de coordinar las acciones de instituciones públicas que desempeñan funciones en materia cultural y artística, como los institutos nacionales de Bellas Artes y de Antropología e Historia; las direcciones de Publicaciones y Medios de la SEP, de Culturas Populares, Fonart y, como ya informamos, de los institutos mexicanos de Radio, Televisión y Cinematografía.

Añadió que es muy probable que la sede del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes sea la casa que el presidente Salinas de Gortari ocupó cuando era candidato, o sea, en Cuauhtémoc. Comento que la partida presupuestaria para el organismo será la que correspondiera a la Subsecretaría de la SEP, y sobre el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes que próximamente se creará, expresó que también como objetivo estimular la creación con recursos del gobierno y la iniciativa privada.

■ **Alemania: Televisión ya puede abrirse a la crítica**

Fuentes: educar al pueblo, no abaratar élites; buen cambio: Paz

Arturo García Hernández y Angélica Abelleira U: Con beneplácito y optimismo casi generalizado fue recibido por la intelectualidad mexicana el anuncio, hecho ayer, de la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, como parte de la política cultural del gobierno de Carlos Salinas de Gortari. Presentamos aquí una encuesta con algunos de los intelectuales presentes durante el acto de instalación del Consejo que preside Víctor Flores Olea.

Carlos Fuentes: El gobierno de la República existe, entre otras cosas, para propiciar precisamente lo que aquí está proponiendo, es decir, la difusión de la cultura dentro de un marco de libertad para la creatividad. Se ha dado un paso adelante muy importante, y el Consejo se ha puesto en las manos más idóneas, como son las de Víctor Flores Olea. Yo, como escritor, me felicito de lo que ha ocurrido hoy. Espero que no haya riesgos de mediocritación. La presencia de Flores Olea es garantía de que eso no ocurrirá. Sobre la democratización de la cultura, en principio ésta es creada por las élites y por el pueblo. Entonces, no se trata de que las élites se abaraten, sino de que se eduque al pueblo. A veces se critica a escritores por demasiado elitistas. Digamos Julio Cortázar o Lezama Lima, por ejemplo. Si esto no lo puede leer el pueblo porque es analfabeta, yo me pregunto ¿cuando aprenda, qué va a leer el pueblo *Superman o Don Quijote*?

Orlando Paz: En gran parte lo aquí planteado si responde a mis expectativas: la descentralización y, sobre todo, la creación del Fondo Nacional para las Artes, me parece algo esencial. Me parece positivo que Radio Televisión y Cinematografía (R.T.C.) quede fuera de Gobernación, que es una entidad esencialmente política. Para cuidar que esto no sea nada más una nueva manera de decir, los intelectuales deben manifestarse, tener una actitud crítica. Espero que con este proyecto cambie radicalmente la política cultural del Estado. Sobre todo en la afirmación clara de que la cultura le corresponde a la sociedad y que el Estado no puede hacer sino estimularla, pero no di-

rigirla. Estimo que todo es prioritario, pero me parece, desde mi parcial punto de vista, que para la continuidad de la cultura, lo esencial serían las bibliotecas sobre las que ya se ha hecho un esfuerzo pero habían sido abandonadas. También los museos, la difusión de la cultura y, finalmente, la creación cultural... Si, es un cambio importante porque devuelve a los creadores la iniciativa.

Gabriel García Márquez: La cultura debe ser un movimiento esencialmente popular, pero eso no contradice la bondad de un organismo como este. Sobre todo, cuando no se trata de un Ministerio rector de la cultura sino de un Consejo encargado, imagino, de fomentar y programar algunas actividades del ramo. Además, generalmente en estos casos no hay que pensar tanto en las instituciones como en los hombres. Creo que lo mejor de este Consejo es la persona que ha sido escogida para dirigirlo, Víctor Flores Olea. Hay la mala fama de que la cultura es cara y que no se ven sus beneficios concretos. Lo que pasa es que se tienen conceptos restringidos de lo que es. La cultura es las artes, las letras, la pintura, el cine; pero también la cocina, la moda, los usos y costumbres del país, todo es cultura, de manera que no hay dinero suficiente para llevarla a donde debe llegar... Pero algo es algo y hay que recibirla con beneplácito, porque la mejor defensa que tiene una nación de las invasiones culturales extranjeras es el fortalecimiento de su propia cultura popular, que es lo que, supongo, se está tratando de hacer. La cultura es fundamental y siempre va en avanzada de la liberación e independencia nacional, porque es la que mejor define la identidad de los países.

Rufino Tamayo: Creo que es una cosa interesante que haya falta porque estaba dispersa la vida cultural. No creo que la institucionalización coarte la libertad de creación porque, como dijo el Presidente, va a haber libertad, así que si es eso, no hay problema.

Miguel Alemán Velasco: Como lo entendiendo, el Consejo es un compromiso ■ 18

Fuentes: educar

Viene de la 17

morar para que la cultura y la educación sean básicas. No vamos a llegar a ninguna parte si no nos dedicamos a fondo a cuidarlas. De de nuestros mitos hasta nuestros líderes van a sacar este país adelante, gracias al esfuerzo de lo que somos ahora. Y creo que lo hizo bien el Presidente: los intelectuales, los maestros, los poetas, los pintores, los que estamos en los medios de comunicación, digamos tratar de juntar el futuro con el presente y la única ruta correcta y más corta es la educación y la cultura. Entiendo que la política cultural estaba de alguna manera dirigida, aunque no por decreto. Aquí se nos invita a dar una opinión de cómo difundir y conjugar en esta obra. El compromiso de Televisión ha sido y es abrir las puertas a la cultura y a la crítica. A veces se ha podido y a veces no se ha podido... Ahora sí se puede.

Elena Poniatowska: Yo vine por el gran aprecio que le tengo a Víctor Flores Olea y me da gusto que el presidente esto. Espero que sea una opción y desde luego me parece importante que se diga varias veces lo de la libertad. Esto se debe dar absolutamente, porque sin ella no hay posibilidad de creación. No creo que vaya a ser una institución controlada y represora, pero tampoco creo que en las cosas el primer día, no creo en la mala brava en las fundaciones o en los primeros medios que se hicieron, sino en los hechos.

■ Crónica de una reunión en Palacio Nacional

Unos desearían pasar inadvertidos; otros buscan el hacerse notar

Arturo García Hernández (1). De a poquito van llegando.

Dubitativos unos, sonrientes otros; expectantes y halagados los de más allá. Pero ahí están, casi todos, ellos: los artistas e intelectuales más prestigiosos de este país.

El motivo que los convoca ha dejado pendientes, por los menos momentáneamente, diferencias pulcras y exóticas. ¿Cuándo volveremos a ver junta otra vez toda esa diversidad de ideas, temperamentos y actitudes, como la reunida en el patio de honor del Palacio Nacional para presenciar la instalación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes?

Pocos se percatan de la llegada de Carlos Fuentes. Sobrio en su traje azul marino, con gafas oscuras, se acerca junto a Gabriel García Márquez. Ambos de pie, toman lugar a la altura de la décima y decéava fila. En cambio, José Luis Ca-

ves pasea en primera fila su optimismo matinal, intercambiando besos y palmadas. Patimónioso y sonriente, Octavio Paz responde saludos, intercambia comentarios. Fernando Benítez cuenta alguna de sus múltiples anécdotas. Apoyado sobre un bastón, Salvador Elizondo resulta casi desconocido. Yolanda Morlet, Tangolote, atrás miradas con su garbo matinal. Luis Cardoza y Aragón es llevado del brazo hacia su forma. Rufino Tamayo y su inseparable Olyja, están muy quietos en sus respectivas sillas. Con grifa y todo, Oscar Chávez también arriba y busca ubicarse. Allí se ve la gárbana de Juan José Gurrola y por acá el rostro cadavérico de Luis G. Basurto junto a Ofelia Guillmain... Unos desearían pasar inadvertidos, otros buscan hacerse notar. El acto también es reunión social.

CULTURA ■ La Jornada

arriba de Carlos Salinas de Gortari. En el presidium, justo a un lado del Presidente queda el todavía Rector de la UNAM, Jorge Carpizo.

Por ahí salpicaditos en el patio de honor se ve a algunos funcionarios, ex funcionarios o próximos ex funcionarios culturales del gobierno de De la Madrid: Fernando Macotela, Felipe Gutiérrez, Jesús Hernández Torres, Manuel de la Cruz, Víctor Sandoval.

La atención se hace. Es el momento más solemne de la ceremonia. Efecto su discurso Víctor Flores Olea, Manuel Bartlett y Salinas de Gortari, en ese orden. A cada afirmación, en cada sentencia, hay cabezas que hacen notorio su asentimiento. Otros simplemente aplauden. Eduardo Pesqueira Olea se emociona y de pie ocasiona a Flores Olea el conchaleo su discurso. Siempre tan propiamente Dolores Olmedo también prodiosamente su nariz. Ahí Chumacero y Miguel Alemán están imperturbables. Una entrada fugaz a la asistencia nos revela a José Luis Cuevas como el más joven en muchas filas a la redonda.

—Pues como discurso estuvo muy bien...

Después de algunas horas los recuentos, los saludos, los comentarios, no pues que yo siento que le valió esto, no pues que yo siento que va a salir bien. Y en medio de todo le preguntamos a quienes su opinión sobre la política originada por el ensayo de Enrique Krauze sobre su obra y su posición política.

—No tengo ninguna opinión... responde.

—Se presta mucho que Octavio Paz y usted, están pelecados—, se le insiste. —No tengo nada que decir al respecto.

Lo cierto es que se encuentran, inevitablemente se han visto, pero no se saludan.

Si, juntos pero no revueltos, estuvieron casi todos ellos. Y al final se fueron como vinieron, pero seguramente con la misma pregunta que muchos nos hacemos: ¿quiénes ocuparán los cargos que requiere el funcionamiento del reciente Consejo Nacional para la Cultura y las Artes?

Unos desearían

Viene de la 17

Pasa el tiempo y la lista se extiende interminable: Gloria Contreras, Jaime García Terres, los ecologistas Homero Aridjis y Héctor Bonilla, Manuel Álvarez Bravo, Alberto Ruiz Sánchez, Héctor Aguilar Camín, Angeles Mastretta, Manuel Figueroa, Fernando Gamboa, la ex diputada priista María Luisa La chana Mendoza, Raúl Anguiano, Ab Chama-cero, Francisco Savín, Enrique Bátiz, José Antonio Alcaraz, Federico Ibarra, José Ramón Enriquez, Eduardo Matos, Alberto Boitán, Ludwik Margules, Luis de Favira, Elena Poniatowska, el diputado Jaime Sabines... Juntos, aunque no revueltos, diríase que están todos. Pero no. Brilla la ausencia de Carlos Monsiváis. Tampoco está el pintor mexicano de estos tiempos: Francisco Toledo. Ni Ofelia Medina, la actriz con mayúsculas. Ni José Emilio Pacheco. Ni José Joaquín Blasco. Ni Sergio Pitlor. Ni Vicente Lerter...

La presencia de algunos secretarios y funcionarios del nuevo gabinete (Fernando Gutiérrez Barrios, Manuel Bartlett, Otho Granados, Manuel Castaño Solís, Fernando Solana) anuncia el

■ Fernando Benítez ■

Buenas manos

mismo caso figura la fabulosa herencia de la Colonia.

Hay demasiada burocracia y muy escasos recursos. El cine está en rinas, el teatro vegeta, la música adolece de grandes fallas. Sin embargo hay dos ramas de la cultura que son sobresalientes en el mundo: la literatura y la pintura, sostenidas por sí mismas, sin la menor ayuda del Estado.

El Consejo de la Cultura está hoy en buenas manos —las de Víctor Flores Olea— y representa un desafío de enormes alcances. El patrimonio artístico de la nación es prácticamente inagotable. Hasta hoy se ha avanzado mucho pero no lo suficiente. En cuarenta años no se ha logrado reformar o constituir siquiera, para decir algo, el Centro Histórico de la Ciudad de México, considerado como patrimonio de la humanidad, y organizar una orquesta sinfónica de primer orden.

No es posible vigilar o preservar más de diez mil sitios arqueológicos y en el

¿ Recuerdas qué pasos debes seguir para elaborar un periódico mural?

PASO 1

Planear el periódico mural.

Para la planeación necesitas precisar muy bien los objetivos que se persiguen. Por ejemplo un gran objetivo general puede ser:

Despertar en los estudiantes del SEA el interés por los temas culturales.

De este objetivo se desprenden otros particulares que sirven para determinar las actividades que se deben realizar para cumplir el propósito. Por ejemplo:

- . Investigar sobre el tema de la cultura en fuentes bibliográficas y hemerográficas.
- . Recopilar y elaborar información.
- . Asignarle un nombre al periódico.
- . Establecer su periodicidad.
- . Definir su formato.
- . Plantear su contenido.

PASO 2

Diagramar el periódico mural

En esta parte debes hacer un borrador que precise la forma en la que has decidido organizar el periódico mural. En dicho borrador debes considerar aspectos como el lugar en donde va a ir el nombre del periódico, la fecha, el formato, el número de publicación, etc. Es necesario seleccionar el lugar en donde va a ir cada nota, lo mismo que las fotografías u otras ilustraciones que consideres necesario incluir. Además de ello, es indispensable que el borrador incluya líneas separadoras que delimiten entre sí a las notas; determinar qué tipo de letra se va a emplear para los títulos u otra información que hiciese falta.

PASO 3

Elaborar Textos

Para facilitarte la producción del periódico mural ya tenemos elaborados los textos que en este caso son notas de un periódico. Considera que no siempre esto es así. En ocasiones tú solo o con otros compañeros deberán redactar por sí mismos la información que se desea difundir. En otras se podrán combinar informaciones de periódicos y de revistas junto con la que de manera propia se ha elaborado. Tu capacidad creativa se deberá reflejar en el periódico mural.

PASO 4

Elaborar ilustraciones

Algunas de las notas informativas con las cuales estás elaborando el periódico vienen acompañadas de fotografías. Sin embargo debes valorar si son suficientes, si se ajustan y refuerzan la información, o si por el contrario, hace falta apoyo de varios dibujos o

ilustraciones que en tal caso, deberán elaborar de acuerdo a tu propio criterio.

PASO 5

Montaje del periódico.

Una vez que has desarrollado los pasos anteriores, finalmente debes montar el periódico en base al borrador elaborado previamente. Por consiguiente, procede a pegar y a organizar la información. Cuando ya lo tengas terminado, preséntaselo al consultor de tu centro de estudios para que lo comentes con él.

Es importante tener presente que las medidas del periódico mural, varían de acuerdo a las necesidades, a los recursos, al lugar donde se va a exhibir, etc.

PRODUCCION DE UN VOLANTE

Imagínate que la U.N.A.M. ha decidido elaborar volantes para dar a conocer la fecha en la que se llevará a cabo el examen de selección para el ingreso a dicha institución y tu has sido comisionado como el responsable de dicho proyecto.

¿Qué tendrás que hacer para ello ?

PASO 1

Definir la idea central

En este caso ya tienes la idea central de lo que vas a realizar. Sin embargo con frecuencia es necesario crear esa idea de acuerdo a las exigencias o a las necesidades que se tienen o se advierten. Los obreros en huelga, por ejemplo pueden sentir la necesidad de elaborar volantes para dar a conocer al público su situación laboral. Una empresa X que está elaborando un producto nuevo puede optar por darlo a conocer a través de volantes. Asimismo puede obrar una compañía de reparaciones de refrigeradores o televisores.

En el caso que nos ocupa, la idea central es la difusión del examen de ingreso a la U.N.A.M.

PASO 2

Desarrollar el texto

En este paso debes tener en cuenta el uso del lenguaje sencillo y claro, evitando la abundancia y la redundancia en la información que se va a transmitir.

Para que puedas elaborar este paso, se presenta enseguida la información que deberás incluir y desarrollar en el volante.

- . Calendario para la entrega de fichas por orden alfabético.
- . Documentos que se necesitan para la obtención de la ficha para el examen de selección.
- . Fecha, lugar y hora del examen de selección.
- . Fecha de entrega de resultados

PASO 3

Diagramar el volante

No todos los volantes deben llevar ilustraciones porque en algunos casos podrían fungir como dispersores y distractores de atención. Por ejemplo, en la difusión de un producto la ilustración actúa como un buen apoyo visual.

Es necesario discernir de acuerdo a las características de la información si es conveniente que lleve o no lleve ilustraciones.

En el volante que estás desarrollando no es muy recomendable la ilustración porque puede alargar el texto, puede distraer la atención, etc.

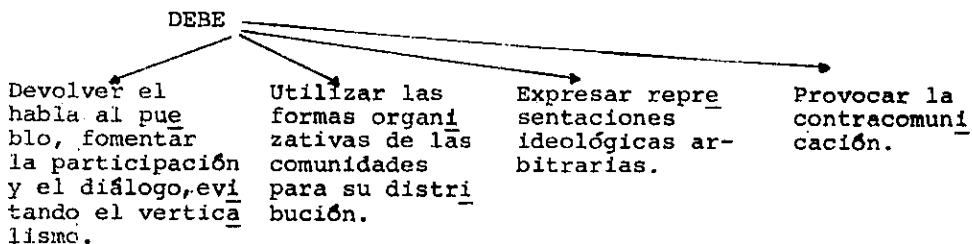
Aparte de lo mencionado, en la diagramación del volante debes considerar detalles como la letra, la separación de párrafos, la extensión de los mismos, así como los demás elementos mencionados.

El volante te deberá quedar centrado y organizado en su información de tal manera que su presentación sea agradable y su lectura accesible.

Recapitulación.

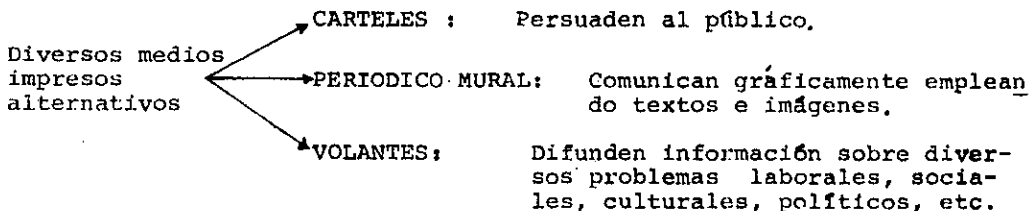
Comunicación alternativa → opción entre → la comunicación pública
→ la comunicación privada

Según algunas teorías latinoamericanas



Lo anterior hace que la comunicación alternativa sea

Emancipadora Innovadora subversiva Provocativa



Actividades de consolidación.

De acuerdo a tus experiencias cotidianas, elabora un cartel, un periódico mural y un volante, utilizando para ello los conocimientos que ya tienes para su producción.

Es muy importante que realices esta actividad porque de ella, depende el desarrollo de tus habilidades para producir mensajes alternativos.

Deberás seleccionar el tema de cada uno de los medios de acuerdo a tu gusto personal, a tu interés y a tu realidad cotidiana. Conforme los vayas terminando coméntalos con tus amigos y con tus propios compañeros. Después de ello preséntaselos a tu consultor para su revisión y comentarios.

Lineamientos para las respuestas a las actividades de consolidación.

En esta unidad 3, las actividades de consolidación varían un poco en relación a las anteriores, dado que lo fundamental en esta parte es la producción de mensajes alternativos.

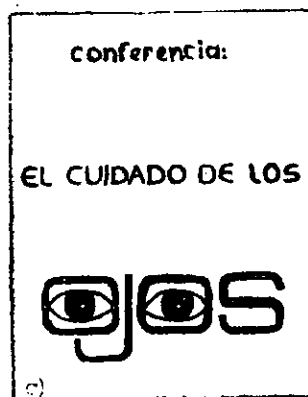
Debes mantener tu empeño y tu constancia en la elaboración del cartel, del periódico mural y del volante que se te han sugerido como actividades de consolidación.

Es muy importante que tus trabajos los comentes con tu consultor, porque esto te permitirá ir avanzando en un mayor dominio de la técnica necesaria para producir mensajes alternativos.

Autoevaluación.

1. Con tus propias palabras expresa qué es la comunicación alternativa.
2. ¿Cuáles son algunas de las características que distinguen a la comunicación alternativa?

3. Observa con detenimiento los siguientes carteles:



Menciona de qué tipo son, justificando tus respuestas.

4. Sin consultar el material, explica con tus palabras ¿cuál es el procedimiento para producir carteles?
5. ¿Cuáles son las características generales de los carteles?
6. ¿Explica con tus palabras qué es un periódico mural?

7. ¿Cuáles son los elementos principales que integran un periódico mural?
8. Explica con tus palabras cuál es el procedimiento para producir periódicos murales.
9. Analiza detenidamente el siguiente volante y menciona si se está transmitiendo una comunicación EMANCIPADORA, INNOVADORA, SUBVERSIVA y PROVOCATIVA. Cualquiera que sea tu respuesta, explica el porqué en cada uno de los casos.

A LA OPINION PUBLICA:

Los colonos de las zonas más pobres del Estado de México, tenemos ya varios años solicitando al gobierno del estado, la solución de varios problemas que consideramos de justicia elemental.

En nuestras colonias no existe agua potable, servicio eléctrico, educación suficiente, lecherías, y demás servicios a los que tiene derecho todo mexicano. En algunos casos, muy contados, el gobierno del estado de México acepta instalar los servicios que demandamos pero poniéndolos a cargo de sus incondicionales para que se enriquezcan y nos controlen, cosa que no estamos dispuestos a aceptar.

Por todo ello, y haciendo uso de nuestro legítimo derecho a protestar en forma pacífica y a exigir soluciones, el próximo miércoles 14 de los corrientes realizaremos una multitudinaria MARCHA en la ciudad de Toluca y, posteriormente, permaneceremos en PLANTON INDEFINIDO hasta lograr justicia.

**¡LA LUCHA DEL PUEBLO SE FORTALECE CON LA AYUDA DEL PUEBLO!
¡COOPERA ECONOMICAMENTE!**

Colonos de Chimalhuacán, Ixtapaluca, Chalco, Villa Nicolás Romero, San Salvador Atenco, Texcoco, Tepetlaoxtoc, Xonacatlán y Temoaya.

Toluca, Estado de México, a 10 de diciembre de 1988.

Lineamientos para las respuestas de autoevaluación.

La confrontación de tus respuestas con las que se ofrecen en esta sección de verificación, te servirá para valorar el rendimiento obtenido en tu aprendizaje.

Esta valoración deberá conducirte a decidir si necesitas un mayor repaso de la información o si con lo que ya estudiaste es suficiente.

1. En tu respuesta debiste considerar que la comunicación alternativa es una forma de expresión diferente a la que tradicionalmente se da, ya que permite que el actor-receptor se convierta en actor-emisor productor de mensajes contra-comunicativos.
2. Pudiste haber señalado en esta respuesta que la comunicación alternativa se distingue por ser horizontal, democrática, participativa, antiautoritaria y subversiva.
3. El cartel a es de tipo formativo porque está promoviendo hábitos de seguridad.
El cartel b es del mismo tipo del anterior.
El cartel c es de tipo informativo porque está anunciando un evento.
4. Debiste señalar que para producir carteles es necesario:
 - . Detectar las necesidades que va a cubrir.
 - . Seleccionar el tipo de cartel.
 - . Determinar el tema.
 - . Elaborar el boceto considerando el público destinatario.
 - . Realizar una valoración final.
 - . Elaborar el cartel original.

5. Debiste haber expresado que los carteles se distinguen por transmitir mensajes persuasivos utilizando la combinación de imágenes y textos breves.
6. Pudiste haber expresado que un periódico mural es un medio para transmitir información, utilizando murales elaborados para ser expuestos en un pasillo, una pared, etc.
7. Debiste señalar que un periódico mural se compone de textos, imágenes y directorio.
8. Para producir un cartel se necesitan los siguientes pasos:
 - . Planear el periódico.
 - . Diagramarlo.
 - . Elaborar textos e ilustraciones.
 - . Montar el periódico.
9. En tu análisis debiste haber considerado que las características: emancipación, innovación, subversión y provocación, se encuentran efectivamente presentes en el volante.
 - a) Es emancipador porque está expresando las demandas sociales de grupo de colonos.
 - b) Es innovador porque para dar a conocer sus demandas emplea un código diferente a los establecidos.
 - c) Es subversivo porque sus demandas están enfocadas directamente hacia el Estado.
 - d) Es provocativo porque está promoviendo acciones como la marcha o el plantón que son disonantes con el orden establecido.

Explicación integradora.

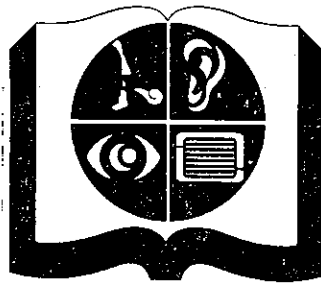
Como su nombre lo indica, la comunicación alternativa, permite recibir y elaborar mensajes con otra visión del mundo, diferente a la que promueve la comunicación pública y la comunicación privada.

Esta comunicación alternativa debe producirse teniendo como pilares fundamentales, la participación y el diálogo; y debe servir para plantear las demandas de los grupos marginados, para denunciar corrupciones de poder, para promover las reacciones disonantes con el sistema social, etc.

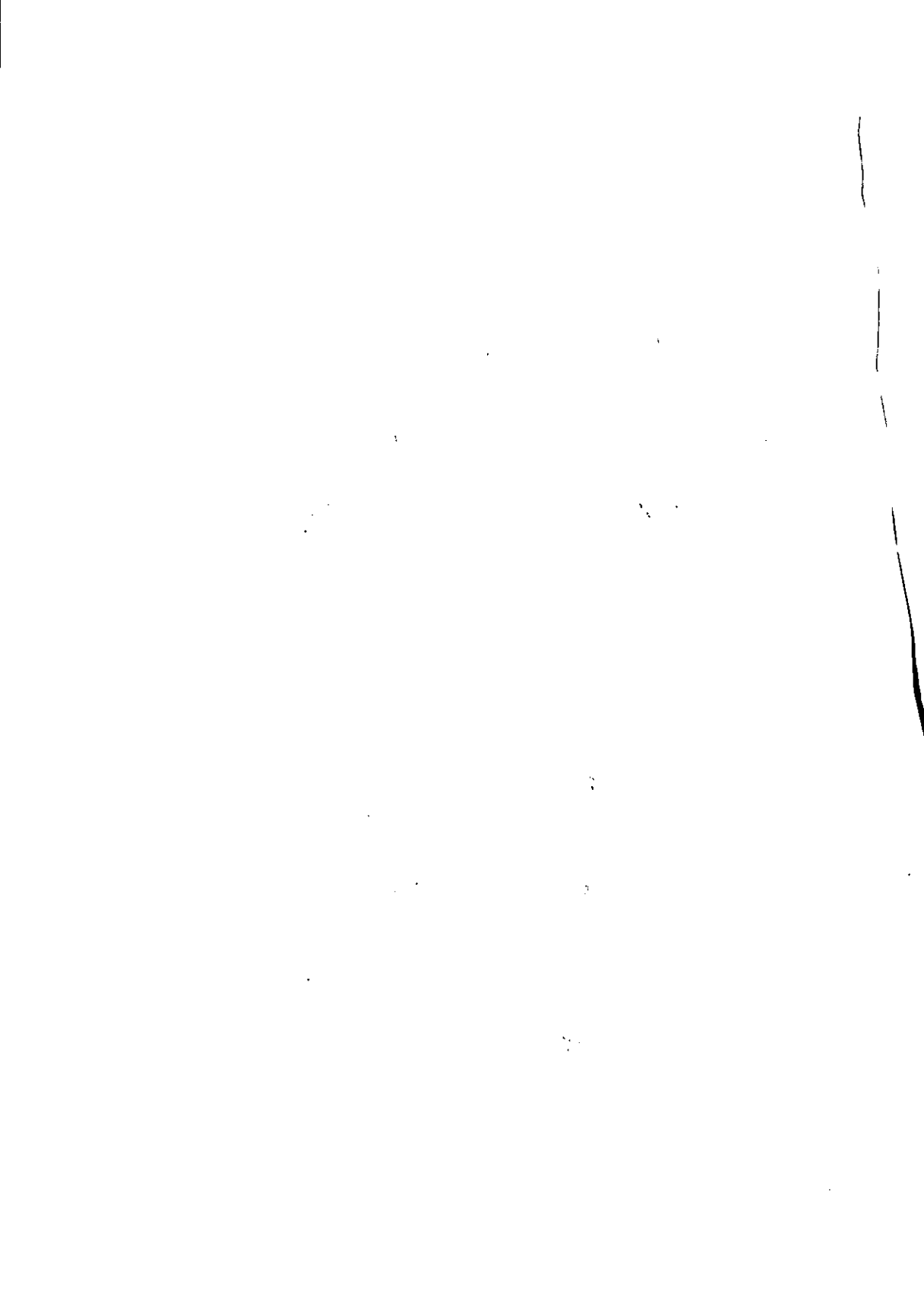
Por sus bajos costos la comunicación alternativa se convierte en un medio de expresión idóneo de los grupos sociales más desfavorecidos. Este tipo de comunicación promueve la movilización de las conciencias porque permite que el actor receptor deje su papel pasivo sumiso y obediente para convertirse en actor emisor promotor del cambio social a través de la producción y difusión de sus mensajes.



TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II



material de estudio



COLEGIO DE BACHILLERES
COORDINACION DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II

JULIO, 1990

COORDINACION DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA
SUBDIRECCION ACADEMICA
DEPARTAMENTO DE MATERIALES DIDACTICOS

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II

Coordinación

Lic. Eloísa Poot Grajales

Asesoría de Contenido

Lic. Pilar Rodríguez Juárez

Asesoría Psicopedagógica

Lic. José Luis Chávez Alonso

Labor Mecanográfica

Ma. Irma Paz Ruiz

Diseño Gráfico

Profr. Leonel Bello Cuevas

Lic. Ivette Gómez Pedroso

PRESENTACION GENERAL

Este material que tienes en tus manos es la continuación de la guía I que ya estudiaste anteriormente. Por consiguiente, en él encontrarás la secuencia de los contenidos que en su conjunto forman la materia de Taller de Análisis de la Comunicación.

La estructura didáctica que se emplea, es la misma que en la guía I. Por esta razón, continuarás trabajando con elementos importantes como el cuestionamiento guía, las actividades de consolidación y autoevaluación, entre otros cuyo propósito es la presentación gradual, lógica y coherente de la información. Con ello se pretende que realices un estudio-reflexión y no un estudio-memoria.

En virtud de que la asignatura II está planteada también como un taller, se otorga un énfasis especial a las actividades de consolidación y se dedica toda una unidad a la producción de mensajes alternativos. Esto deberá favorecerte el desarrollo de una habilidad crítica que te aleje del papel de simple observador-receptor para convertirte en un actor participativo y creativo.

PROPOSITO DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Taller de análisis de la comunicación II, tiene como propósito que apliques los conceptos teóricos y técnicos adquiridos en el curso anterior, para irlos relacionando con los del curso II, con el fin de fortalecer tu habilidad y capacidad de análisis de expresiones comunicativas con sentido reflexivo, alternativo y crítico.

Esto te conducirá al término de la asignatura, a la producción de mensajes propios alternativos, de tipo audiovisual cuya realización técnica lograrás dominar cada vez más, en la medida en que incrementes la práctica de ellos.

Con ello estarás enlazando dos aspectos fundamentales de la asignatura planteada como taller: teoría y práctica, equivalentes al saber y al hacer.

Instrucciones para el estudiante

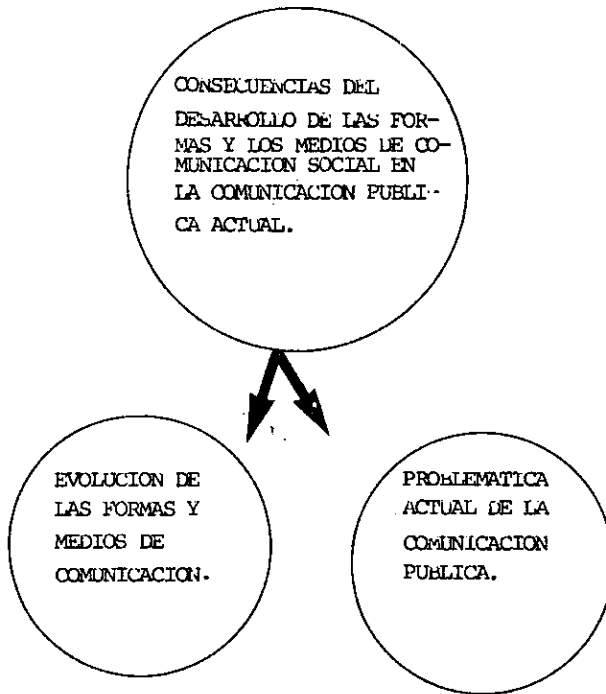
Para que obtengas un mayor rendimiento en tu estudio, es recomendable que realices lo siguiente:

1. Reflexiona acerca de lo que se plantea en el cuestionamiento guía. Esto te ayudará a crearte expectativas del contenido que vas a estudiar.
2. Concéntrate en la lectura, tratando de mantener presentes los cuestionamientos recién estudiados. No encontrarás respuestas textuales. El contexto global te permitirá localizar esas respuestas.
3. Si encuentras alguna dificultad en la comprensión de alguna información, vuélvela a leer detenidamente y trata de resolver la duda por el contexto que rodea a esa información.
Si a pesar de eso persiste la duda, anótala para que la comentes con tu consultor.
4. Una parte importante de esta guía es la unidad III, porque en ella se precisa la información técnica necesaria para producir mensajes audiovisuales. Representa la síntesis de toda la matería de TAC. Por esa razón debes poner un especial cuidado y empeño en su estudio y en la realización de todas las actividaes que allí se te proponen.

Unidad I

Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación social en la comunicación pública actual.

CONTENIDO



CUESTIONAMIENTO GUIA.

Una vez que ya tienes el panorama general de la comunicación, sus tipos, sus interrelaciones, sus usos y sus mediaciones, en esta primera unidad de la Guía II, continuarás profundizando en el tema, mediante el estudio de la evolución de las formas y los medios de comunicación.

Es importante que antes de comenzar el estudio reflexiones en lo siguiente:

Con los conocimientos que has adquirido hasta el momento y con los que cuentas debido a tu propia experiencia, puedes ser capaz de responderte ¿Qué es un sistema social de comunicación? ¿Qué es un sistema institucionalizado de comunicación pública? ¿Cuál es la diferencia entre ambos sistemas?

Estas preguntas hacen referencia a un contenido que es fundamental para la comprensión del tema de la Unidad I. Si no pudiste dar una respuesta satisfactoria para tí mismo, no te preocupes ya que paulatinamente irás adquiriendo mayores elementos para una respuesta global.

Es necesario también que reflexiones en los diferentes tipos de comunicación (asamblearia, por emisarios, por redes y de masas), sus factores de permanencia, transformación y sustitución a lo largo de la historia.

Como por ejemplo ¿Qué hechos sociales, políticos, económicos y tecnológicos pudieron estar presentes en el cambio de un sistema comunicativo como el que se daba entre los aztecas a través de emisarios, y el que se da actualmente mediante la comunicación de masas: prensa, radio y televisión?

Finalmente pregúntate qué sabes de la relación que existe entre la forma de vida que promueve el sistema económico capitalista y el manejo que se hace de los MCM en el país, como el control de la prensa, de la televisión, la comercialización, la enajenación, etc.

Conforme te vayas adentrando paulatinamente en la asimilación de la información, podrás inferir las respuestas a los anteriores planteamientos que en su conjunto sintetizan el contenido medular de la presente unidad.

Inicia su estudio sólo después de haber reflexionado sobre los aspectos anteriores, porque esto te permitirá ir relacionando y afianzando los conocimientos.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

En esta unidad estudiarás la comunicación pública, las formas históricas que ha asumido, las influencias que ha recibido del sistema capitalista, y las repercusiones que sobre los medios de comunicación de masas, han tenido los avances tecnológicos.

Para tener un mayor acceso a la información, los temas presentan una estructura y una secuencia lógica, junto con un lenguaje accesible que facilita su comprensión, unido a un fuerte apoyo de ejercitación.

Gracias a lo anterior, podrás conocer la problemática que vive actualmente la comunicación pública como consecuencia del desarrollo de las formas y medios de comunicación social. Esto te permitirá distinguir, a la comunicación pública de otros sistemas sociales de comunicación y la relación que existe entre el capitalismo y la comunicación de masas.

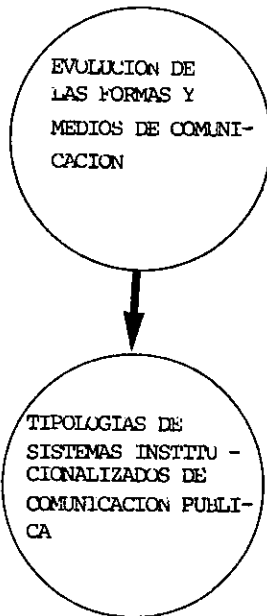
INTRODUCCION A LA UNIDAD.

Entre los contenidos que se abordaron en la guía de TAC I, se encuentra el tema del sistema de comunicación social tanto privada como pública. Esta última, se da en instituciones especializadas que producen y distribuyen información que afecta o interesa a la sociedad en su conjunto. Debido a ello, en esta primera unidad de la guía de TAC II, se amplía el tema sobre la comunicación pública y se plantea de manera general su desarrollo histórico.

Esta contextualización permite analizar el surgimiento de un sistema especializado e institucional que produce y difunde informaciones de interés para la sociedad, fundamentalmente a través de los medios de comunicación de masas en la actualidad.

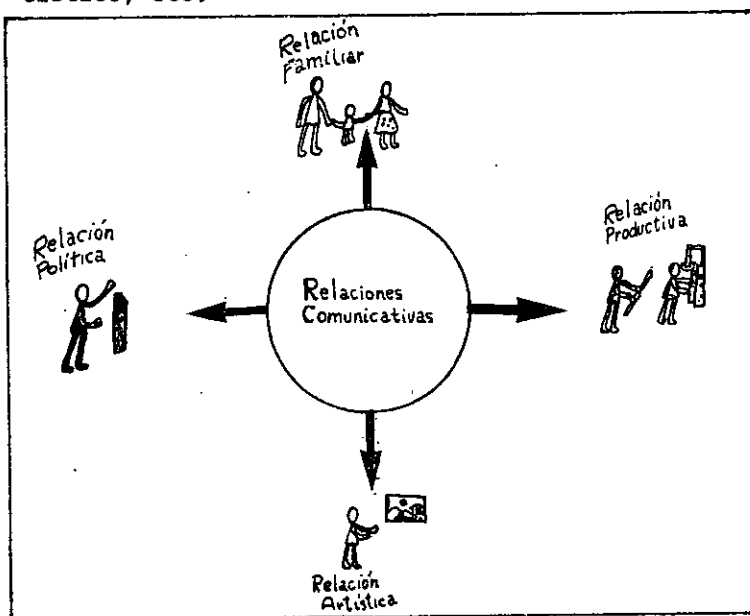
Finalmente, para completar el estudio, se plantean dos cuestiones medulares: la relación de estos medios con el sistema capitalista, y las repercusiones sociales que tienen los avances tecnológicos de los medios de comunicación de masas.

TEMA 1.1



1.1. EVOLUCION DE LAS FORMAS Y MEDIOS DE COMUNICACION.

Antes de entrar en el desarrollo formal del tema, es necesario precisar que todas las relaciones y actividades sociales se basan en la comunicación entre los hombres. Por consiguiente, todo vínculo social se establece siempre como una relación comunicativa; sea en el ámbito familiar, productivo, político, artístico, etc.



Esta diversa relación que se da entre los hombres, y que posibilita la interacción comunicativa entre los mismos, gracias a la producción y distribución de mensajes, se puede estudiar bajo el enfoque de dos grandes sistemas de comunicación: El sistema social de comunicación y el sistema institucionalizado de comunicación pública.

A) Sistemas sociales de comunicación.

Se pueden considerar como las organizaciones sociales en las que se establecen interacciones comunicativas que proporcionan la información necesaria para la reproducción de la sociedad

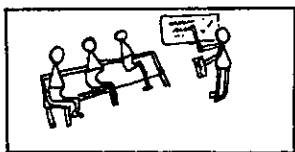
en su conjunto. Estas formas de reproducción se manifiestan en la familia, en la escuela, en la fábrica...

Familia



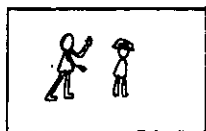
Una madre que enseña a su hija a comportarse como mujer, está reproduciendo en ésta una forma de ser, de pensar y de actuar, forma que transmitirá a su vez, a sus propios hijos.

Escuela



Un maestro que enseña conocimientos y formas de comportamiento social, está fomentando en los estudiantes una determinada forma de ser.

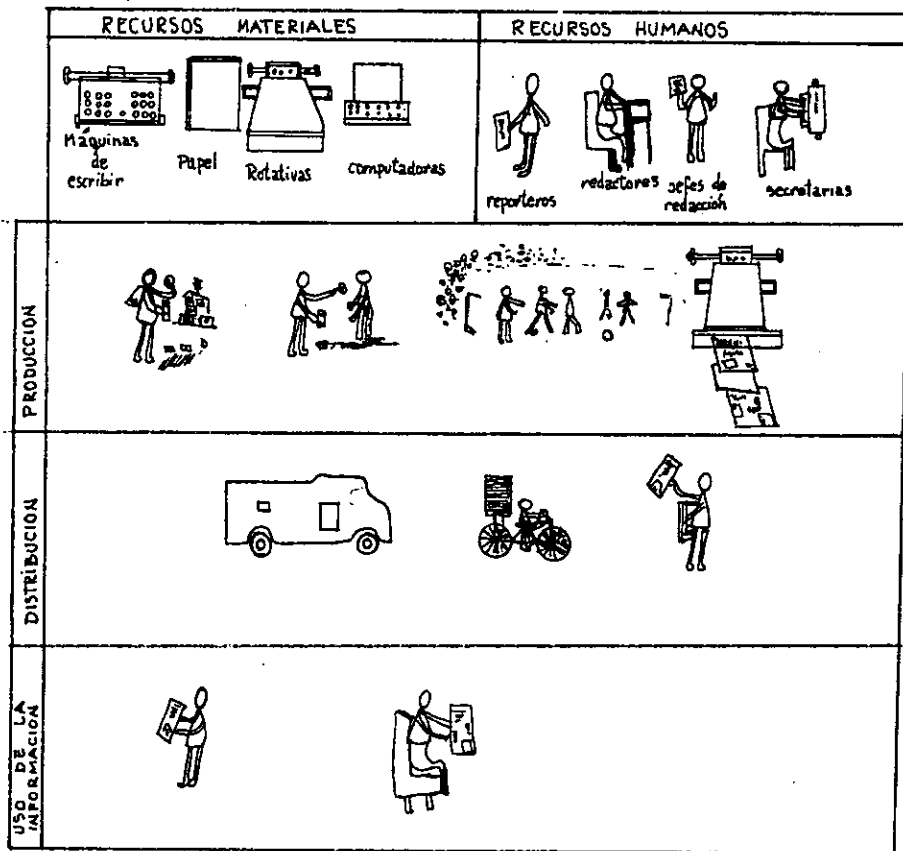
Fábrica



Un jefe que exige un mejor desempeño laboral, está reproduciendo en el trabajador la conciencia de obediencia y de trabajo.

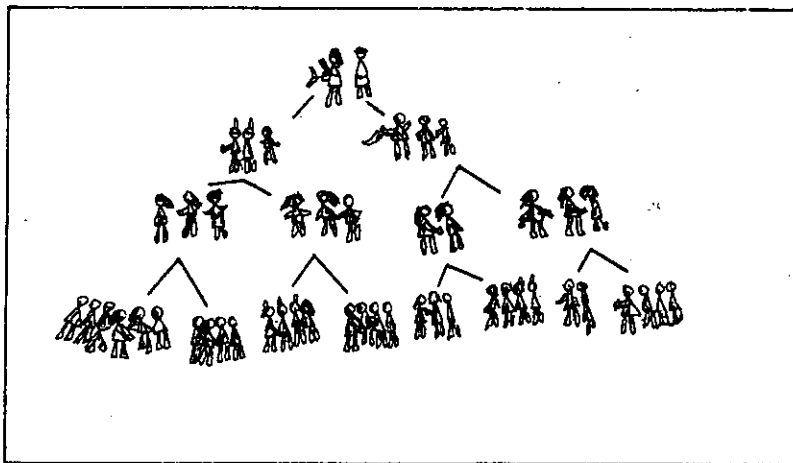
B) Sistema institucionalizado de comunicación pública.

Son las organizaciones e instituciones especializadas con recursos materiales y humanos, que tienen a su cargo la producción, distribución y uso de la información que interesa o afecta a la sociedad entera. Por ejemplo, una institución especializada puede ser la empresa del Universal que cuenta con sus propios recursos materiales y humanos.



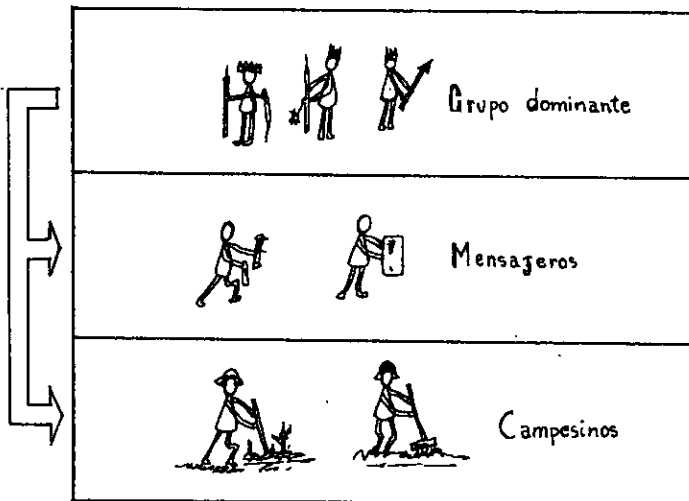
1.1.2. Tipologías de Sistemas Institucionalizados de Comunicación Pública.

Desde un punto de vista histórico, es un hecho que en las sociedades más antiguas no existió la comunicación pública. Por supuesto que había interacciones comunicativas, pero éstas no se establecían a través de instituciones especializadas en la producción y difusión de informaciones de interés colectivo. Todo tipo de comunicación, tanto privada como necesaria para la reproducción de la sociedad, se entablaba a partir de las relaciones sociales básicas de aquellas sociedades primitivas; relaciones que desempeñaban el papel de sistemas sociales de comunicación. En las sociedades primitivas los vínculos sociales se confundían con las relaciones de parentesco; toda relación humana era al mismo tiempo un lazo familiar y una integración comunitaria. El sistema social de comunicación se apoyaba, por lo tanto, en los vínculos de parentesco, los cuales determinaban todos los tipos de interrelaciones comunitarias: productivas, religiosas, políticas...



Cuando las sociedades se hacen más complejas, se van separando e independizando de las relaciones elementales de parentesco, surgen diversos sistemas sociales como el económico, el político

tico, el de comunicación pública... A lo largo de una evolución histórica, se van constituyendo organizaciones sociales que se especializan hasta institucionalizarse en la producción y distribución de mensajes informativos de interés social; es de esta manera como aparecen los sistemas institucionalizados de comunicación pública. Por ejemplo:



FORMACION DE UN SISTEMA INSTITUCIONALIZADO DE COMUNICACION PUBLICA

En la edad media los señores feudales, eran los que dominaban los mensajes de la comunicación pública. Al utilizar una red de mensajeros, se conformó un sistema institucionalizado de comunicación pública para dar a conocer a los siervos las normas y disposiciones, convirtiéndose éstos en receptores de los mensajes.

Aunque el repertorio completo de estos sistemas nunca llegue a ser identificado, resulta posible y útil establecer tipologías de los sistemas de comunicación pública. Los tipos de estos sistemas pueden ser situados histórica y funcionalmente hasta llegar a la comunicación de masas.

Considerando la forma de hacer circular la información pública, se distinguen los siguientes tipos de sistemas de comunicación pública:

- Comunicación asamblearia.
- Comunicación por emisarios.
- Comunicación por redes de distribución de mensajes.
- Comunicación de masas.

a) Comunicación asamblearia.

Es aquella comunicación pública en la que los miembros de una comunidad o sus portavoces se reúnen en un mismo lugar y en una misma ocasión, en una ASAMBLEA, en la que cada cual o sólo determinados actores comunicantes, se dirigen a los demás, para tratar un problema, encontrar soluciones...

Este sistema de comunicación se originó en las sociedades precapitalistas, utilizándose en fechas y lugares establecidos, junto con ceremonias importantes en la vida de las comunidades.

La comunicación asamblearia todavía existe en las sociedades actuales, y funciona en pequeñas comunidades o en organizaciones sociales democráticas.

ASAMBLEA CAMPESINA



ASAMBLEA SINDICAL



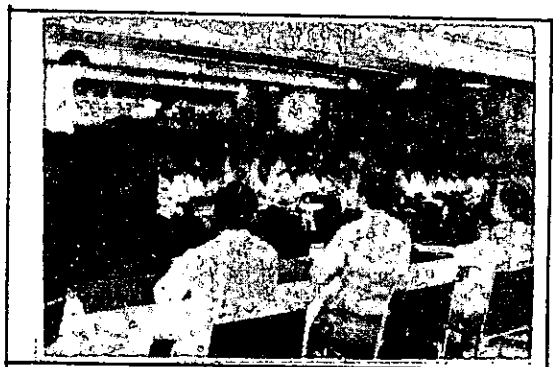
b) Comunicación por emisarios.

Es aquella comunicación pública en la que los mensajeros (por ejemplo, el pregonero) transporta y difunde un comunicado a los restantes miembros del colectivo o a sus delegados; podía establecer el enlace comunicativo en el sentido inverso.

Este sistema de comunicación pública también tiene sus orígenes en sociedades precapitalistas, funcionando con sus fechas, lugares y ceremonias establecidas.



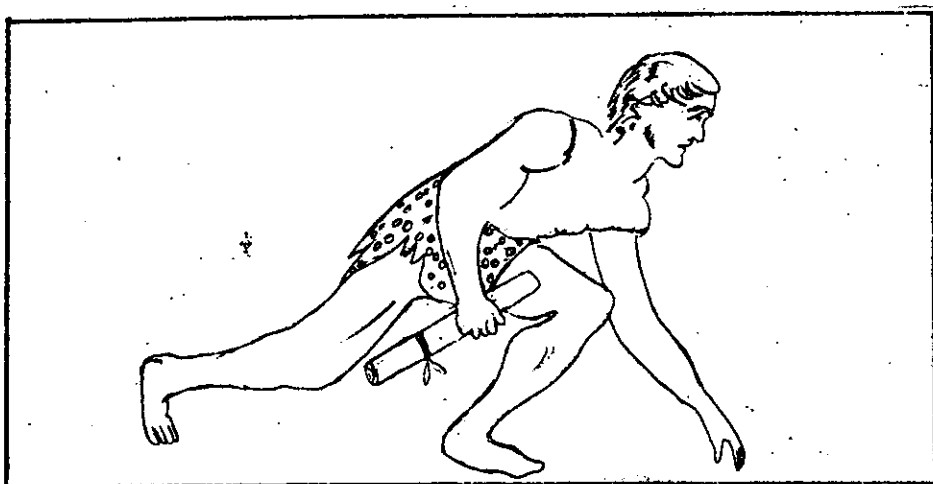
La comunicación por emisarios sobrevive en las sociedades contemporáneas en comunidades reducidas o en determinadas organizaciones sociales.



c) Comunicación por redes de distribución de mensajes.

Es aquella comunicación pública en la que los mensajes infor
mativos circulan a través de mensajeros que difunden los co
municados sólo a ciertos miembros de la colectividad, ele
gidos por la posición que ocupan o las funciones que desem
peñan.

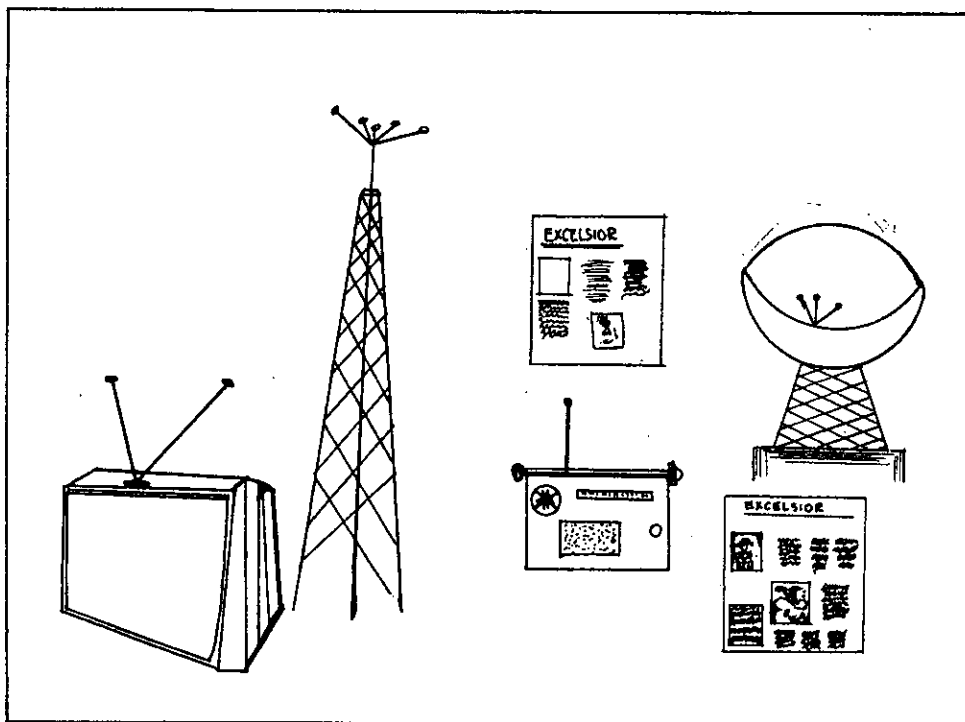
Tal sistema de comunicación pública es característico de so
ciedades donde existen clases sociales con relaciones de do
minio y explotación, y regímenes con jerarquías rígidas y
monárquicas.



d) Comunicación de masas.

Es aquella comunicación pública en la que los mensajes informativos se manejan recurriendo a las tecnologías de producción y distribución que ofrecen los medios de comunicación de masas.

Este sistema de comunicación pública se constituye en las sociedades capitalistas y predomina en todas las sociedades industriales.



Los anteriores sistemas de comunicación pública pudieron ser sustituidos, transformados y regulados en su permanencia a través de la evolución histórica, gracias a la presencia de dos leyes: Una relativa a la jerarquización de los SCP; y la otra referida a la información, organización y acción social.

La primera ley establece que en cada sociedad prevalece un único sistema de comunicación pública dominante, durante periodos históricos prolongados. Por ejemplo:

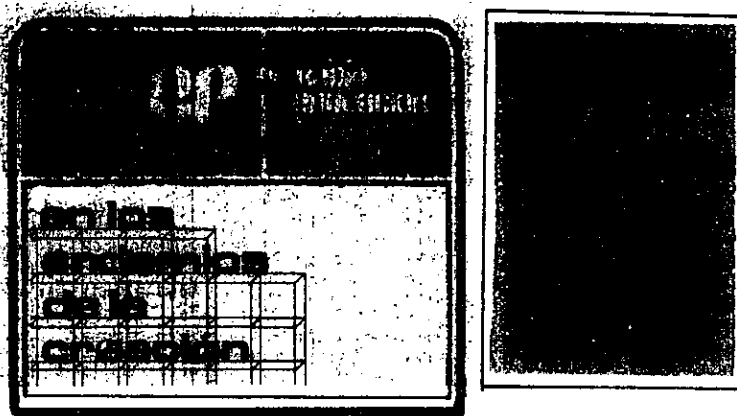
- Durante el periodo de la tribu de los Azande predominó la comunicación asamblearia.



- . En la época del imperio romano, predominó el sistema de redes de distribución de mensajes.



- . Con la llegada del capitalismo y de las sociedades industriales comenzaron a predominar los medios de comunicación de masas.



Es importante tener en cuenta que pueden coexistir varios sistemas de comunicación pública en una sociedad durante todo un período histórico, pero uno de estos sistemas, predomina o funciona como el cauce dominante de informaciones que interesan o afectan a la sociedad en su conjunto. En el caso de la sociedad capitalista, predominan los medios de comunicación de masas, pero coexisten otras formas como la comunicación asamblearia.

La segunda ley de la integración entre información, organización y acción social establece que un sistema de comunicación pública permanece institucionalizado en tanto que produzca y difunda comunicación útil y necesaria para la reproducción de la sociedad. En la medida, en que el sistema de comunicación pública respeta esta ley, funciona como sistema de comunicación. Por consiguiente, cuando deje de satisfacer esa función, el sistema deberá ser reajustado o sustituido.

Todo sistema de comunicación pública funciona mediante una compleja organización especializada que transforma y maneja materiales, energía e información para producir y distribuir productos comunicativos que transmiten mensajes que interesan o afectan a la sociedad. Justamente por su organización especializada de recursos materiales y humanos para producir y difundir información pública, el sistema de comunicación pública puede caracterizarse como MODO DE PRODUCCION DE COMUNICACION PUBLICA.

Así como se maneja el concepto de Modo de Producción Económica para determinar la forma en que las instituciones especializadas producen y distribuyen la riqueza material en una sociedad determinada, también es posible definir a los sistemas de comunicación pública como modos de producción de la comunicación. Esto es, como formas sociales especializadas en la producción y difusión de la información que afecta el conjunto de una sociedad determinada. Si el modo de producción económica permite explicar la manera en que una sociedad crea y distribuye su riqueza,

igualmente el concepto de modo de producción de la comunicación posibilita la determinación de la forma en la que cada sociedad genera y se apropia de la información pública. Cada sociedad constituye, de acuerdo a su desarrollo histórico, un determinado modo de producción de comunicación pública por su manera particular de apropiarse de la información pública.

La información pública apropiada de cada sociedad se define tanto por su utilidad como por su titularidad.

- La utilidad de la información pública se establece porque resulta apropiada para la reproducción de las condiciones materiales, institucionales y culturales que son determinantes para el funcionamiento de la sociedad,
- La titularidad de la información pública se refiere al uso y al dominio de los grupos dominantes sobre ella, es decir, a que el sistema de comunicación pública es apropiado por los grupos y clases dominantes de cada sociedad.

Recapitulación

1.1. Evolución de las formas y medios de comunicación.

1.1.1 Categorías del sistema social de comunicación y sistema institucionalizado de comunicación pública.

Sistema Social de Comunicación.

Son las organizaciones sociales (familia, escuela, fábrica . . .) en las que se dan interacciones comunicativas que proporcionan la información necesaria para la reproducción del sistema social.

Comunicación
Social.

Sistema Institucionalizado de Comunicación Pública. Son instituciones especializadas (industrias periodísticas, radiofónicas, televisivas, etc.) que tienen a su cargo la producción y distribución de las comunicaciones que interesan o afectan a la sociedad.

1.1.2 Tipologías de sistemas institucionalizados de comunicación pública.

En las sociedades primitivas no existían sistemas institucionalizados de comunicación pública. Toda la información necesaria para la reproducción del sistema social se hacía a través de los sistemas sociales de comunicación, es decir, a través de las relaciones comunitarias y de parentesco.

Con el desarrollo histórico, las sociedades se fueron haciendo más complejas, apareciendo junto con las clases sociales y el estado, los sistemas institucionalizados de comunicación pública que fueron adoptados en las diferentes sociedades a través de la historia. Entre estos sistemas sobresalen 4 tipos: la comunicación asamblearia, por emisarios, por redes y la comunicación de masas.

- a) La comunicación asamblearia: Se lleva a efecto, mediante la unión de representantes para intercambiar información de interés social.
- b) La comunicación por emisarios: Utiliza mensajeros que difunden la información relevante para la sociedad.
- c) La comunicación por redes de distribución de mensajes: Emplea mensajeros que transmiten la información importante de una sociedad a determinados miembros de la colectividad de la élite dominante.
- d) La comunicación de masas: Se realiza mediante la producción y distribución de mensajes a través de los medios masivos de comunicación.

Existen dos leyes de la transformación y sustitución de los sistemas institucionalizados de comunicación pública.

- 1o. La ley de la jerarquización establece que cada sociedad institucionaliza como predominante a un sistema de comunicación pública.
- 2o. La ley de la integración precisa que todo sistema de comunicación pública permanece mientras funcione para la reproducción de la sociedad. Cuando deja de cumplir dicha función, se le sustituye.

Actividades de consolidación.

TEMA 1.1

- 1.- Existen dos grandes sistemas de comunicación que permiten la interacción comunicativa entre los hombres: el sistema de comunicación y el sistema institucionalizado de comunicación pública.

Lee con mucha atención la siguiente lectura tomada de una revista femenina y enseguida menciona de acuerdo a la interacción comunicativa que se establece entre los actores, en cuál de los dos sistemas de comunicación se ubica el texto y por qué.

Vivencias

Yo que siempre había sido rebelde

Raquel. 38 años. Abogada.

Creo que yo y otras mujeres somos el producto de una generación de madres que, en su mayoría, fueron reprimidas y recluidas en sus hogares durante años, a las que sus padres no les permitieron estudiar cuando así lo deseaban, que se quedaron con ganas de hacer cosas y que, por lo mismo, nos transmitieron el deseo de ir a la universidad y de no dejarnos de los hombres.

Entusiasmadas nos lanzamos a conquistar al mundo, a ser independientes y económicamente autosuficientes. Llegamos a ser profesionistas pero, en cierto sentido, esto nos truncó emocionalmente; al menos esta es mi experiencia. La admiración que yo sentía por mi esposo, no me permitió ver que en el terreno sentimental era como un niño de 8 años; me enamoré del contador, no del hombre. Cuando comprendí que no había hecho la mejor elección me sentí muy frustrada, pero me dije: "Yo me metí en esto y lo voy a sacar adelante". Quería ser la esposa perfecta y hacer de él el esposo perfecto. Socialmente funcionábamos como una pareja "encantadora".

Desde el principio él quería que yo dejara de trabajar. En un primer momento me resistí a dejar de hacerlo; después de todo el trabajo representaba mi propio ingreso y mi libertad, pero finalmente lo hice.

Yo que había sido una persona muy independiente, cuando me casé me volví una persona sometida —las esposas perfectas no pueden enojarse con sus maridos—, pero me sentí muy decepcionada porque estaba siendo una mujer diferente de la que había querido.

- 2.- Cuando Motecuhzoma se da cuenta de la llegada de Cortés a las costas mexicanas, envía a un grupo de personas a ofrecerle algunos regalos. Esto se narra en el siguiente fragmento que forma parte del libro "La visión de los ven
cidos" de León Portilla.

Lee con mucha atención la lectura e infiere por su con
teto el tipo de comunicación pública que se daba en la época de los aztecas, y menciona el porqué.

Venid acá, caballeros tigres, venid acá.
... ha salido a tierra nuestro señor.
Id a su encuentro, id a hacerle oír: poned buena
oreja a lo que él os diga. Buena oreja tenéis que
guardar.

Los dones que se ofrecen a los recién venidos

He aquí con lo que habéis de llegar a nuestro
señor:

Este es el tesoro de Quetzalcóatl:

Una máscara de serpiente, de hechura de turquesas.

Un travesaño para el pecho, hecho de plumas de quetzal.

Un collar tejido a manera de petatillo: en medio tiene colocado un disco de oro.

Y un escudo de travesaños de oro, o bien con travesaños de concha nácar: tiene plumas de quetzal en el borde y unas banderolas de la misma pluma...

Luego esto fue acomodado en cestones, fue dispuesto en armadijos para la carga.

Y por lo que toca a los cinco mencionados, luego les da órdenes Motecuhzoma, les dice:

-Id, no os demoréis. Haced acatamiento a nuestro señor el dios. Decidle:

-"Nos envía acá tu lugarteniente Motecuhzoma. He aquí lo que te da en agasajo al llegar a tu morada de México."

3.- Lee con mucha atención el siguiente texto.

CONFIADIDACTIC

¿QUE ES?
ES UNA EMPRESA PROFESIONAL
DEDICADA AL SERVICIO DE PAQUE-
TERIA Y MENSAJERIA EN EL
PAIS.

¿NECESITA EL ENVIO REPIDO
DE ALGUN PAQUETE O INFOR-
MACION?

¿COMO OPERA ?

- USTED NOS LLAMA
- NOSOTROS VAMOS
- NUESTRA ORGANIZACION
SE MOVILIZA Y EN ME-
NOS DE 10 HORAS
SU ENCARGO LLEGA A
SU DESTINO.

TELÉFONO: 5 790816

CON CONFIADIDACTIC USTED PUEDE DORMIR TRANQUILO

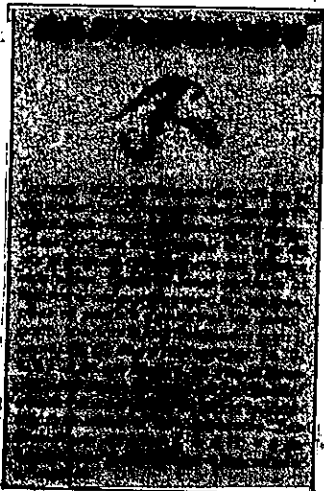
Después de la lectura anterior, infiere qué tipo de comuni-
cación se da en la empresa "CONFIADIDACTIC" y menciona el
porqué.

4.- Observa cuidadosamente la siguiente lámina.



Enseguida menciona qué tipo de comunicación se está dando en la comunidad y plantea el porqué.

5.- Analiza cuidadosamente los siguientes recortes de revistas.



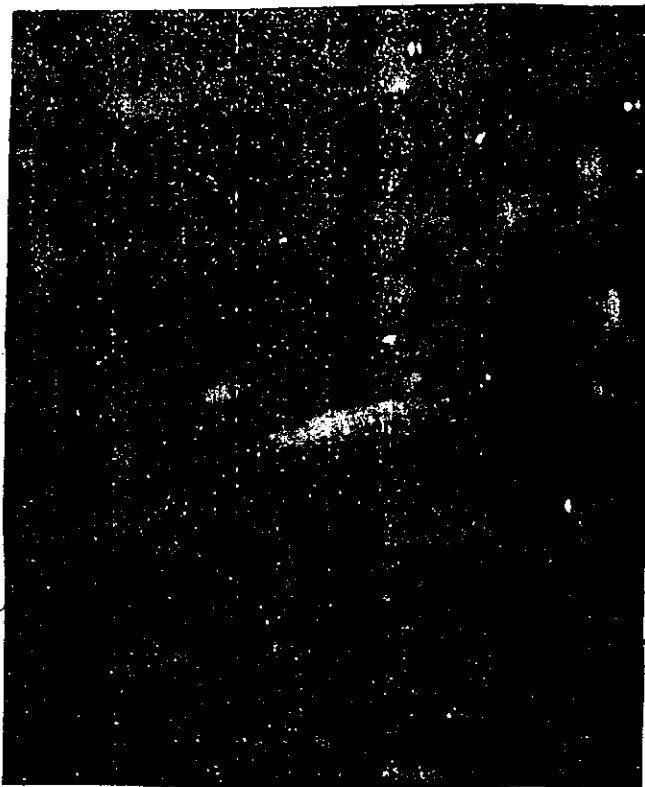
(A)

**¡EL ÉXITO
O EL FRACASO
A SOLO UN PASO!**

Controle el estrés a través de una tarjeta de biorretroalimentación. Le avisará cuando está tensionado, para aplicar así el corrector necesario. Folleto instructivo con cuatro técnicas de autocontrol, a través del relajamiento y una cartera para guardar su tarjeta. —Combata el estrés puede ser el séquito de éxito!. Actualmente utilizada por la marina de los E.U.

STRESS CONTROL

a sólo \$ 13,800.00



**LA AUTENTICA
PULSERA "IONICA" REGULADORA
BIO-VITAL**

- DEPRESIONES
- STRESS
- TENSION NERVIOSA
- ANSIEDAD
- INSOMNIO
- DOLOR DE CABEZA
- REUMATISMO
- ARTRITIS
- VARICES
- OBESIDAD
- APARATO DIGESTIVO
- INAPETENCIA SEXUAL
- ALERGIAS ETC.

De material polimetalico dorado e ionizado, remedio electromagnetico eficaz para trastornos comunes.

RECORTE ESTE CUPON Y ENVIELO A:

ASFI, S.A. Av. Ejército Nacional No. 622-A Col. Polanco C.P. 11560 México, D.F.
 Deseo recibir la cantidad de _____ pulsera(s) reguladora bio-vital con instructivo.

Envíe \$ 12,800.00 Por Giro Postal Giro Bancario C.D.D. correo reembolso \$1,200.00 m.a.
 No gire telegráfico.

Nombre _____
 Dirección _____
 Ciudad _____ C.P. _____
 Estado _____ T.V.Z. _____

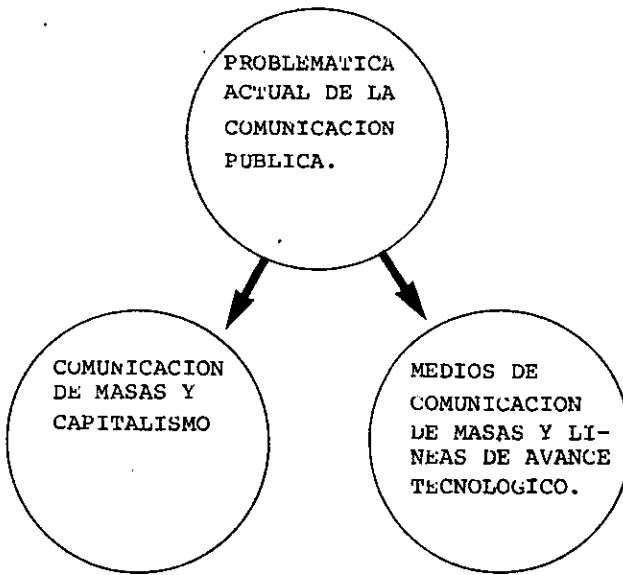
A los 15 días aproximadamente ud. recibirá su pulsera.

(D)

¡LA COCINERA PERFECTA!
*Finaliza su obra al cortar el pastel.
 Las rebanadas son exactas,
 precisas y el sabor más delicioso
 porque usa la nueva pala
 importada para partir pastales.
 El corte es perfecto y-basta
 ejercer un poco de presión para
 transportar la rebanada
 al plato. No debe faltar en
 ninguna cocina, es un indispensable.*

Con base en tu análisis menciona qué características de la comunicación de masas están presentes en los recortes publicitarios.

TEMA 1.2



1.2 Problemática actual de la comunicación pública.

1.2.1. Comunicación de masas y capitalismo.

Los medios de comunicación de masas tienen su origen en las so ci ed ades ca pi ta lis tas. Este tipo de organización social ha determinado tanto el desarrollo de los medios comunicativos como sus rasgos fundamentales. Para entender esta interrelación entre el sistema social capitalista y la comunicación de masas es necesario hacer una breve caracterización del capitalismo.

El capitalismo es un sistema económico que se basa en:

- a) La propiedad privada de los medios de producción (tierras, fábricas ...).
- b) La explotación de la fuerza de trabajo de los obreros: por un salario el empresario compra fuerza de trabajo obrera, la cual, en una parte de la jornada de trabajo, produce mercancías con un valor equivalente al salario, y en el resto de la jornada produce un excedente, un valor de más: plusvalor o plusvalía del que se apropia el capitalista para obtener sus ganancias.
- c) La producción de mercancías en forma de productos para ser vendidos y comprados.

Puesto que las ganancias del capitalista se incrementan al aumentar la producción de mercancías, el sistema capitalista de producción ha impulsado permanentemente el desarrollo industrial y tecnológico.

A lo largo del desarrollo capitalista se han incorporado los adelantos tecnológicos de la producción industrial a los sistemas ins tit uc ional iza dos de comunicación pública. De esta manera, el cap i ta lis mo ha constituido, unificado e institucionalizado una comu ni c ac i o n por técnicas de producción y distribución masiva de informa

ción, dando origen a la comunicación de masas que se difunde a través de medios impresos, cinematográficos, radiofónicos y televisivos.

Bajo el sistema capitalista estos medios comunicativos han adquirido los siguientes rasgos fundamentales:

- 1) Fabrican y distribuyen masivamente sus mensajes. Por eso son conocidos como medios de comunicación de masas.
- 2) Están constituidos como empresas privadas, propiedad de grupos empresariales, que elaboran y difunden masivamente sus productos comunicativos mercantilizados. Si son empresas estatales, están en manos del grupo dominante y se rigen por el formato definido por las empresas privadas.
- 3) Los mensajes, informaciones y relatos, que producen y difunden estos medios son mercancías vendidas, compradas y consumidas; en consecuencia, no depende tanto de su calidad como las leyes de la oferta y la demanda: lo más valioso es lo que más se compra.
- 4) Los productos comunicativos que difunden siempre concuerdan con los intereses y la ideología de los grupos dominantes quienes se han apropiado de los medios y los tienen bajo su control.
- 5) Los mensajes que transmiten son unidireccionales, autoritarios y verticales: se imponen desde los medios al público, sin posibilidad alguna de interacción comunicativa o réplica.
- 6) Los medios de comunicación de masas convierten los diferentes hechos y sucesos de la realidad en informaciones y relatos que tienen un valor comercial y un uso organizativo para la transformación productiva de la realidad y para el control político de la sociedad.
- 7) Si bien es cierto que estos medios extienden la información y la cultura a nivel masivo, su primordial función mediadora impone una comunicación reproductiva que fabrica y distribuye mitos con la ideología de los grupos dominantes. Estos mitos son presentados bajo formas repetidas o rituales y en ellos se proporcionan versiones del mundo parciales y tendenciosas -acordes con la sociedad establecida-, diluyendo las contradicciones

sociales, recuperando actitudes acríicas y naturalizando in justicias sociales.

- 8) Finalmente los medios de comunicación de masas elaboran mensajes persuasivos con finalidades comerciales (promover el consumo de mercancías); propagandísticas (imponer ideas políticas); o ideológicas (transmitir valores y modos de vida de los grupos dominantes), de modo que homogenizan los gustos existentes. Vulgarizan la cultura y el arte, promueven el entretenimiento superficial, sobrevaloran la noticia de actualidad y afirman una visión pasiva, acríica y ahistórica del mundo.

Recapitulación.

1.2. Problemática actual de la comunicación pública.

1.2.1 Comunicación de masas y capitalismo.

El capitalismo determina el seguimiento y las características de los medios de comunicación de masas que imperan en la época actual.

Estos medios se caracterizan por:

- . Fabricar y distribuir masivamente sus mensajes.
- . Ser empresas privadas propiedad de grupos empresariales creadores de productos comunicativos mercantilizados.
- . Producir mensajes autoritarios y verticales sin posibilidad de réplica.
- . Convertir todos los hechos y sucesos en relatos con un valor comercial utilizando una fuerte propaganda ideológica que tiende a homogeneizar los gustos existentes.

Debido a lo anterior, los MCM realizan una función mediadora y una comunicación reproductiva que facilita la fabricación y distribución de mitos de la ideología dominante presentados bajo formas repetidas o rituales y que proporcionan versiones parciales y tendenciosas de la realidad.

1.2.2. Medios de comunicación de masas y líneas de avance tecnológico.

Los medios de comunicación de masas son relativamente recientes y hasta nuestros días se han mantenido en un incesante desarrollo. En los últimos años se han definido determinadas líneas de avance tecnológico de estos medios de comunicación que es preciso destacar para establecer la problemática actual de la comunicación pública en las sociedades contemporáneas.

a) Desarrollo de los medios sincrónicos.

La tecnología de la comunicación ha progresado reduciendo el tiempo transcurrido entre el acontecimiento noticioso y la producción y difusión de la noticia, alcanzando la simultaneidad en muchos casos.

Algunos instrumentos comunicativos como la radio y la televisión, se han usado de esta manera, con un lenguaje sincrónico con el acontecimiento referido. Esto significa que comunican su mensaje de manera simultánea al momento en el que ocurre el acontecimiento, como ya ha sido explicado en la guía anterior.

Sin embargo, esta sincronía entre el acontecimiento y la comunicación masiva conlleva una disfunción o defecto como la sobrevaloración de la noticia de más actualidad, hecho que se conoce como "presentismo".

b) Desarrollo de los medios icónicos.

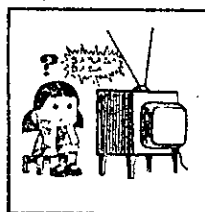
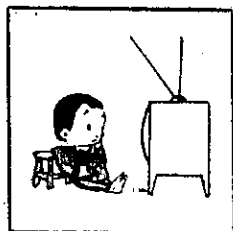
La tecnología de la comunicación ha incrementado la proporción de expresiones icónicas (imágenes, fotografías, dibujos . . .) en los productos comunicativos de los medios de comunicación de masas.

Algunos medios de comunicación como la prensa, el cine, la televisión se usan de este modo, dándole más espacio, tiempo e importancia al lenguaje icónico.

Los medios icónicos utilizan signos parecidos al referente por ejemplo imágenes, dibujos o fotografías con la misma forma que el objeto o la situación referida.



Este predominio del lenguaje icónico puede hacer más universal el mensaje, pero también lo puede hacer más superficial. No siempre se logra comprender cabal y completamente el mensaje transmitido por los medios icónicos. A la larga, una cultura difundida en un lenguaje icónico más que en los textos, puede ser más universal pero menos profunda. Sabemos que las primeras generaciones educadas por la televisión, se diferencian de las que las antecedieron en que tienen mucha más información cuando llegan a la madurez cognoscitiva y mucha menos capacidad para relacionar, organizar y jerarquizar esa información. El uso masivo de la imagen en la comunicación mengua la capacidad de los sujetos para manejar abstracciones.

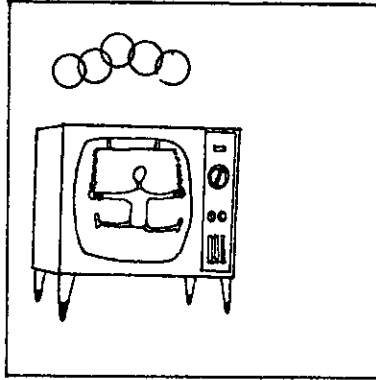


c) Desarrollo de los medios index e internacionalización de los medios.

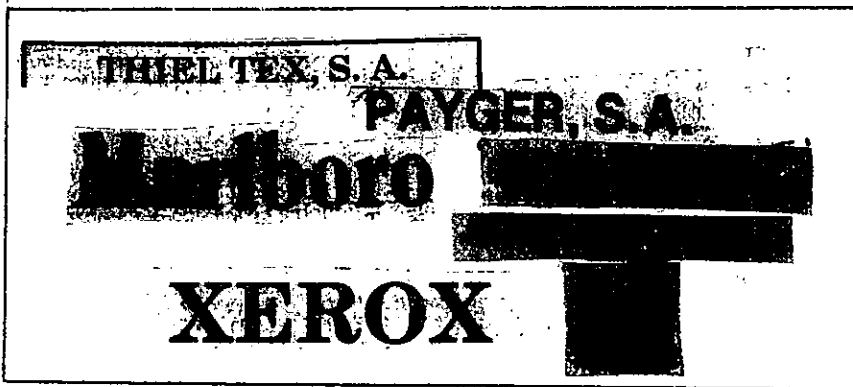
La tecnología de la comunicación ha combinado la capacidad sincrónica (simultaneidad del mensaje y el acontecimiento) y la icónica (predominio de imágenes) en los medios de comunicación de masas. Por eso se afirma que los medios index son sincrónicos e icónicos.

Un instrumento comunicativo como la televisión puede usarse para transmitir de manera simultánea con la producción de los acontecimientos mediante un lenguaje de imágenes, como lo puede ser

por ejemplo la transmisión televisiva "en vivo" de las olimpiadas de Corea a todo el mundo.



Sin embargo, este desarrollo de los medios index permite también traspasar las barreras geográficas para lograr que los productos comunicativos alcancen cualquier punto habitado por los hombres, acelerando el proceso de transculturización y el colonialismo cultural.



Recapitulación

1.2.2. Medios de comunicación de masas y líneas de avance tecnológico:

Líneas de avance tecnológico.	Función	Disfunción
-------------------------------	---------	------------

a) Desarrollo de los medios sincrónicos.	Posibilitan la presentación <u>si</u> multimed de los acontecimientos.	Sobrevaloran las <u>noti</u> cias de actualidad <u>utili</u> zando el presentismo.
--	--	--

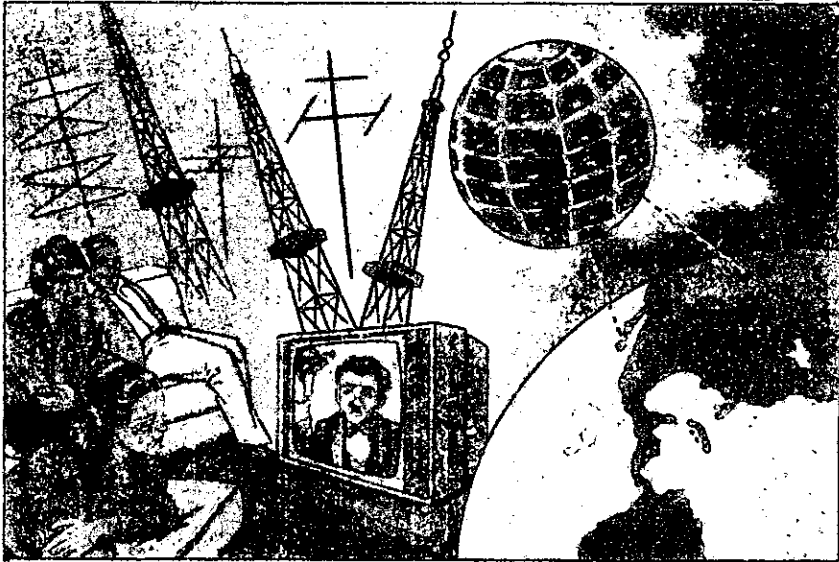
b) Desarrollo de los medios icónicos (cine y T.V.)	Utilizan las imágenes para - crear los productos comunicati <u>vi</u> vos por lo que se hacen más un <u>iv</u> ersales.	Limitan la capacidad p <u>ar</u> a manejar abstracciones.
--	---	---

c) Desarrollo de los medios index e internacionaliza <u>ci</u> ón de los medios (T.V.)	Combinan la simultaneidad con la capacidad sincrónica y la icóni <u>ca</u> . No existen barreras geográ <u>fi</u> cas.	Crean un colonialismo <u>cu</u> ltural.
--	--	---

Actividades de consolidación.

TEMAS 1.2

- 1.- Observa cuidadosamente las siguientes dos ilustraciones que hacen referencia a la evolución y a la modernización de la industria de la comunicación y enseguida menciona cómo crees que se fue dando ese proceso de modernización



TELEVISION

SATELITE

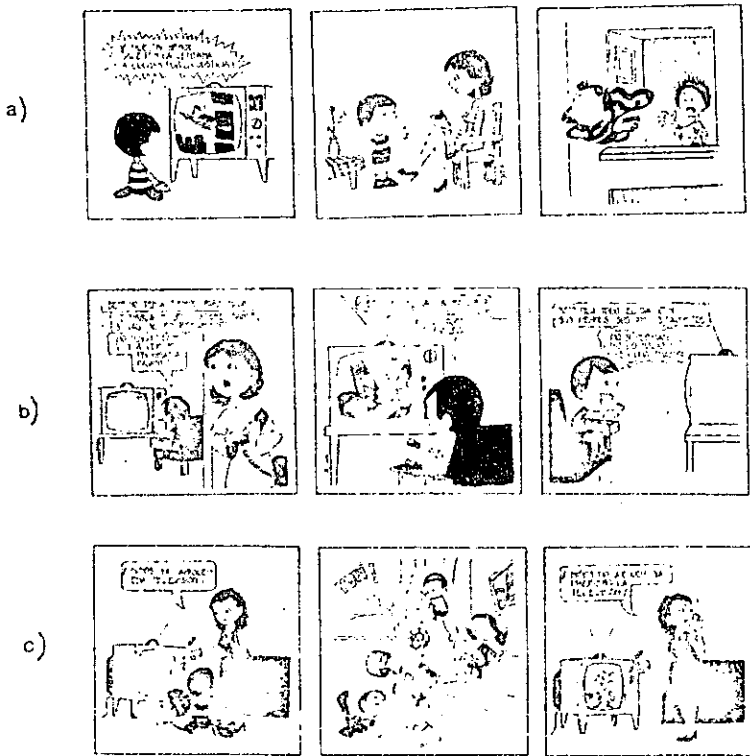
- 2.- Lee con mucha atención el siguiente fragmento tomado del libro de _____ titulado "La dependencia cultural"

El equipo físico a través del cual los públicos reciben la nueva cultura electrónica del mundo naturalmente está sometido a la administración de las mismas compañías transnacionales que determinan los parámetros de la economía occidental de hoy. Más y más datos pasan a su ámbito o control, y para que circulen hay que crear mercados homogéneos, por decirlo así, crear públicos que deseen lo que está en oferta. La cultura electrónica pasa por encima de las sutiles divisiones y agrupamientos en que consistían las culturas tradicionales; en realidad, de las que dependían. Acaso la mayor fuerza homogeneizadora sea la propia lengua inglesa. (Notemos que el ataque al empleo del inglés es básico en las campañas de Quebec, de galeses e irlandeses, del Inouit y de otros pueblos en su intento por conservar su integridad cultural.) El predominio del inglés impone una especie de flujo en un solo sentido, aun si ambas partes están comunicándose. Esto sigue siendo cierto en los casos en que se emplea la lengua nativa. El *Reader's Digest* y la revista *Time*, para tomar dos ejemplos, ofrecen versiones en lengua extranjera, o regionalizadas, a sus lectores extranjeros, pero siguen siendo esencialmente productos estadounidenses y todo el que es influido por ellos se ve poderosamente atraído al núcleo mismo de los valores estadounidenses. Estas populares publicaciones difunden más efectivamente valores que información; son emanaciones del espíritu de los Estados Unidos, y son "norteamericanizadores" más poderosos que las hamburguesas o los automóviles o la Coca Cola.

Después de la lectura menciona qué consecuencias se pueden desprender del uso de los medios de comunicación de masas, por parte de las compañías transnacionales para transculturizar a otros países.

3.- Observa cuidadosamente las siguientes viñetas, y trata de relacionar sus mensajes con la información que ya has estudiado anteriormente.

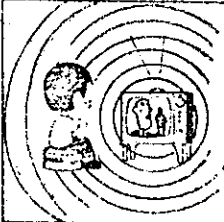
Después de la observación, anota tus reflexiones sobre las preguntas que se plantean a continuación.



- . ¿Cuál es el lenguaje icónico que se emplea sobre todo en las revistas y en la televisión?
- . ¿Qué propósito tiene el empleo de este tipo de lenguaje?

- . Desde tu particular punto de vista explica por qué se afirma que el exceso de un lenguaje icónico puede ocasionar se veros problemas sobre todo a los niños.
- . ¿Cuál es tu interpretación de la viñeta a?
- . ¿Cuál es tu interpretación de la viñeta b?
- . ¿Qué puedes hacer frente a lo que se plantea en la viñeta c?

4.- Lee con atención la siguiente descripción acerca de la experiencia de un niño teleadicto y enseguida menciona cuál es tu punto de vista al respecto.



- Cuando Andrés tenía 6 años le dió hepatitis. No podía levantarse de la cama. Los primeros días fue difícil mantenerlo quieto porque se sentía mal, pero en la medida en que se fue sintiendo mejor, se volvió un problema tenerlo tranquilo en cama y la T.V. fue la solución; pero resultó peor el remedio que la enfermedad. Después era imposible hacerlo salir de la cama, "tenía" que ver sus programas favoritos (que eran todos).

A grandes males, grandes remedios. "Descumpuse" la televisión y durante quince días estuvimos invitando a sus amigos a jugar y salirnos con él al parque. Cuando la televisión "se compuso" ya tenía más amigos que programas favoritos.

Lineamientos para las respuestas a las actividades de consolidación.

TEMA 1.1

- 1.- El texto de "las vivencias de Raquel" se ubica dentro de lo que son los sistemas sociales de comunicación porque éstos proporcionan la información necesaria para la reproducción de la sociedad que se manifiesta en la familia, en la escuela, en la fábrica, etc.
Raquel está exponiendo sus experiencias familiares, en las cuales se advierte fácilmente el peso y la influencia que heredó de la formación que le inculcaron sus padres.
- 2.- Durante la época de los aztecas se utilizaba el sistema de comunicación por redes de distribución de mensajes. En este sistema los mensajes informativos circulan a través de mensajeros quienes difunden los comunicados sólo a ciertos miembros de la colectividad elegidos por la posición que ocupan o las funciones que desempeñan.
En la lectura de León Portilla se advierte que Motecuhzoma manda llamar a personas especiales (mensajeros) designados caballeros tigres, y les da la misión de llevarle regalos al señor Hernán Cortés como beneplácito y agasajo por su llegada a México.
- 3.- En la empresa "Confididactic" se emplea un sistema de comunicación semejante a las redes de distribución de mensajes: Es una empresa con un grupo de mensajeros que se encargan de transportar y entregar paquetería o información documental de una persona que solicita el servicio (remitente) a otra que es el destinatario.
- 4.- En la lámina se manifiesta un tipo de comunicación assemblearia. Las personas están reunidas en un mismo lugar. Se infiere que están tomando alguna solución para algún asunto o problema que atañe a la comunidad.

5.- En los recortes de las revistas se pueden encontrar algunas características de la comunicación de masas como las siguientes:

- . Se recurre a la tecnología con el uso de una gran infraestructura, una impresión especializada para la edición de grandes volúmenes, abaratando con ello, tiempo y costos.
- . Los grandes volúmenes indican que hay un enorme demanda de revistas comerciales, como fotonovelas, teleguías, etc.
- . Dada la enorme difusión de estas revistas resultan un medio idóneo para publicitar productos. En este sentido se puede explicar la presencia de anuncios comerciales como la pulsera "iónic", la pala cortadora de pastel, las pastillas para el control del stress.
- . Por la gran cantidad de público al que llegan las revistas comerciales, con relativa facilidad pueden dar a conocer carteleras cinematográficas del día, de la semana, horario de programas de televisión, etc.

TEMA 1,2

- 1.- En tu respuesta debiste considerar que entre el sistema de comunicación de humo, de muchos pueblos indígenas, y la comunicación moderna por satélite se tuvo que ir dando un proceso lento y encadenado de avances en todos los campos: derecho, política, economía, arte, ciencia... Los avances en la comunicación en nuestros días permiten en muchos casos la transmisión simultánea de los acontecimientos.
- 2.- Pudiste haber mencionado en tu respuesta que las compañías transnacionales pueden utilizar los MCM como un importante factor de control ideológico, político y económico, de los países subdesarrollados. Por esta razón, los medios de comunicación son fundamentales para los países de origen de las transnacionales.
- 3.- En tus respuestas debiste haber considerado los siguientes aspectos:
 - . El lenguaje icónico es aquel que en sus mensajes utiliza primordialmente imágenes, dibujos, fotografías o signos parecidos al referente o a la situación referida.
 - . El empleo del lenguaje icónico es la presentación del mensaje de la manera más accesible posible para quien lo observa. En este sentido se afirma que el lenguaje icónico puede hacer más universal el mensaje, pero también lo puede hacer más superficial.
 - .. Pudiste haber señalado que el abuso de imágenes, puede disminuir la capacidad del sujeto para pensar, abstraer relacionar...
 - . Una interpretación de la viñeta 'a' es que la televisión hace creer a muchos niños que lo que ven es la realidad. En varios países se han reportado casos de muertes de niños por tratar de volar al imitar a su "héroe".
 - . Una interpretación de la viñeta 'b' es que el abuso de la televisión puede absorber por completo a los niños su tiempo, su mente, sus preocupaciones. Su vida gira en

torno a lo que ven y a los ejemplos que le dan sus héroes.

- . Una interpretación de la viñeta "c" es que no se debe emplear a la televisión como "entretención" para los niños, ni para disminuir sus violentas o pequeñas travesuras. Si se decide que los niños no vean televisión es necesario ofrecerles una alternativa, como juegos, paseos, actividades recreativas, etc.

4.- Pudiste haber expresado entre otras cosas, que la medida fue correcta porque hubiese sido muy problemático mantener una armonía familiar si frente a la televisión descompuesta no se le hubieran ofrecido a Andrés una serie de actividades diferentes. En este caso los juegos con sus amigos y las salidas al parque.

AUTOEVALUACION

- 1.- Infiere cuáles son las semejanzas y las diferencias que pueden existir entre un sistema social de comunicación y un sistema institucionalizado de comunicación pública.
- 2.- Con tus propias palabras explica en qué consiste la comunicación asamblearia.
- 3.- Elabora un ejemplo en donde esté presente la forma de comunicación por emisarios.
- 4.- Explica con tus propias palabras en qué consiste la ley de la jerarquización institucional de los sistemas de comunicación pública.
- 5.- De igual manera que la anterior, explica con tus propias palabras en qué consiste la ley de la integración entre información, organización y acción social.
- 6.- Define qué se entiende por modo de producción de la comunicación pública.
- 7.- Con tus propias palabras explica cuáles son las bases sobre las que se sustenta el sistema económico capitalista.

- 8.- Explica qué entiendes por "presentismo" y cuál es su importancia en el mundo de la comunicación.

- 9.- Describe cuáles pueden ser las ventajas y desventajas de emplear un lenguaje icónico en los medios de comunicación de masas.

Lineamientos para las respuestas de autoevaluación.

Un elemento de juicio para valorar los avances que vas obteniendo en tu estudio es la autoevaluación. Verifica cudadosamente tus respuestas y por los resultados juzga por tí mismo si debes volver a repasar con mayor atención la unidad, o si ya puedes seguir con toda confianza en el estudio de la segunda.

1.- En tu respuesta debiste considerar algunas semejanzas como las siguientes:

- . Ambos sistemas posibilitan la interacción comunicativa entre los hombres.
- . Por la misma razón ambos sistemas cuentan con actores, instrumentos, representaciones y expresiones

Diferencias:

- . El sistema social de comunicación se da cotidianamente entre los hombres en sus diferentes relaciones, sean familiares, escolares, laborales, etc.
- . El sistema institucionalizado de comunicación pública sólo se puede dar gracias a una infraestructura material y humana que hace posible la producción y distribución de los productos comunicativos.

2.- En tu respuesta debiste explicar que la comunicación asamblaría se da cuando los miembros de una comunidad, sindicato . . . se reúnen en un lugar determinado para tratar un asunto y darle una solución satisfactoria para el grupo.

3.- En el ejemplo que hayas elaborado deben estar presentes los aspectos medulares de la comunicación por emisarios:

- . Actores que asuman el papel de mensajeros o pregoneros que llevan y difunden un comunicado a los miembros o representantes de una comunidad; o bien en el sentido inverso: los miembros o representantes de una comunidad llevan un comunicado a los mensajeros para que éstos lo transporten y lo difundan a otro lugar o a otras personas.

- 4.- Es importante que en tu explicación hayas considerado lo siguiente:

De acuerdo con un análisis histórico se puede afirmar que en las diferentes sociedades existe un sistema de comunicación pública que es dominante sobre otros. Así, en un momento dado, dominó el sistema de comunicación asamblearia, o las redes de distribución de mensajes.

Actualmente predomina el sistema de comunicación de masas.

- 5.- Relacionada con la respuesta anterior, debiste considerar que un sistema de comunicación pública prevalece como el dominante cuando produce y difunde información que sirve para que la sociedad continúe reproduciéndose en sus aspectos ideológico, político, económico, cultural, institucional, etc.

- 6.- Por modo de producción de la comunicación pública se entiende la forma en la que cada sociedad genera y se apropia de la información pública.

El concepto de apropiación hace referencia a la utilidad que tiene la información para la reproducción de la misma sociedad. También hace referencia a los grupos dominantes que detentan la información con el propósito de mantener su estado de dominio sobre otros grupos sociales.

- 7.- En tu respuesta debiste considerar 3 aspectos esenciales que sustentan al sistema económico capitalista:

- a) La propiedad privada de los medios de producción.
- b) La explotación de la fuerza de trabajo (plusvalía).
- c) La producción de mercancías.

- 8.- El "presentismo" se puede considerar como la sobrevaloración que algunos medios de comunicación hacen sobre las noticias de más actualidad, debido a la sincronía que frecuentemente se da entre el acontecimiento y la comunicación masiva.

- 9.- Entre otras cosas debiste haber considerado que una de las ventajas principales en el uso del lenguaje icónico es la universalización que se puede hacer de los mensajes.

Sin embargo, una de las grandes desventajas es la posibilidad de que los mensajes pierdan profundidad y debiliten la capacidad de los sujetos para abstraer, relacionar, organizar, etc.

Explicación integradora.

El hombre vive en una constante interacción comunicativa en dos sentidos: Una mediante los sistemas sociales de comunicación, y otra, mediante el sistema institucionalizado de comunicación pública. Dentro de este último sobresalen, por ejemplo, la comunicación asamblearia, la comunicación por emisarios, la comunicación por redes de distribución de mensajes y la comunicación de masas. Estos sistemas se destacan por haber sido predominantes en diferentes épocas de la historia. Actualmente el sistema que domina es el de la comunicación de masas característico de las sociedades capitalistas.

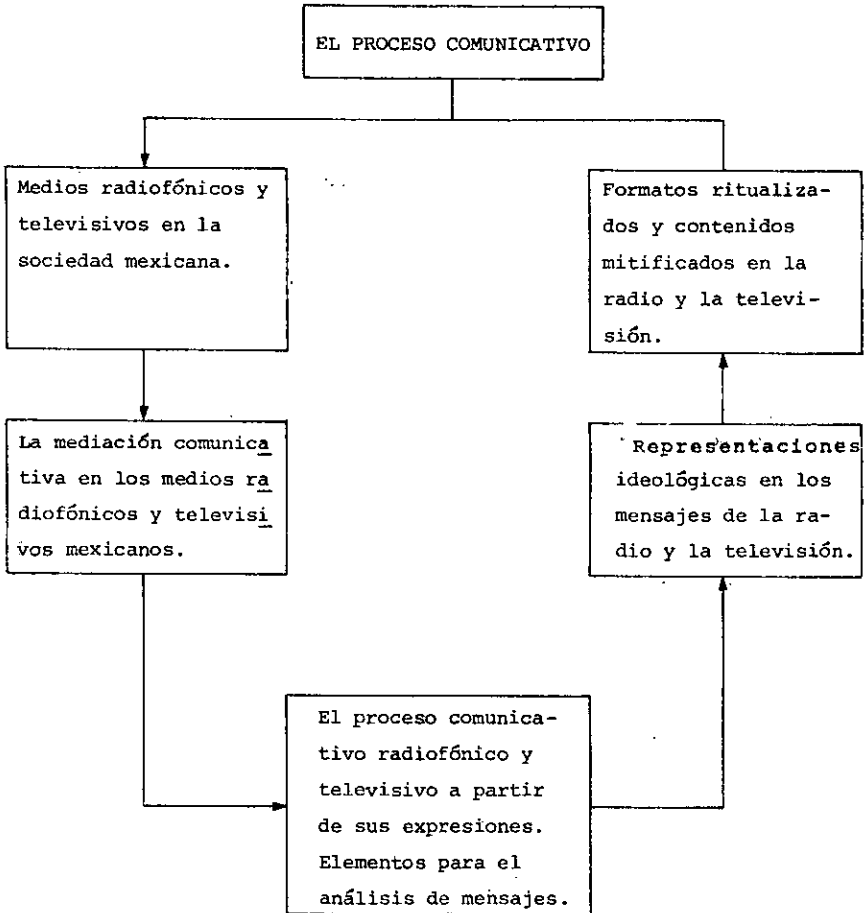
Cada uno de los sistemas de comunicación anteriormente mencionados, pudo ser el dominante en su época, debido sobre todo a que producían informaciones de interés y utilidad para la reproducción de la misma sociedad. En el momento en que dejaron de cumplir este papel, fueron suplantados por otro. Así se explica, por ejemplo el nacimiento de los MCM en las sociedades capitalistas en las cuales existe un modo peculiar de producir la comunicación pública similar al modo de producción económica.

En los MCM se han incorporado los adelantos tecnológicos de la producción industrial capitalista dando origen a diferentes medios como los radiofónicos, televisivos, cinematográficos, impresos, etc., cuyo propósito medular es la producción y distribución de la información para el consumo y el uso reproductivo de la sociedad. En algunos MCM como el cine, la televisión o impresos como las revistas, se emplea en abundancia un lenguaje icónico que puede universalizar los mensajes pero también los puede hacer menos profundos, al disminuir algunas capacidades intelectuales de los sujetos.

Unidad II

El proceso comunicativo en las expresiones de medios radiofónicos o televisivos mexicanos

C O N T E N I D O



CUESTIONAMIENTO GUIA

Es necesario el conocimiento histórico del desarrollo que han experimentado en nuestro país los medios radiofónicos y televisivos, por que ello permite su propia contextualización, con lo que su estudio resulta mas amplio al poder encontrar las respuestas a interrogantes importantes como las siguientes:

¿Cuáles fueron los orígenes de la industria de la radio y la televisión?

¿Cómo se fue desarrollando el proceso monopolístico en ambas industrias?

Como ya es bien conocido, la monopolización de los medios de comunicación de masas, en manos del estado o grupos privados, determinó la orientación política de la información que se difunde por dichos monopolios, con el propósito de que sea conocida por la sociedad.

Visto así el proceso comunicativo, es conveniente que reflexiones internamente acerca de la veracidad de los siguientes planteamientos.

- . Los medios de comunicación de masas, difunden una información democrática y participativa que beneficia a los sectores populares y oprimidos del país.
- . Los medios de comunicación de masas, no difunden representaciones ideológicas de los grupos que tienen el poder, ya que su misión es luchar contra la opresión del pueblo.

La publicidad que se transmite tanto en la radio como en la televisión, no tiene ningún fin político, ideológico, persuasivo, comercial o moral, son más bien consejos sanos que tratan de orientar a los radiodivulgadores y telespectadores hacia un mejor modo de vida.

Las informaciones de la radio y la televisión no son manipuladas. Por el contrario son ofrecidas a la sociedad con mucha imparciali-

dad y objetividad sin manifestar influencia o preferencia por algún grupo político.

Existe una gran abundancia de programas de televisión de corte político cultural que ayudan a la sociedad a una toma de conciencia sobre la necesidad de un cambio de la realidad.

Existe en la radio una gran abundancia de estaciones que difunden programas de análisis y reflexión política, y música considerada no comercial.

Por la forma en la que están planteados los formatos de la radio y la televisión se permite establecer una relación participativa con su público de manera que éste, no es sólo un simple receptor de mensajes; sino que se convierte en un actor emisor-receptivo que retroalimenta a los propios medios.

Conforme vayas avanzado en el estudio de esta segunda unidad, confronta las reflexiones que te hayan surgido de los planteamientos anteriores, para que logres establecer con ello la veracidad o falsedad de los mismos.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

Como fruto del estudio de esta segunda unidad, conocerás el desarrollo que han experimentado los medios radiofónicos y televisivos en la sociedad mexicana, particularmente en el siglo XX, la mediación comunicativa en los medios radiofónicos y televisivos mexicanos, el proceso comunicativo radiofónico y televisivo a partir de sus expresiones. Estos temas te darán fundamentos para el análisis de mensajes radiofónicos y televisivos que te permitirán desarrollar una capacidad de análisis crítico para comprender con mayor profundidad las representaciones ideológicas en los mensajes televisivos y radiofónicos en México, así como los formatos ritualizados y los contenidos mitificados en la radio y en la televisión.

INTRODUCCION A LA UNIDAD.

Los hechos que se generan en una comunidad y que por su relevancia se convierten en objetos de información, son fenómenos de producción social, desde que se institucionaliza el tratamiento y el uso de la comunicación pública.

Esta institucionalización implica la organización compleja de todo un sistema que recoge la producción de aconteceres sociales, los procesa y los difunde para su consumo.

Para ello, se necesita una fuerte infraestructura que permita todas esas operaciones.

En el caso de la radio y la televisión en México dicha infraestructura se fue desarrollando paulativamente, gracias al impulso del Estado y de grupos empresariales que fueron creando históricamente los monopolios que en dichas industrias dominan en el país actualmente.

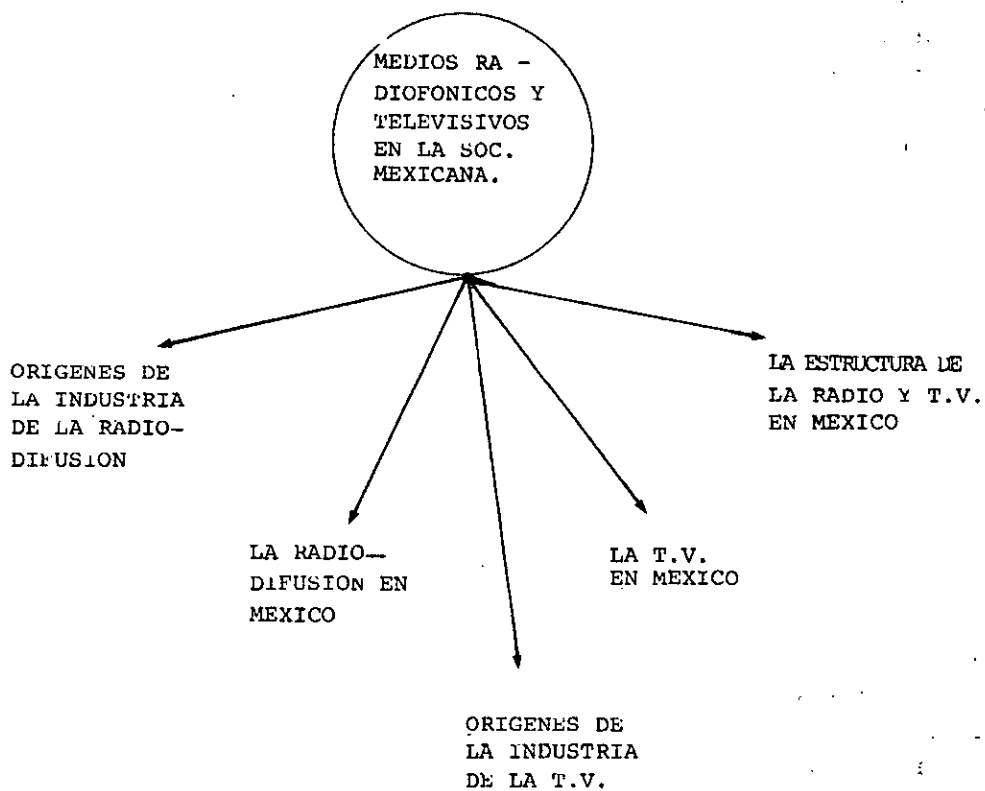
Por estar en manos de una clase social económicamente fuerte, la radio y la televisión juegan un papel preponderante en la producción y difusión de la información que consume la sociedad.

Esta difusión de la información no es imparcial ni objetiva sino que es mediada desde el momento mismo en que las agencias de noticias, el consejo de redacción, los censores, entre otros, seleccionan determinados hechos con el propósito de hacerlos públicos, a nivel nacional, local a determinada audiencia.

Con esta búsqueda y selección de la información que es útil y necesaria para la reproducción del sistema social, la clase dominante pretende el mantenimiento de la estructura social, mediante la organización de valores de uso para la sociedad.

Para obtener mayores elementos de análisis de los planteamientos anteriores, en la presente unidad se estudia la evolución histórica de los medios radiofónicos y televisivos en la sociedad mexicana, la mediación comunicativa en los medios radiofónicos y televisivos mexicanos, y finalmente, el proceso comunicativo radiofónico y televisivo a partir de sus expresiones, tema dentro del cual se analizan los mensajes, sus representaciones ideológicas, sus formatos ritualizados y sus contenidos mitificados.

TEMA 2.1.1



2.1.1 Medios radiofónicos y televisivos en la sociedad mexicana

Origen de la industria de la radiodifusión.

La invención de la radio constituyó uno de los avances más notables y revolucionarios de la historia de la humanidad. Su nacimiento estuvo muy ligado al desarrollo del telégrafo, apoyado en buena manera por el deseo del Imperio Británico de mejorar la comunicación de la Marina, mediante investigaciones sobre transmisiones inalámbricas. En este contexto el gobierno inglés, apoyó los experimentos radiofónicos de GUGLIELMO MARCONI quien en 1899 realizó la primera transmisión telegráfica inalámbrica a larga distancia.

En 1900 FASSENDEN logró transmitir la voz humana por medio de ondas electromagnéticas.

En 1907 LEE de FOREST perfeccionó las técnicas de emisión y recepción de las señales radiofónicas, lo que posibilitó que en la década de 1910 se llevaran a cabo las primeras emisiones radiofónicas.

En 1915 los avances tecnológicos permitieron hablar mediante radiotelefonía entre Nueva York y París.

En 1919 se obtuvo el primer contacto radiotelefónico entre una estación de tierra y un avión.

En Norteamérica el descubrimiento y perfeccionamiento de la radio interesó a importantes empresas como la United Fruit Co., la General Electric, la A.T.T. y la Westinhouse, las cuales se apropiaron del innovador instrumento comunicativo y lo convirtieron en la base de una próspera industria privada que ya en 1919 se organizó como la RADIO CORPORATION OF AMERICA (RCA), que comenzó a florecer en 1920 con el establecimiento de la primera estación de radio con servicio regular, conocida como la KDHX de Pittsburg.

Durante el período de 1920 a 1922 se experimentó un "boom" radial en Estados Unidos que derivó en un incremento constante en la fabricación de aparatos receptores, pues de 50 mil que existían en 1921, aumentaron para el año siguiente a 600 mil, en 1929 llegó a 9 millones y en 1933 alcanzó la cifra de 17 millones. ⁽¹⁾

La definitiva intervención empresarial en este naciente medio comunicativo de masas le imprimió un carácter comercial a la radio que se desarrolló en Estados Unidos. Se organizó como empresa privada para obtener ganancias por la venta de publicidad, tratando de ganar audiencia mediante la transmisión de música y espectáculos de masas.

En este contexto, "el primer anuncio comercial fue difundido el 28 de agosto de 1922 cuando la American Telephone & Telegraph Company se anunció a sí misma a través de su propia estación en Nueva York"⁽²⁾ Las ganancias fueron haciéndose cada vez más notorias. En 1922 alcanzaron la cifra de 60 millones de dólares, en un año más tarde llegaron a 136 millones y en 1928 se situaron en 650 millones de dólares.

Incremento en la producción de radioreceptores en U.S.A.

1921	50 000
1922	600 000
1929	9 millones
1933	17 millones

Incremento en las ganancias de la radiodifusión en U.S.A.

1922	60 millones de dls.
1923	136 millones de dls.
1928	650 millones de dls.

Expansión y carácter comercial de las radiodifusoras en U.S.A.

1922 Julio	Expedición de 430 licencias de transmisión	
1923	428 estaciones emisoras comer ciales	72 emisoras culturales.
1924		Disminución de las emisoras culturales a sólo 30

A partir de 1923 se iniciaron las transmisiones en cadena en los Estados Unidos, colocando con ello, las bases para la formación de las grandes corporaciones monopólicas norteamericanas que controlan hasta la fecha los medios radiofónicos y televisivos de ese país.

En 1926 se formó la poderosa NBC, contando como socios accionistas a la RCA (50%), la General Electric (30%) y la Westinghouse (20%). Dos años más tarde se organizó la CBS como otro importante monopolio competidor de la NBC.

En este proceso de expansión, la industria del medio radial no solamente se centró en la creación y posesión de radiodifusoras, sino que su capital se extendió a las agencias de publicidad encargadas de hacer la programación, a los sindicatos de artistas y escritores, las compañías de discos, los servicios de mercancías, las revistas del ramo, etc.

Gracias a todo este poder económico, la industria de la radiodifusión en Estados Unidos logró tener en este país una notable influencia en el campo político y económico.

En la década de los veinte, las corporaciones de Estados Unidos que controlaban los medios de comunicación, se extendieron fuera de sus fronteras, instalando estaciones de radio y agencias de venta de radio por toda Latinoamérica. En 1926, por ejemplo, el 90% de los 25 mil receptores en uso en México eran exportados de E.U. El equipo de producción y transmisión radiofónica igualmente tenía origen estadounidense. La mayoría de estaciones de radio pioneras en nuestro país fueron establecidas, como en E.U. por agencias de ventas de aparatos de radio subsidiarias de los fabricantes norteamericanos; incluso algunas estaciones pertenecían directamente al capital extranjero como la estación de General Electric. Por eso, casi todas las trece radiodifusoras que operaban en 1925 en México reproducían el modelo comercial que predominaba en Estados Unidos. "Todos estos datos muestran que la radiodifusión mexicana se originó bajo la influencia directa, económica principalmente pero también cultural, de la industria de las comunicaciones de Estados Unidos (3)

La radiodifusión en México

Mientras en Estados Unidos la industria radiofónica crecía y se fortalecía, vinculada a poderosas empresas capitalistas, en México apenas se hacían experimentos con transmisiones inalámbricas. Hasta donde se sabe, las pruebas iniciales de radiodifusión en el país, se llevaron a efecto en los comienzos de este siglo. Las primeras transmisiones datan de la década de 1910.

En 1921 se llevaron a cabo radio-emisiones experimentales en las ciudades de México, Monterrey y Chihuahua. "1921 fue igualmente el año que la radiodifusión mexicana inició en su doble vertiente, pública y privada, transmisiones de carácter experimental, con programas bien integrados" (4)

El 27 de septiembre de ese año se organizó una transmisión desde la Dirección General de Telégrafos Nacionales comentando noticias. Ese mismo día, los hermanos Gómez Fernández realizaron una transmisión privada que consistió en 2 canciones.

A partir de 1923 se comenzaron a poner los cimientos de la industria radiofónica en nuestro país. En marzo de ese año, la estación de radio J-H instalada por José de la Herrán, bajo el patrocinio de la Secretaría de Guerra y Marina, inició con transmisiones regulares de música y de otros contenidos. También en este mismo año, se instalaron las dos primeras estaciones conocidas de radio: la CYL, establecida por Raúl Azcárraga propietario de la casa del radio, asociado con El Universal de Felix Palavicini; y la CYB propiedad de la cigarrera El buen tono, vinculada con importantes empresas mexicanas. De hecho, "la radiodifusión comercial nació y se desarrolló en manos de una fracción de la burguesía tradicional porfiriana-como las familias Milmo, y Tárvana - y de la nueva burguesía-como la familia Azcárraga - asociada a la primera y a las corporaciones transnacionales provenientes del país que emergía ya como la primera potencia económica mundial, Estados Unidos" (5)

El Estado político posrevolucionario permitió el florecimiento de una Radio Comercial en México. Desde 1922 se formaron organizaciones de radioemisores- constituyendo en 1923 la Liga Central Mexicana de Radio que comenzó a presionar al Estado a fin de regla

mentar jurídicamente la radiodifusión preservando su sentido mercantil. En 1926 el Presidente Calles decretó una legislación sobre la radio (Ley de las Comunicaciones Eléctricas) que al tiempo que pretendió limitar la formación de monopolios a la ingerencia de extranjeros en ese medio, al no hacer referencia sobre el contenido de las transmisiones, posibilitó la imposición del modelo de radiofonía comercial dominante en E.U. En los primeros años de la industria de la radio se promovió el establecimiento de estaciones ligadas al gobierno; la más importante en aquellos años fue la CZE, de la SEP, inaugurada en 1924 cuya programación fue muy completa pues transmitía durante todo el día: en las mañanas las emisiones se enfocaban hacia la mujer (orientaciones sobre precios de productos básicos; cocina, gimnasia, economía doméstica); en las tardes se impartían clases técnicas, informaciones varias, cuentos infantiles; en las noches se alternaban música clásica y popular y conferencias. Esta estación es la antecesora de la actual XEEP Radio Educación "la estación de la SEP logró opacar en muchos sentidos a las emisoras particulares. Tenía una programación que, al mismo tiempo que entretenía, ofrecía información útil al radiocucha; sus ondas se captaban en todo el país, ya que era una estación de gran potencia y logró coordinar sus objetivos educativos con las otras dependencias gubernamentales (...) La CZE salvó a la radiodifusión gubernamental de la mediocridad" (6)

En provincia se organizaron otras estaciones gubernamentales como la XEFO inaugurada a finales de 1930 cuyos objetivos fueron la difusión de la doctrina del partido, informar sobre las gestiones oficiales, e incorporar a las masas proletarias al arte y a la literatura.

Durante el período de Cárdenas se crearon 14 estaciones de radio en el país, impulsoras de un proyecto cultural y educativo nacionalista.

Al finalizar el sexenio Cardenista se experimentó un viraje económico y político que modificó el proyecto cultural del Estado. En consecuencia, la XEFO fue entregada por Miguel Alemán a concesionarios privados en 1946. Así, mientras el Estado reducía su presen-

cia en los medios radiofónicos, la radio comercial en México continuaba su expansión y consolidación.

La industria de la radiodifusión en su mismo proceso de gestación y desarrollo, quedó en poder de una fracción de la burguesía porfiriana - los Tarvana, pero principalmente Patricio Milmo y su yerno, Emilio Azcárraga - quien tenía importantes inversiones en tabacaleras, bancos, ferrocarriles, minería, etc. Esta acumulación de capital desarrollada bajo el régimen porfirista se vio afectada por el caos económico provocado por la Revolución Mexicana y por los inestables gobiernos posrevolucionarios, por lo que decidieron dirigirla a la naciente industria radiofónica - donde el Estado no tenía control ni participación alguna - imprimiéndole un carácter comercial y ligándose a las poderosas corporaciones estadounidenses.

En general, se reconoce que Emilio Azcárraga "es la persona que más contribuyó a la consolidación, promoción y expansión del modelo comercial de la radiodifusión en México" (7) Su hermano Raúl fue uno de los pioneros radioemisores y el propio Emilio fue empleado de la RCA; ligado con la familia Milmo fundó la Estación radiofónica más importante de la época, la XEW "la Voz de América Latina desde México" y una cadena de emisoras a lo largo y a lo ancho de nuestro país. Con una concesión a largo plazo la XEW se inauguró en 1930, afiliada a la NBC, división radio de la RCA - que era el principal accionista (87.5%) a través de la Compañía México Music (La XEW) fue la estación más potente e influyente del país durante años. Desde 1923 el grupo de Azcárraga organizó estaciones de radio en provincia. En 1938 junto con la CBS, Azcárraga inauguró otra importante emisora radial; la XEQ. Tanto la XEW como la XEQ fundaron cada una de ellas cadenas radiofónicas nacionales. En 1941 el grupo Azcárraga organizó Radio Programas de México (RPM), agrupando a las dos redes de radio que encabezaban la XEW y la XEQ.

CREACION DE ALGUNAS ESTACIONES DE
RADIO EN PROVINCIA

AÑO	ESTACION	CIUDAD
1931	XEFB	Monterrey
1934	XEE	Durango
1934	XECZ	San Luis Potosí
1934	XEHF	Nogales
1935	XEAM	Matamoros
1935	XEBH	Hermosillo
1936	XEBO	Irapuato
1936	XEP	Cd. Juárez
1936	XEBX	Sabinas
1936	XEBI	Aguascalientes
1937	XEMO	Piedras Negras
1938	XECL	Mexicali
1939	XEOX	Cd. Obregón
1939	XEHR	Puebla
1939	XEA	Campeche
1941	XEMP	Monterrey
1941	XETG	Tampico
1941	HEHL	Guadalajara
1941	XEPP	Orizaba
1941	XEAX	Oaxaca
1942	XEDN	Torreón
1942	XEWE	Irapuato
1942	XEHG	Hermosillo
1943	XESU	Saltillo
1943	XENC	Celaya
1944	XER	Linares
1945	XETK	Mazatlán

Otra cadena radiofónica importante en aquellos años es la que se deriva de la otra estación pionera de la radio comercial, la CYB

propiedad de capitales franceses, que hasta 1944 agrupaba 17 estaciones encabezadas por la XEB. También existía Radio Mil, asociada al Mutual Broadcasting System de E.U. El grupo de Azcárraga diversificó sus intereses e inversiones: con la RKO Pictures impulsó la industria cinematográfica fundando los Estudios Churubusco y salas de cine por todo el país, intervino también en los medios impresos (periódicos como Novedades, revistas y comics), en radioemisoras en E.U., en hoteles, la industria automotriz, etc., a mediados de la década de los cuarentas retira inversiones de la radio para canalizarlas a la creación de la industria televisiva.

"Un aspecto relevante que hay que destacar es que, durante las décadas de 1930, 1940 y parte del cincuenta, se consideró que floreció la "época de oro" de la música popular mexicana. XEW en particular fue el más importante vehículo promotor de músicos, cantantes y compositores mexicanos hoy considerados clásicos dentro del género popular. Paradójicamente, los principales promotores de este ascenso de la música nacional eran empresas con fuerte capital extranjero, como hemos visto ya. Posteriormente, en la medida en que el patrón de desarrollo dependiente estaba en proceso en el país, la inversión extranjera directa se hizo menos aparente en los medios electrónicos, mientras que la presencia cultural se haría más evidente, en un proceso de transnacionalización cultural. El impulso a la música mexicana se explica, entre otras razones, a que para cumplir con eficiencia su función publicitaria la radio tenía que transmitir el tipo de programación que atrajera audiencias amplias, y en esos años la música mexicana era considerada apropiada para lograrlo. De cualquier manera, aunque la música mexicana predominase, habrá que recordar que los formatos de una mayoría de los programas más populares de entonces fueron copia casi al carbón de los de la radio norteamericana. La radiónovela fue durante esos años un género muy popular en la radio mexicana⁽⁸⁾.

Aunque se pensó que la televisión desplazaría a la radio, lo cierto es que ésta se mantuvo como una floreciente industria. El nú-

mero de estaciones comerciales siguió creciendo permanentemente: de 70 estaciones existentes en el sexenio de Miguel Alemán (1946-1952) a 112 estaciones en el sexenio de Echeverría (1970-1976). Una vez que el grupo de Azcárraga invirtió sus capitales en la televisión, sin abandonar sus redes radiofónicas, otros grupos monopolizaron la industria del radio: Radio Cadena Nacional (RCN). Radiodifusores Asociados, S.A. (RASA), Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), ACIR, Radiodifusores Mexicanos, S.A. (RADIMSA), Corporación Mexicana de Radiodifusión (CMR), etc. "Al comenzar el decenio de 1970 siete grupos controlaban 61% de las radio-emisoras comerciales de AM y FM del país."⁽⁹⁾ Sus ganancias también se mantuvieron altas, vinculadas estrechamente a las agencias de publicidad y a las compañías disqueras. La audiencia real y potencial aumentó: en 1971 se calculaban 6 millones de radio hogares llegando a 38 millones de personas, por toda la República mexicana, a medios urbanos y rurales, y a todas las clases sociales. Por consiguiente, la radio se ha constituido como el medio de comunicación de masas con mayor cobertura y penetración en México. Sin embargo, ha sido un medio mercantilizado cuyo potencial cultural y educativo ha sido desaprovechado. Siendo "un poderoso medio de influencia social, potencial y real, la radio en México ha funcionado principalmente para vender bienes y servicios y para promocionar discos, sin un compromiso social". ⁽¹⁰⁾

Orígenes de la industria de la televisión

La televisión "nació de la conjunción imbricada de tres series de descubrimientos: los que se refieren a la fotoelectricidad, es decir a la capacidad de ciertos cuerpos de transformar, por radiación de electrones, la energía eléctrica en energía luminosa y recíprocamente los descubrimientos de procedimientos de análisis de fotografías descompuestas y luego recompuestas en líneas de puntos claves u oscuros, y finalmente los descubrimientos que han permitido dominar las ondas hertzianas para la transmisión de las señales eléctricas correspondientes a cada uno de los puntos de la imagen analizada." (11)

Las transmisiones de imágenes se experimentaron desde los años veinte. En Inglaterra los trabajos más importantes en emisiones televisivas fueron los de J.L. Baird, el cual fue contratado en 1926 por la BBC para realizar transmisiones de televisión experimentales. De este modo, la BBC estableció el primer servicio regular de televisión en el mundo. A partir del modelo de la BBC se impuso durante el decenio de 1940 en la Europa Occidental un sistema de radio y televisión que se caracterizó por: a) no ser comercial pues no vendía publicidad para obtener ganancias sino que recibía un subsidio estatal o una suma periódica pagada por los televidentes; b) por establecer una relación mixta entre lo estatal y lo privado (medios comunicativos privados pero controlados por el Estado; o estatales pero sin depender del grupo gobernante); y c) por impulsar una programación cultural y de alta calidad. Pese a que la Segunda Guerra Mundial limitó el desarrollo de este medio comunicativo, en 1950 se organizó Eurovisión como la red Europea de televisión.

La televisión en México

En México como en E.U., la industria televisiva nació y se desarrolló apoyándose en los grupos capitalistas que controlaban la industria radiofónica, marcándola desde sus orígenes como una empresa privada y comercial. La RCA contaba en los treinta con un importan

te equipo de investigación tratando de desarrollar las transmisiones televisivas. En esa misma época, el ingeniero Guillermo González Camarena también llevaba a cabo innovadores experimentos sobre el medio televisivo, respaldado en un principio por el partido oficial, (el PNR), al que le interesaba organizar una estación de televisión; posteriormente los trabajos de González Camarena fueron impulsados por la industria radiofónica de Azcárraga. En E.U. las grandes corporaciones norteamericanas que controlaban los medios radiofónicos de comunicación de masas - la NBC y la CBS-se apropiaron tanto de las emisoras televisivas como de la producción de aparatos receptores de televisión. Sobre el monopolio radiofónico se levantó el imperio televisivo de la NBC y la CBS por todos los rincones de E.U., extendiéndose más allá de sus fronteras.

En los sexenios posteriores al del presidente Cárdenas, al mismo tiempo que el Estado cede terreno en la comunicación de masas (así por ejemplo, privatiza la emisora radial del partido oficial y abandona su proyecto de organizar una estación televisiva), las cadenas radiofónicas de Azcárraga-NBC-CBS dirigen sus inversiones al medio televisivo y presionan para abrir emisoras comerciales de televisión. En 1947, tomando en cuenta las solicitudes de concesiones para introducir la televisión en México, el presidente Miguel Alemán nombró a una comisión, formada por el escritor Salvador Novo y el ingeniero González Camarena, para estudiar los dos principales modelos televisivos -el privado-comercial de E.U. y el cultural de la BBC- y así determinar cuál se impulsaría en nuestro país. Mientras Novo se inclinó por el sistema de la BBC, el ingeniero González Camarena, apoyó al de E.U. Lo cierto es que el gobierno de Miguel Alemán optó por dejar este importante medio de comunicación de masas en manos de las empresas privadas, con un claro carácter comercial.

"El 7 de octubre de 1949, la compañía Televisión de México, S.A., de Rómulo O'Farril (amigo cercano de Miguel Alemán y miembro del "Grupo Puebla"; que encabezara William O. Jenkins), recibió la primera autorización oficial para explotar comercialmente una estación de televisión en México, XHTV, canal 4, comenzó sus operaciones

regulares el primero de septiembre de 1950 transmitiendo el informe presidencial de Miguel Alemán" (12).

El 21 de marzo de 1951, desde telecentro, inició sus transmisiones XEW-TV, Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga. La experiencia adquirida durante años en el medio radiofónico, junto con el mejor personal administrativo, técnico y artístico, se incorporaron al Canal 2. El 10 de mayo de 1952 empezó a funcionar XHGC, Canal 5, de Guillermo González Camarena. De esta manera, "México fue la primera nación en latinoamérica y sexta en el mundo en tener televisión comercial." (13).

Mientras en E.U. había más de 10 y medio millones de televisores, en México existían cerca de 1300; en los años siguientes el número de televisores aumentó vertiginosamente gracias a las importaciones provenientes de E.U. A partir de 1952 O'Farril y Azcárraga organizaron estaciones televisivas por todo el país. Asimismo, se relacionaron con las grandes corporaciones estadounidenses: El canal 2 con la NBC, el 5 con la CBS y el 4 con la ABC. Después de tres años de intensa competencia entre los canales de la metrópoli 2, 4, y 5 se organizó el 23 de marzo de 1955 el primer monopolio televisivo: Telesistema Mexicano, S.A. Los propietarios principales fueron Azcárraga y O'Farril. A partir de esta empresa monopólica se extendió la televisión por todo el país; se establecieron repetidoras de los canales principales 2 y 4, se organizaron nuevas estaciones afiliadas a Telesistema Mexicano, se produjeron y exportaron programas televisivos a otros países. Para principios de la década de los 60, había 28 canales televisivos, y 22 de ellos eran controlados directamente por Telesistema, cuando existían ya más de un millón de televisores en el país. En esos años de industrialización, la función publicitaria de la televisión fue muy importante. Las industrias que se gestaban y se desarrollaban en México, así como las agencias publicitarias que se organizaron en esa época, pagaron generosamente los servicios publicitarios del monopolio televisivo.

En diciembre de 1958 se le asignó a la SEP el canal 11 de la Ciudad de México, pero la Secretaría se lo transfirió al IPN. Pese a ser

definido como una emisora educativa, cultural y de orientación social, siempre ha contado con recursos y personal insuficiente como para ser una estación importante y alternativa a los poderosos canales comerciales. En 1960 se legisló sobre los medios radiofónicos y televisivos en México; después de presiones de los empresarios de estos medios sobre los representantes del gobierno, el 8 de enero de 1960 se expidió la Ley Federal de Radio y Televisión, totalmente satisfactoria para los intereses de los empresarios de la radio y la televisión.

Se les respetó la función predominantemente lucrativa que le habían asignado a los medios electrónicos y se impidió cualquier limitación a la propaganda comercial.

En 1968 se crearon otros dos canales comerciales en la ciudad de México: XHTM canal 8, y XHDF canal 13. Sin embargo, este canal padeció graves problemas financieros hasta que en 1972 el Estado se convirtió en su propietario. El canal 8 estuvo apoyado por el grupo empresarial Monterrey y estableció una feroz competencia con los canales de Azcárraga, degradando la programación en la búsqueda del auditorio y de la venta de publicidad. Otra vez, la solución a tal competencia fue la salida monopólica. A finales de 1972 se fusiona con Telesistema Mexicano (la red televisiva propiedad de Azcárraga y O'Farril, con el canal 2 a la cabeza) y televisión Independiente de México (la red televisiva del Grupo Monterrey, con el canal 8 como punta de lanza) en una entidad que comenzó a administrar los recursos de ambas empresas. Así nació TELEVISA, Televisión Vía Satélite, S.A. cuyas acciones en ese momento pertenecían un 75% al grupo Azcárraga-O'Farril y en un 25% a Televisión Independiente de México. Con los años TELEVISA formaría un gigantesco monopolio que, en 1976 poseía ya 78 de las 85 estaciones de televisión existentes, el 91.77% de la televisión mexicana. Además comenzó a difundir su programación a todo el país a través de estaciones y repetidoras; organizó 78 canales de televisión por cable con sede en el Distrito Federal y dos complejos sistemas de comunicación internacional -Univisión y Galavisión-, los que conectados a satélites de comunicación difunden actualmente la imagen de Televisa

en el extranjero, principalmente entre la población de habla hispana en la Unión Americana y en algunos países de Sudamérica y el Caribe" (14.)

El monopolio televisivo ha extendido su campo de acción a la venta de programas televisivos, al control de la industria del videocasette, tiene intereses además en la industria radiofónica, en la producción discográfica, en algunos medios impresos como el periódico "Novedades", revistas femeninas, de comics etc; en empresas vinculadas al turismo, los espectáculos, la minería, el deporte (propiedad del club de fútbol América).

Televisa está asociada con 47 empresas en su mayoría relacionadas con la comunicación de masas.

En 1983 convirtió al canal 8 en una estación cultural que 3 años más tarde se transformó a canal 9.

A partir de 1980 el Estado comenzó a participar de manera más activa en el medio televisivo. Fortaleció al canal 13 con 42 repetidoras por toda la república. Fundó 90 estaciones a través de la Televisión de la República Mexicana y en 1985 creó el canal 7 en el Distrito Federal.

FUNDACION DE CANALES DE TELEVISION
EN EL DISTRITO FEDERAL.

AÑO	CANAL
Sep. 01 1950	XHTV Canal 4
Mar. 21 1951	XEW TV Canal 2
May. 10 1952	XHGC Canal 5
Dic. 1958	Canal 11
1968	XHTM Canal 8

AÑO	CANAL
1968	XHDF Canal 13
1985	Canal 7

Estructura de la radio y la televisión en México.

En tanto que partes de un sistema institucionalizado de comunicación pública la radio y la televisión mexicanas, bajo el capitalismo dependiente que caracteriza a nuestro sistema social, son medios de comunicación de masas que producen y distribuyen masivamente sus mensajes a lo largo y a lo ancho de nuestro país. Están organizados como empresas privadas, en manos de grupos capitalistas vinculados con empresas transnacionales cuyo poder económico va en auge a juzgar por su expansión y crecimiento.

Situación actual de la industria radiofónica en México	Situación actual de la industria televisiva en México
Existen 856 estaciones de radio (1985)	Existen 247 estaciones de televisión (1984)
<p>660 de amplitud modulada 196 de frecuencia modulada.</p> <p>Cubren toda la República Mexicana Se calculan 11 059 378 radiohogares. 9 de cada 10 personas con acceso a radio.</p> <p>856 estaciones = 818 comerciales 38 culturales,</p> <p>Medio con mayor penetración.</p>	<p>Cubren toda la República Mexicana Se calculan 4 913 286 telehogares. 3 de cada 10 hogares tienen televisión.</p> <p>130 estaciones = 122 comerciales 8 culturales.</p> <p>Medio con mayor penetración que los impresos y con menor que los radiofónicos.</p>

Se concentran en las áreas urbanas, en ciudades muy pobladas, económica y políticamente importantes.

En el Distrito Federal	En el Distrito Federal
<p>64 estaciones = 56 comerciales 8 culturales 33 A.M. 24 F.M. 7 Onda Corta</p> <p>6 millones de receptores 2 millones en automóviles</p> <p>85% de hogares con un promedio de 3 radios en c/u. Llega a todos los sectores. 3 hrs. y media en promedio de radioescucha.</p>	<p>7 Estaciones: 5 comerciales 2 culturales</p> <p>Televisa { Canal 2, 177 repetidoras (todo México) Canal 5, 38 repetidoras Canal 4, 2 repetidoras Canal 9, 3 repetidoras } Cult.Priv.</p> <p>Estatales { Canal 11 } Cult.Est. Canal 7 Canal 13, 42 repetidoras</p> <p>80% de hogares con televisión.</p>

En Provincia	En Provincia
<p>Existen emisoras en zonas con más concentración de población. Cobertura media de emisora A.M. un área de 40 929 Km². Emisoras más potentes en el valle de México, Guadalajara, Monterrey.</p> <p>Transmisión media: 15 hrs., 50 min. al día. 3 hrs. de anuncios comerciales. 2 de cada 10 estaciones: media hora cultural. 10 hrs. 48 min. de música. Destacan: Moderna, Romántica, tropical, ranchera. La mayoría son estaciones comerciales que obtienen ganancias vendiendo publicidad.</p>	<p>Si la inversión es privada, la televisión regional adopta para sobrevivir el modelo clásico de repetidora de una estación nacional privada o 'televisora madre', contando con una porción pequeña de la programación producida localmente (entre un 15 y 20% por lo general). En casos excepcionales, algunas televisoras de este tipo cuentan con sus propios noticieros locales.</p> <p>"Esta televisora se dedica en gran medida a transmitir los programas 'enlatados' que la 'televisora madre' produjo hace algún tiempo y que posteriormente le revende para recuperar costos"⁽¹⁵⁾ La mayoría son estaciones comerciales que obtienen ganancias vendiendo publicidad.</p>

La concentración monopólica de la televisión mexicana está en manos de dos grandes grupos: El sector privado con la empresa, Televisa al frente, y el sector estatal. Ambos grupos son propietarios de las siguientes estaciones de televisión.

a) Televisa

Canal	Repetidoras
2 D.F.	177
5 "	38
4 "	2
9 "	3
2 (Veracruz)	4

Aparte de ello, cuenta con 27 canales regionales, y 89 estaciones afiliadas.

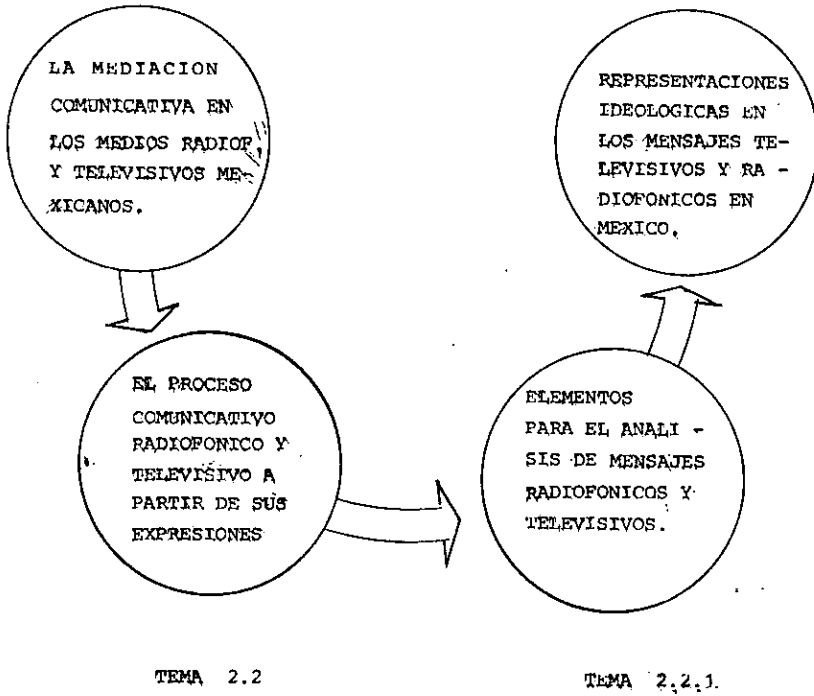
b) Sector Estatal

Canal	Repetidoras
13 (Imevisión)	42
7 "	
11 "	

La televisión Estatal cuenta con 90 estaciones distribuidas en toda la república.

TEMA 2.1.2

TEMA 2.2.2



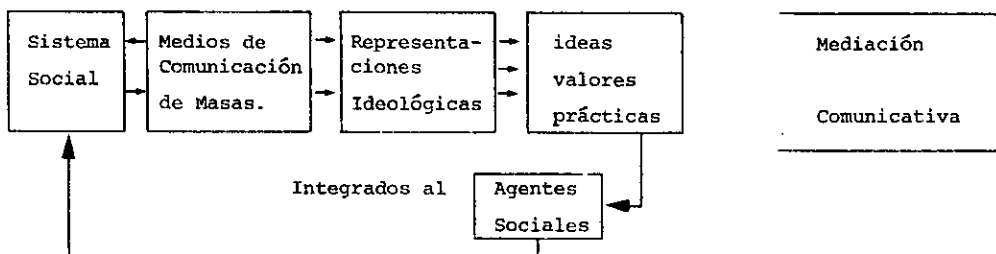
2.1.2 La Mediación Comunicativa en los Medios Radiofónicos y Televisivos Mexicanos

Como hemos visto, los Medios de Comunicación de Masas son el Sistema Institucionalizado de Comunicación Pública en México. Estos Medios han sido apropiados y desarrollados por la clase dominante; funcionan como empresas privadas y lucrativas que además de difundir las representaciones ideológicas de los grupos en el poder, venden publicidad e imponen valores comerciales para acelerar el consumo de las mercancías y la realización de las ganancias de las empresas capitalistas.

La radio y la televisión son productos del desarrollo y de las innovaciones tecnológicas de los medios comunicativos. Gracias a la sencillez y a la accesibilidad económica de los instrumentos receptores, y también por el tipo de lenguajes que utilizan, la radio y la televisión son los medios de comunicación de masas con mayor cobertura y penetración en las sociedades contemporáneas.

. Lenguaje Comunicativo de la Radio.	. Lenguaje Comunicativo de la televisión.
- Código universal y abstracto : oral y musical	- Código universal icónico y abastracto: imágenes, oral y musical, escrito.
- Acrónico pero puede ser sincrónico	- Acrónico pero puede ser sincrónico
- Mensajes maleables	- Mensajes maleables

Los medios radiofónicos y televisivos de comunicación de masas en México cumplen una función de mediación social porque introducen ideas, valores y prácticas -representaciones ideológicas- que instauran un orden social y permiten la reproducción del conjunto de la sociedad.



Al igual que el resto de los medios de comunicación de masas, la radio y la televisión hacen un uso reproductivo de la comunicación ya que difunden representaciones ideológicas que buscan la afinidad entre el actor emisor y el actor receptor, promoviendo de esta manera la reproducción del sistema social. La comunicación reproductiva se caracteriza por la intervención del actor emisor en el proceso comunicativo añadiendo sus representaciones ideológicas a las informaciones transmitidas y centrando el proceso comunicativo en la ideología para imponérsela al actor receptor. Por consiguiente, la comunicación reproductiva tiene las siguientes funciones:

- Función Técnica: el técnico emisor modifica las informaciones por lo que se convierte en un actor emisor que añade su ideología a todo mensaje informativo.
- Función Ilustrativa: el referente, el tema o contenido del mensaje se usa como un apoyo de las representaciones ideológicas del actor emisor. Por ejemplo en todos los anuncios comerciales televisivos y radiofónicos se informa sobre determinados productos (refrescos, shampoo, alimentos . . .) y en ellos se añaden representaciones ideológicas de los emisores como: son los mejores, la belleza y la juventud . . .)
- Función Redundante: los mensajes diversos repiten las representaciones ideológicas de los emisores. Por ejemplo en las diversas series norteamericanas

que se transmiten en la televisión -sean caricaturas, programas juveniles o policia- se difunden reiteradamente los valores del modo de vida estadounidense conocido como el american way of life.

- Función de Consonancia - a través de los mensajes centrados en la ideología del actor emisor, el receptor con frecuencia adopta las representaciones ideológicas transmitidas y reproduce la ideología dominante.

En este tipo de comunicación, el uso reproductivo subordina al uso informativo de la comunicación. La radio y la televisión -y, en general, los medios de comunicación de masas- más que medios informativos se han convertido en medios reproductivos que se puede percibir fácilmente a través del análisis de un simple anuncio comercial en el que se añaden valores y emociones para que se compre el producto.

Este uso reproductivo de la radio y la televisión elimina o minimiza el uso contracomunicativo en estos medios. Los mensajes emancipadores, subversivos e innovadores que caracterizan a la comunicación contracomunicativa no tienen espacios en la radio o la televisión que predomina en México. Por eso, prácticamente no hay espacios en ellos para una cultura crítica y creativa.

2.2 El proceso comunicativo radiofónico y televisivo a partir de sus expresiones.

2.2.1 Elementos para el análisis de mensajes radiofónicos y televisivos.

Los medios radiofónicos y televisivos de comunicación de masas realizan una mediación social porque promueven una comunicación reproductiva que introduce representaciones ideológicas de los actores-emisores, en los actores-receptores para integrarlos y hacerlos

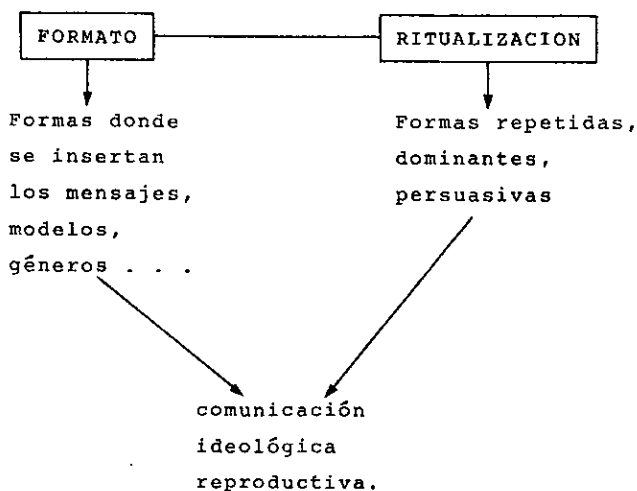
afines con el sistema social, con lo cual se posibilita la reproducción del conjunto de la sociedad.

Para analizar los mensajes ideológicos y reproductivos de la radio y de la televisión es necesario recurrir al examen de las dos técnicas mediadoras de la comunicación reproductiva conocidas como la ritualización de los formatos de los mensajes y la mitificación de los contenidos de los mismos.

1. La ritualización de los formatos.

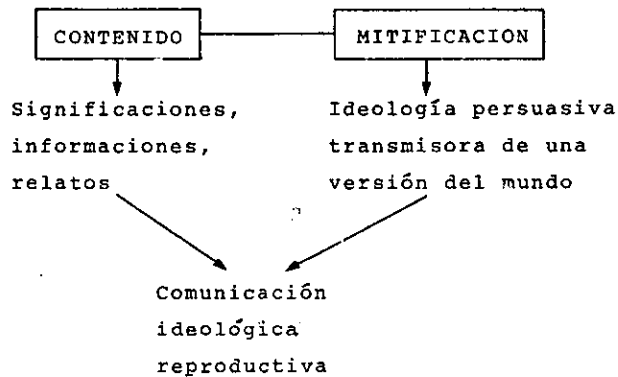
Los formatos se refieren a las formas donde se insertan los mensajes, a los modelos, los géneros que se emplean para los mensajes. La ritualización está presente a través de las formas repetidas que se emplean en los mensajes, formas dominantes que destacan contenidos con fines persuasivos.

Mediante estas formas se transmite una comunicación ideológica y reproductiva que es impuesta por el actor-emisor.



2. La mitificación de los contenidos de los mensajes.

El contenido es presentado en diferentes formas como significaciones, informaciones, relatos. A través de la mitificación, el contenido es presentado como una ideología persuasiva que transmite una versión del mundo que trata de imponer el actor emisor.



Método de análisis de los mensajes comunicativos.

Para el análisis de mensajes comunicativos de los medios de comunicación de masas se presenta un método que facilita dicha labor y cuyos pasos son los siguientes:

- . Lectura ideológica de mensajes comunicativos.
- . Establecimiento de los formatos de productos comunicativos.
- . Develación y fijación del formato ritualizado.
- . Establecimiento de los contenidos de los productos comunicativos.
- . Develación y fijación de los contenidos mitificados

PASO 1.

Lectura ideológica de mensajes comunicativos.

Este tipo de lectura analítica, permite detectar en cada mensaje lo siguiente:

- a) El uso retórico que se les da a los mismos, mediante la acción del actor-emisor quien realiza una programación intencionada del producto comunicativo con el propósito de persuadir al actor-receptor.
- b) La ideología reproductiva que introduce el actor-emisor para influir en el actor receptor.
- c) La versión de la realidad que el actor emisor transmite; versión parcial que trata de presentar a la sociedad feliz, libre de conflictos y contradicciones sociales.

PASO 2.

Establecimiento de los formatos de los productos comunicativos

Este paso permite fijar las formas en las que se presentan los mensajes.

Las formas, varían en los diferentes medios de comunicación de masas porque dependen de instrumentos y lenguajes.

Las formas de emisión consideran lenguajes, modelo de emisión, elementos, técnicas, géneros y clases, entre otros aspectos.

PASO 3

Develación y fijación del formato ritualizado

Se pretende con este paso descubrir el formato reiterado al servicio de la comunicación reproductiva y de la ideología del actor emisor.

Para ello se establecen modelos, temáticas, géneros dominantes y repetitivos; se detecta la retórica que se emplea en las formas dominantes; y se descubre el espacio-tiempo de las formas que destacan o excluyen mensajes.

PASO 4

Establecimiento de los contenidos de los productos comunicativos

Se busca fijar los contenidos que expresan los mensajes y que varían en los diferentes medios de comunicación de masas, dependiendo

do de las formas de emisión.

Los contenidos pueden ser significaciones diversas como conceptos, valores, informaciones, relatos

PASO 5

Develación y fijación de los contenidos mitificados

Mediante este paso, se intenta descubrir los contenidos predominantes al servicio de la comunicación reproductiva y de la ideología del actor emisor.

Con ello, se permite:

- . Detectar los conceptos, valores, relaciones . . . que predominantemente se difunden.
- . Establecer las informaciones, datos, juicios ... y la versión del mundo que se promueve.
- . Fijar la retórica de los contenidos difundidos.
- . Descubrir en los relatos difundidos a través de los personajes, actos, resoluciones, los modos de vida que el actor-emisor impone o trata de imponer en el actor-receptor.

2.2.2 Representaciones ideológicas en los mensajes televisivos y radiofónicos en México.

Para realizar un estudio más completo de las representaciones ideológicas se consideran como puntos medulares, el análisis de los formatos y el análisis de los contenidos.

A) FORMATO DE LA RADIO



C A R A C T E R I S T I C A S

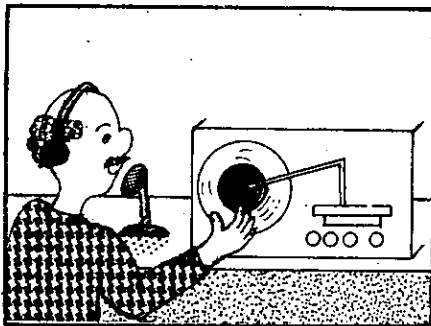
Tiene un lenguaje abstracto

Se utiliza de manera sincrónica y anacrónica porque puede transmitir programas en vivo o grabados previamente.

Maneja códigos particulares.

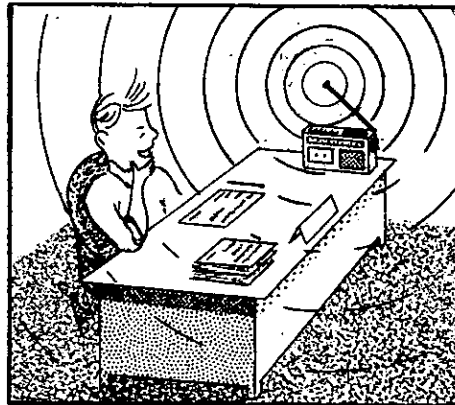
Permite la maleabilidad de los mensajes.

Los mensajes de la radio son AUDITIVOS desde la perspectiva del actor-receptor y FONICOS desde la del actor emisor.



MENSAJE FONICO

MENSAJE
AUDITIVO

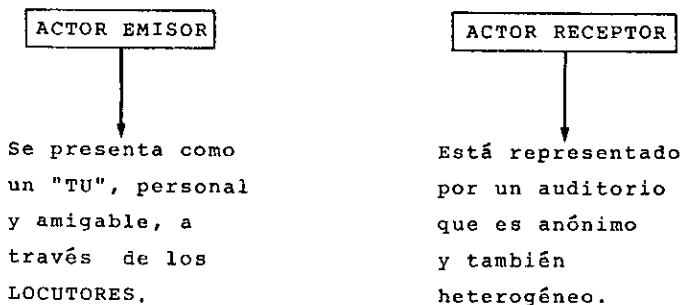


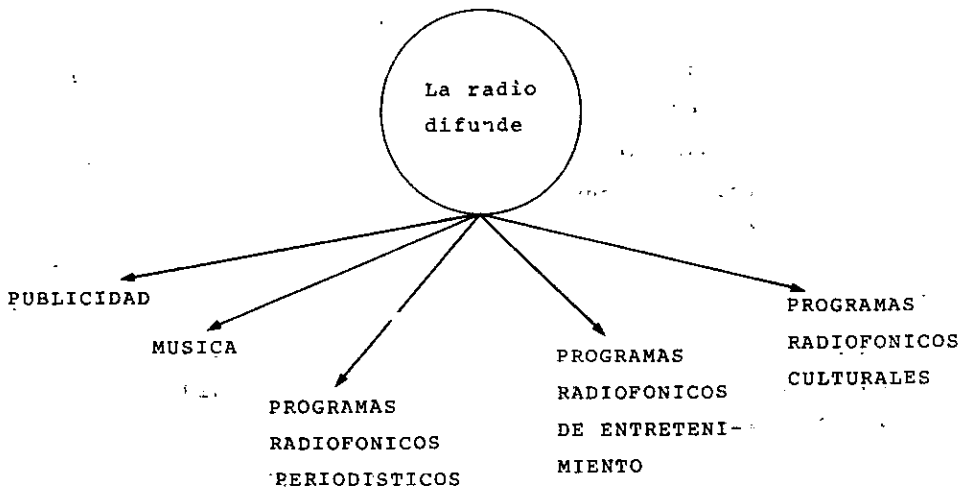
La emisión fónica comprende lenguajes de tipo musical y de tipo abstracto-oral, acompañados en ocasiones de efectos sonoros.

Las posibilidades retóricas de la radio se dan a través del habla y de la música. El locutor puede, por ejemplo acentuar o ironizar algo, manifestar sus estados de euforia, enojo, melancolía, hablar rápido o despacio, y en todo ello, la música crea las atmósferas deseadas.

Los mensajes radiofónicos orales se hacen a través de ciertos modelos de emisión como el monólogo, el diálogo fingido con el auditorio, o el limitado diálogo con radioescuchas utilizando el enlace telefónico.

La radio establece una comunicación unidireccional y vertical. El actor emisor actúa como polo activo. El actor receptor actúa a su vez como polo pasivo





Publicidad

Constituye una fuente importante de ingresos para la empresa de la radio mediante la promoción de servicios o la publicitación de productos.

- a) La promoción de servicios se efectúa regularmente a través de programas grabados cuya duración es de 10 a 60 segundos. Por lo general, el gobierno emplea la radio, para la promoción de servicios sociales.
- b) La publicitación de productos se realiza mediante programas grabados de 10 a 60 segundos, conocidos popularmente como comerciales, que pueden ser elaborados por agencias publicitarias o por la misma empresa de la radio.

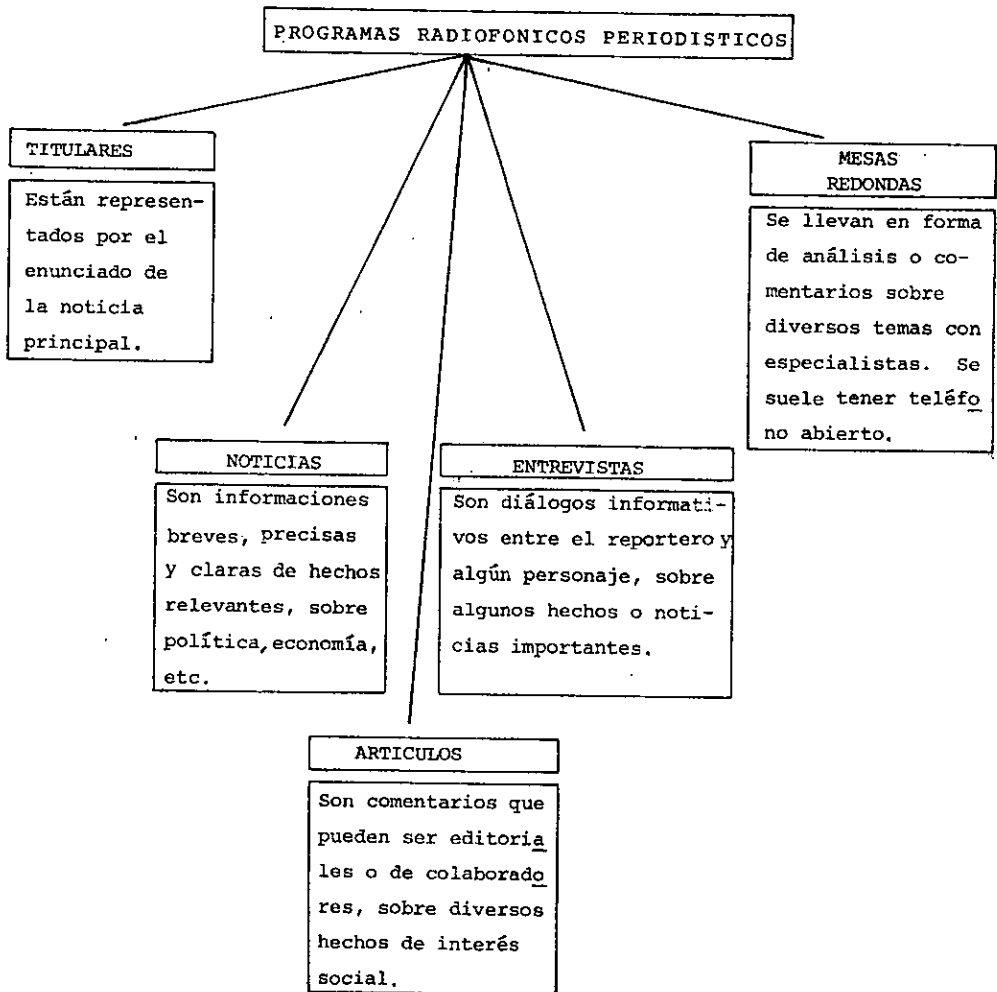
Música.

Constituye uno de los espacios vitales de la radio y por consiguiente, el que mayor tiempo ocupan las diversas empresas de este medio de comunicación de masas.

Se utiliza con mayor medida el formato de la música grabada, y con menor medida la transmisión de conciertos en vivo.

Programas radiofónicos periodísticos.

La radio transmite información, y para ello, retoma algunas formas periodísticas que se adecuan al lenguaje radiofónico, por ejemplo titulares, noticias, entrevista, artículos y mesas redondas, entre otros.



Programas radiofónicos de entretenimiento.

Este tipo de programas puede tomar una gran variedad de formas. Por ejemplo radiodramas, deportivos, musicales, de concurso, infantiles, entre otros.

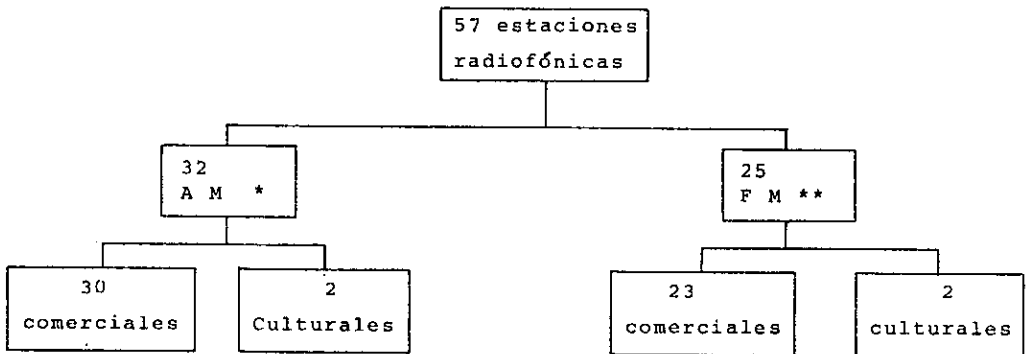
- . Los radiodramas son relatos literarios sobre conflictos humanos. Pueden presentarse como radioteatro, radiocuento y radionovela, dependiendo de que sea una obra de teatro, un cuento literario o una novela literaria que se han adecuado para una transmisión radial.
- . Los programas deportivos están elaborados con informaciones sobre eventos de esta naturaleza. Pueden tener el carácter sincrónico al realizar una transmisión en vivo de algún deporte; o bien pueden ser anacrónicos cuando se presentan noticias o comentarios sobre algo que ya pasó.
- . Los programas musicales tienen un formato diseñado en base a informaciones o comentarios, que regularmente giran en torno a un género particular de música.
- . Los programas de concursos presentan una gama variada de estilos que van desde el uso de adivinanzas, el uso de la memoria para recordar el nombre de alguna canción, el uso de conocimientos históricos, geográficos, entre otros.
- . Los programas infantiles están elaborados con base en música dirigida a este público, se incluyen relatos, informaciones, cuentos y otras cosas similares, para dar mayor atracción a los programas.

Programas radiofónicos culturales .

Algunas estaciones de radio transmiten programas culturales, de tipo educativo científico, artístico, político, lo que hace diluir un poco su orientación y enfoque comerciales.

B) CONTENIDOS DE LA RADIO

En el D.F. existen una gran cantidad de estaciones radiofónicas de entre las cuales sobresalen las siguientes:



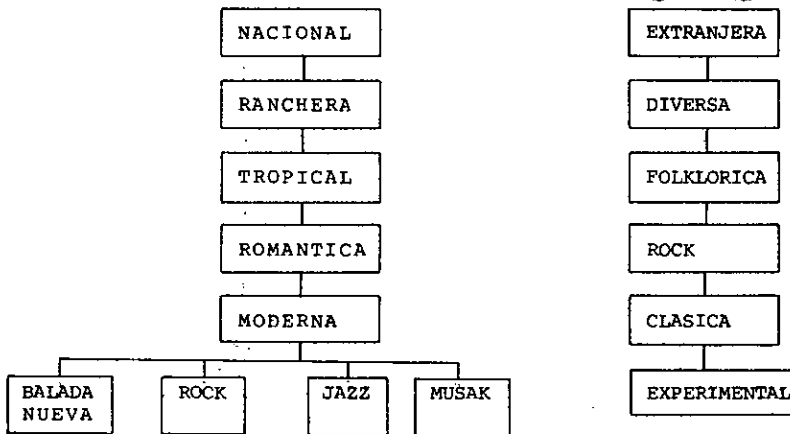
Las estaciones comerciales tienen una temática de entretenimiento con música preferentemente grabada y comercial, con programas radiofónicos, con espacios periodísticos, y con un tiempo amplio dedicado a la transmisión de publicidad de productos.

* amplitud modulada

** frecuencia modulada

Las estaciones culturales, emplean como base la música grabada de tipo clásico artística. Tienen también programas radiofónicos cuya orientación se eleja de lo comercial y se acerca a lo educativo, a lo artístico, al fomento del interés científico-cultural, a la presencia de la información periodística, entre otras cosas.

En general la música que se difunde en la radio, tiene los siguientes géneros y clases:



Los géneros musicales en el cuadrante A.M. se distribuyen de la siguiente manera de acuerdo a los porcentajes que ocupan en las transmisiones de las diferentes estaciones.

MUSICA EN ESPAÑOL 64.4%				MUSICA INTERNACIONAL 35.4%		
MEXICANA O RANCHERA	TROPICAL	ROMANTICA	MODERNA	MODERNA	VARIAS GENERALES	SELECTA
9.6%	9.6%	12.9%	32.2%	12.9%	16.1%	6.4%

Se presentan enseguida 2 cuadros sinópticos con la identificación de cada una de las radiodifusoras tanto de AM como de FM según datos de 1990. Este cuadro, integra información importante como el tipo de música que se promueve en cada estación, la potencia en watts de las transmisoras, las horas diarias de transmisión, y el año de operaciones de cada una de ellas.

Estaciones Radiofónicas A.M. 1990.

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Inicio.
Radio Chapultepec XEOC-560	Musical Comercial	Ligera/Internacional Español e inglés MUZAK y baladas	5 mil watts	24 hrs.	1958
Radio 590 XEPH-590 Núcleo Radio Mil	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés Rock de los 70's	5 mil watts	20 hrs.	1951
Radio 6-20 XENK-620	Musical Comercial	Ligera/Internacional Inglés MUZAK de E.U.	10 mil watts	18 hrs.	1951
Radio infantil XERPM-660 IMER	Musical Educativo	Infantil Español e internacional	10 mil watts		1931
Radio Mundo XEN-690	Musical Comercial	Ligera Internacional MUZAK internacional	20 mil watts	18 hrs.	1925
Radio M-P710 XEMP-710	Musical Comercial	Ligera/Tropical Español	1 mil watts		1961
Radio X XEX-730 Televisa-Radio	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas	100 mil watts	18 hrs.	1947
Radio Expresión 790 XERC-790 Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español (y poco inglés) Baladas (y poco rock)	10 mil watts	24 hrs.	1945
Radio XELA XELA-830	Musical Clásica	Culta/clásica Internacional	10 mil watts		1940
Radio Universal XEUN	Cultural Educativo y Artístico	Culta/Clásica Selecta Internacional			1937

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Inicio
Radio XEW XEW-900 Televisa Radio	Musical Recreativa: Radionovelas, Periodísticos, Musicales.	Ligera/Comercial Español	250 mil watts	Nacional	1930
Radio XEQ XEQ-940 Televisa- Radio	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Balada	50 mil watts	18 hrs.	1938
XEDF-970 Radio Fórmula			10 mil watts	24 hrs.	1957
Radio Mil XEOY-1000 Núcleo Ra- dio Mil	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas	2,500 watts.	18 hrs.	1942
Radio Cen- tro XEQR- 1030 Radio Cen- tro.	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas	10 mil watts	24 hrs.	1942
Radio Edu- cación XEEP IMER	Cultural: Educativo Artístico Musical	Culta/Clásica Selecta Internacional			
Radio Red XERED-100 Radio Pro- gramas de México	Informativo Recreativo Noticieros Radionovelas		50 mil watts	18 hrs.	1947
Radio Varie- dades XEJP- 150 Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas	10 mil watts.	24 hrs.	1930
Radio Feli- cidad XEFR- 180 Grupe ACIR	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas nuevas	100 mil watts.	24 horas	1952
Radio "La Grande" XEB-220 IMER	Musical Comercial	Ligera/Romántica Español y tradicional mexicana. Baladas y Boleros	100 mil watts		1923

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Triciclo
Radio Capital XEL-1260 Grupo ACIR	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés	10 mil watts	24 hrs.	1930
Radio 3 XEDA-290	Musical Comercial	Ligera/Internacional Inglés MUZAK de E.U	10 mil watts		1936
Radio Sensación XEQM-1320 Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas nuevas	10 mil watts	24 hrs.	1930
Radio XEQK XEQK-1350	Comercial la hora exacta		1 mil watts	24 hrs.	1940
Radio Dimen- sión 13-80 XECO-1380 Núcleo Radio Mil	Musical Comercial	Ligera/Romántica Español Baladas y Boleros	5 mil watts	18 hrs.	1951
Radio Sinfono la XEBS-1410 Núcleo Radio Mil	Musical Comercial	Ligera/Ranchera Español	5 mil watts	18 hrs.	1937
Radio Alegría XEEST-1440 Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas nuevas	10 mil watts	24 hrs.	1983
Radio Cañón XESM-1470 Radio Fórmula	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español (y poco inglés) Rock y Baladas nuevas	10 mil watts	24 hrs.	1939
Radio AI, XEAI Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Tropical Español	10 mil watts	24 hrs.	1937
Radio Onda XEUR-1530 Núcleo Radio Mil	Musical Comercial	Ligera/Tropical Español	5 mil watts	18 hrs.	1964

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Inicio
Radio Consentida XEFAJ-1650 Radio Centro	Musical Comercial	Ligera/Ranchera Español	20 mil watts	24 hrs.	1981
Radio VOZ XEVOZ Grupo ACIR	Musical Comercial	Ligera/Tropical Español	10 mil watts	24 hrs.	1964

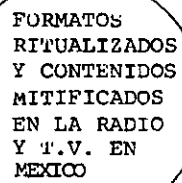
Estaciones Radiofónicas F.M 1990.

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Inicio
Radio VIP 88.1 Radio Programas de México	En inglés Musical Comercial	Ligera/Internacional Inglés MUZAK de E.U.	50 mil watts		1981
Radio AZul 89	Musical Comercial	Ligera/Internacional Internacional MUZAK internacional			
Radio Estéreo Clásica 89.7 Núcleo Ra- dio Mil.	Musical Clásica	Culta/Clásica Internacional	120 mil watts	17 hrs.	1955
Radio Imagen 90.6	Musical Comercial	Ligera/Internacional MUZAK de EU	50 mil watts	24 hrs.	1969
Radio Alfa 91.3	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés			
Radio Cris- tal F.M.	Musical Comercial	Ligera/Romántica Español Baladas	20 mil watts	24 hrs.	
Radio Tropi Q 92.9	Musical Comercial	Ligera/Tropical Español	1 mil watts	18 hrs.	1981

Estación	Tipo	Musica	Potencia	Transmisión	Inicio
Radio Joya 93.7	Musical Comercial	Ligera/Romantica Español Baladas y Boleros	100 mil watts	24 hrs.	1973
Radio OPUS 94 94	Musical Clásica	Culta/Clásica Internacional			
Radio 95.3 95.3 Grupo ACIR	Musical Comercial	Ligera/Rock-Jazz Inglés Suftrock y jazz	10 mil watts	24 hrs.	
Radio Univer- sidad 96.1	Cultural: educativa artística musical	Culta/Clásica Selecta Internacional			
Radio W-F 96.9 Televisa- Radio	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés	40 mil watts	24 hrs.	1970
Radio Esté- reo 97.7 97.7	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas nuevas	160 mil watts	24 hrs	1973
Radio XELA FM 98.5	Musical clásica	Culta y clásica Internacional	50 mil watts	18 hrs.	
Radio Digi- tal 99 99.3	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español e Inglés Baladas nuevas y Rock	120 mil watts		1962
Radio Estéreo 100 100	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés	60 mil watts	18 hrs.	1965
Radio Rock 101 101 Núcleo Ra- dio Mil	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés	150 mil watts	17 hrs.	1968
Radio Estéreo 102 102	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español (Inglés poco) Baladas Nuevas			
Radio Este- reo. Rey 102.5	Musical Comercial	Ligera/Internacional Inglés MUZAK de E.U		24 hrs.	1968

Estación	Tipo	Música	Potencia	Transmisión	Inicio
Radio Cosmos 103 103.5 Radio Fórmula	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés Soft rock	1 mil watts		
Radio Jazz-FM 104.1 Radio Fórmula	Musical Comercial	Ligera/Jazz Inglés Jazz Comercial	1 mil watts	24 hrs.	
Radio Globo 104.9	Musical Comercial	Ligera/Moderna Español Baladas Nuevas	80 mil watts		
Radio Estéreo Joven 105.7. IMER	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés	100 mil watts	18 hrs.	
Radio Amor 106	Musical Comercial	Ligera/Romántica Español Baladas y boleros			
Radio Universal 1073	Musical Comercial	Ligera/Rock Inglés Rock de 50's 60's, 70's.	100 mil watts	24 hrs.	1973

TEMA 2.2.3



FORMATOS
RITUALIZADOS
Y CONTENIDOS
MITIFICADOS
EN LA RADIO
Y T.V. EN
MEXICO

2.2.3 Formatos ritualizados y contenidos mitificados en la radio y la televisión de México.

Rito y Mito en la RADIO

Una vez establecidos los formatos y los contenidos generales de la radio, es necesario profundizar en el análisis, detectando la retórica de este medio, la comunicación reproductiva y las versiones de la realidad que difunde.

La emisión radiofónica -como la de todos los medios de comunicación de masas- es unidireccional y vertical, porque el actor emisor impone su mensaje a los actores receptores, sin ofrecerles la oportunidad de tomar la palabra y abrir la comunicación a otras voces o a otros mensajes. La radio está en manos de la iniciativa privada, monopolizada y cerrada a organizaciones sociales, políticas y educativas de la sociedad civil.

Entre las características de la radio, sobresalen las siguientes:

- . Se utilizan en ese medio, mensajes abstractos orales en canciones, comerciales, programas radiofónicos que, pretenden persuadir a los receptores para consumir, adoptar valores y conductas, entre otros aspectos.
- . Predominan los mensajes acrónicos porque se transmite principalmente música grabada, dependiente de la industria disquera y del espectáculo; los pocos programas cuya transmisión es sincrónica, llegan a ser por lo regular de tipo deportivo, o declaraciones gubernamentales.
- . Los códigos particulares son definidos por las emisoras (música culta, ligera, en inglés) para penetrar en el gusto de públicos diversos.
- . El mensaje radiofónico es maleable y siempre está controlado por los actores receptores, de tal forma que existen muy pocos espacios en la radio donde se da la palabra a las voces disidentes.

En el área metropolitana existe un modelo dominante de emisión radiofónica en donde se distinguen de manera general los siguientes aspectos:

Se transmite música grabada.

Por lo regular, 1 pieza



Después de cada canción, intervienen los locutores para identificar la estación y en ocasiones para mencionar la hora.



Enseguida se presenta un bloque de anuncios comerciales.

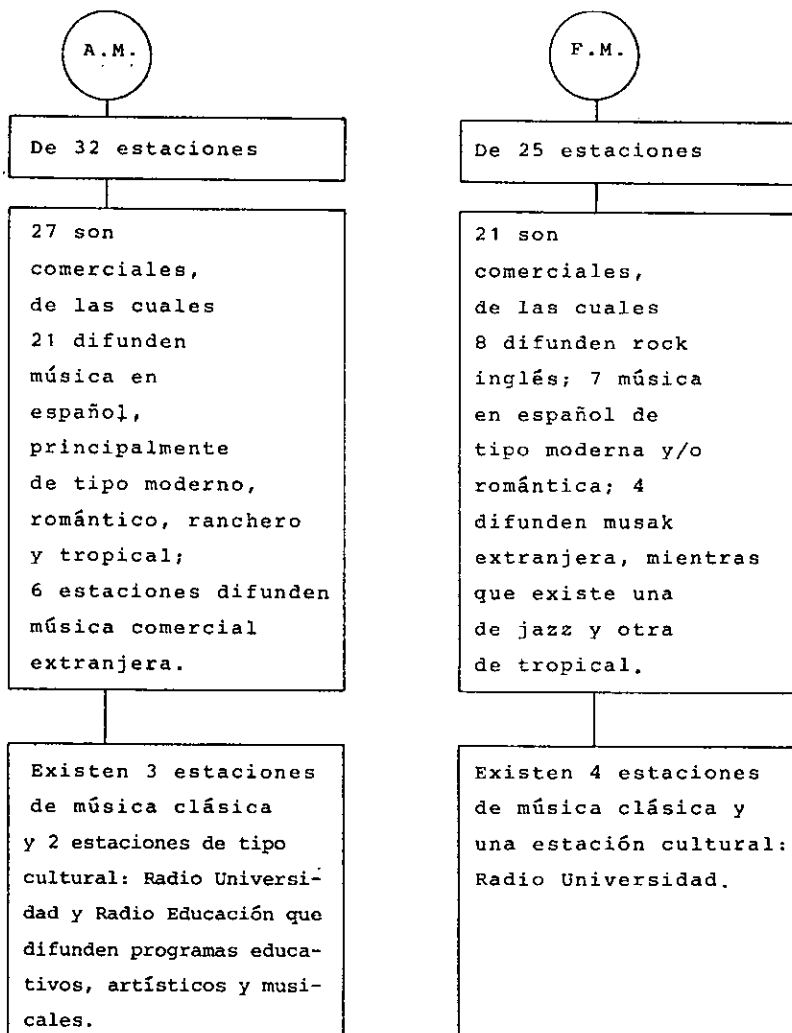


Después de ellos vuelve la transmisión de música y el ciclo del modelo se repite.



Algunas estaciones intercalan programas informativos, musicales, culturales, de entretenimiento, entre otros, para hacer más atractivas las estaciones.

Si se considera el número de estaciones existentes : en AM y FM, salta a la vista una diversidad de programas, de estilos de música, de formas de establecer la comunicación con el auditorio, sin embargo, de acuerdo a los siguientes análisis se puede observar que la diversidad permanece en un nivel de apariencia.



Esta amplia variedad de estaciones tienen en consecuencia un formato uniformado y repetitivo; con un fuerte carácter comercial, están conectadas con la industria discquera y del espectáculo para promover el consumo de discos y artistas.

Existen en la radio dos grandes tipos de programas: los musicales y los periodísticos.

Es importante realizar un análisis de ambos para poder establecer la mitificación de sus contenidos.

Contenidos mitificados. Programas musicales

La mayoría de las canciones en español, son artísticamente deficientes por su falta de creatividad, tienden a ser repetitivas y estandarizadas en temas, melodías, frases e ideas. Manifiestan una pobreza en su lenguaje y en sus significados. Por ello, se afirma que la radio a través de su programación musical comercial difunde un pseudoarte que tiende sólo a distraer y a entretener al público oyente; mediante la exaltación del sentimiento externo, del gusto y del recuerdo.

Por consiguiente, nunca iluminan o revelan aspectos profundos de la realidad, no conmueven los cimientos del ser, no cuestionan o impulsan cambios de la realidad, sino que refuerzan roles y valores de la sociedad establecida porque funcionan como una comunicación reproductiva donde el actor emisor impone su ideología a los actores receptores para que se mantenga el proceso de reproducción de la realidad social.

Muchas de las canciones que se difunden, llevan como tema central al AMOR, y es combinado con otros temas como el dolor, el abandono, el engaño, la libertad, la declaración, la fidelidad, la exigencia, la esperanza. Por lo tanto, el amor es considerado como el valor más alto, y bajo su amparo se canta a la mujer o al hombre que sufren por no ser amados, a la mujer que da amor, a la pérdida o rompimiento de la relación amorosa y temas similares que no trastocan la necesidad de visualizar cambios en la realidad social.

Contenidos mitificados. Programas periodísticos.

Este tipo de programas han cobrado una presencia importante en el

cuadrante radiofónico. Las empresas radiales como Núcleo Radio Mil o el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), difunden noticias cada hora en las estaciones que les pertenecen. Por otra parte, existen estaciones especializadas en programas periodísticos como Radio Red, XEAF, entre otras.

Los noticieros radiofónicos, y la mayoría de programas periodísticos de la radio, dependen de:

- a) Agencias informativas transnacionales que previamente seleccionan lo que debe salir al aire como "noticioso" con lo cual difunden una versión particular del mundo .
- b) Oficinas de prensa de dependencias públicas y gubernamentales que imponen el punto de vista del poder reflejado en los medios de comunicación de masas.
- c) Una estructura periodística creada por las grandes cadenas radiofónicas que incluye a locutores, reporteros, la redacción, entre otros.

En los noticieros se transmite información sobre los acontecimientos actuales bajo la forma de noticias breves, escuetas, sin contextos, explicaciones o análisis. Regularmente se exponen de manera anárquica y fragmentaria, por lo que resultan superficiales y desarticuladas.

Los noticieros están formados de las siguientes partes:

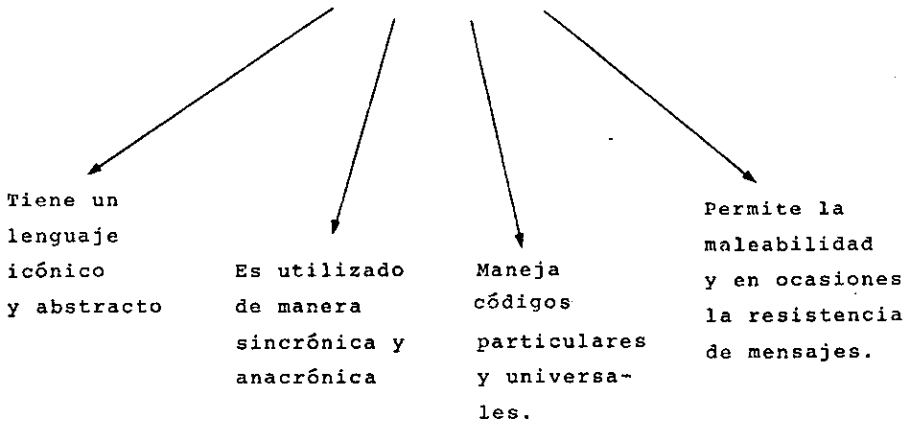
- . Encabezado de la primera noticia que por lo general, es una declaración oficial y gubernamental.
- . Lectura de noticias de carácter político y nacional desde la perspectiva oficial o de la empresa radiofónica.
- . Presentación de noticias deportivas, de espectáculos . . .

En algunos noticieros se incluyen editoriales planteados como opinión de la cadena radiofónica ante ciertos hechos relevantes; también suele haber artículos a manera de comentarios u opiniones de reporteros colaboradores.

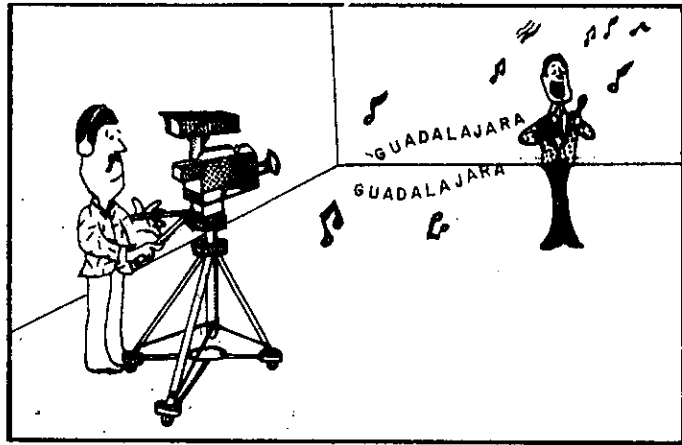
C) FORMATO DE LA TELEVISION



C A R A C T E R I S T I C A S



Los mensajes televisivos son AUDIO-VISUALES desde la perspectiva del actor receptor y FONICOS-ICONICOS desde la del actor emisor.



El mensaje televisivo
desde la perspectiva
de su emisión
FONICA - ICONICA

es lineal
e irreversible.

Tiene una
secuencia
visual-sonora
continua.

Es una
mezcla de
imágenes
con lengua-
je abstrac-
to (oral y
escrito) y
con sonido
(música o
efectos sonoros).

Recurre a cier-
tos modelos y
géneros. Por
ejemplo monó-
logos, diálo-
gos fingidos,
diálogos por
teléfono, re-
latos, infor-
maciones perio-
dísticas.

El mensaje televisivo desde la perspectiva de su emisión AUDIO-VISUAL aparece con una función retórica a través de los tonos del habla, del tipo de imágenes que se presenta, la música que se emplea, o los mismos efectos audio-visuales, mediante los cuales, se consideran, se enfatizan, se minimizan o se excluyen contenidos. La televisión establece una comunicación unidireccional y vertical entre un actor emisor como polo activo y un actor receptor como polo pasivo.

El actor emisor se presenta como un "tu" personal y amigable, mientras que los actores receptores siempre son un auditorio anónimo y

heterogéneo.

La televisión difunde programas de varios tipos. Por ejemplo promocionales, de entretenimiento, periodísticos, culturales, entre otros.

1. Los promocionales son programas grabados de corta duración.

Pueden ser de dos maneras:

- a) En forma de COMERCIALES que promueven el consumo de una gran cantidad de productos.
- b) En forma de promoción de servicios sociales hechos por el gobierno a la ciudadanía.

2. Programas de entretenimiento.

Están elaborados de manera diversa, buscando el entretenimiento de los diferentes sectores del público telespectador. De esta manera, hay programas de relatos, infantiles, deportivos, de concursos, de humor, musicales, misceláneos, entre otros.

Hay una producción nacional de este tipo de programas, aunque también la televisión difunde programas extranjeros de esta naturaleza que por lo regular, son doblados al español.

- | | | |
|--|--|---|
| a) Relatos: Son Programas grabados que narran historias sobre diversas situaciones humanas. Se ubican por lo regular, en el género del tele drama, telehistoria, teleteatro y telenovela, | . Teledrama: Son relatos literarios sobre conflictos humanos (series con una historia narrada en una emisión o varias). | .Teleteatro: Consiste en una obra teatral adecuada a transmisión televisiva. |
| | . Telehistoria: Son relatos diversos, seriados (serie de varias historias cortas) con temas y personajes continuos. | .Telenovela: Es Novela Literaria adecuada a transmisión televisiva. |

- b) Infantiles. Son programas dedicados especialmente a los niños. Pueden ser de diversos géneros. Por ejemplo, caricaturas, telehistorias, concursos, musicales, deportivos, entre otros.
- c) Deportivos. Son informaciones sobre eventos de esta naturaleza que pueden ser en forma de noticias y comentarios, sincrónicos y anacrónicos.
- d) Diversión. Son programas de diversión, en forma de comedias, telehistorias, series cómicas, entre otras.

Existen otros tipos de programas que difunden como entretenimiento, concursos, competencias con estímulo de algunos premios; la promoción o difusión de algún género de música; programas misceláneos con la combinación de música, humor, informaciones.

3. PROGRAMAS TELEVISIVOS PERIODÍSTICOS.

La televisión transmite informaciones y retoma algunos géneros periodísticos adecuados al mismo medio, entre los que destacan los siguientes:

- a) Noticieros. Son programas diversos y sincrónicos que transmiten noticias, entrevistas, reportajes, reseñas, editoriales, artículos. Tienen varias secciones definidas como, titulares, noticias principales, políticas nacionales, políticas internacionales, deportes.
- b) Entrevistas. Son programas con diálogos con alguna o algunas personas, sobre ciertos hechos o temas importantes.
- c) Reportajes. Son programas informativos sobre temas particulares.

4. PROGRAMAS TELEVISIVOS CULTURALES.

La televisión es utilizada para transmitir contenidos culturales de diversa índole, por ejemplo educativos, científicos, artísticos, entre otros.

D) CONTENIDO DE LA TELEVISION

En el Distrito Federal existen 7 canales televisivos: el 2, 4, 5, 9, 7, 11, 13. Los cuatro primeros pertenecen a la empresa privada Televisa. El 7 y el 13 pertenecen al sistema estatal de televisión Imevisión, mientras que el 11, pertenece al Instituto Politécnico Nacional.

CANAL

2

Transmite durante 24 horas y tiene una cobertura a nivel nacional. En algunos programas sobre todo de tipo periodístico alcanzan coberturas a nivel internacional.

El peso de la temática está sustentado en el sistema informativo, y en programas de entretenimiento.

En el primer caso, se tiene un promedio de 15:30 horas de transmisión diaria, frente a 7:30 horas de programas de diversión que incluyen telehistorias nacionales, telenovelas y películas nacionales.

Los sábados y los domingos se incluye una programación especial en la que sobresalen programas musicales, deportivos y películas mexicanas.

En la programación general del canal 2 existe una fuerte presencia de transmisiones de anuncios comerciales.

CANAL

4

Tiene 20:30 horas de transmisión diaria. De ellas, 8 horas están orientadas al entreténimiento con programas de telehistorias extranjeras, miscelánea nacional y películas mexicanas; 6 horas hacia lo cultural-educativo principalmente con el programa de Telesecundaria Nacional; y 5 horas hacia las ventas comerciales con el programa teleoportunidades.

Los sábados y los domingos se tienen transmisiones especiales de entretenimiento con programas deportivos, películas nacionales y extranjeras.

CANAL

5

Tiene 11:30 horas de transmisión diaria de las cuales 10 son de entretenimiento principalmente, para el público infantil con programas de caricaturas.

Se tienen otros programas como concursos, telehistorias predominantemente extranjeras dobladas al español, películas también de producción extranjera, entre otras.

Al igual que los canales anteriores, los sábados y domingos se tienen transmisiones especiales con programas deportivos, infantiles, telehistorias y películas extranjeras.

De igual forma mantiene una fuerte presencia de anuncios comerciales.

CANAL

9

Tiene 10 horas de transmisión diaria, con una temática cultural con programas de tipo artístico, musical, científico, periodístico y proyección de películas nacionales y extranjeras. Este canal, se distingue por la ausencia de anuncios comerciales.

CANAL

13

Tiene 18 horas de transmisión diaria de las cuales 7 son de entretenimiento para el público telespectador. Dentro del entretenimiento hay espacios infantiles con caricaturas preferentemente extranjeras, hay programas de telehistorias casi todas extranjeras, y programas de con cursos.

CANAL

7

La información periodística tiene un peso de 6 horas diarias.

Los sábados y los domingos hay programas culturales, deportivos, infantiles, películas, entre otros. El canal tiene presencia de anuncios comerciales.

Tiene 19 horas de transmisión con programas diversos como telehistorias nacionales y extranjeras, telenovelas sobre todo extranjeras lo mismo que películas.

El tiempo dedicado al entretenimiento es de 9:30 horas frente a 9 orientadas a lo educativo.

Los sábados y domingos hay programas de entretenimiento de tipo infantil, deportivo, películas. Hay también programas culturales, de tipo educativo, científico, artístico, periodístico, entre otros.

Al igual que la mayoría de los canales, en el 7 se tiene transmisión de anuncios comerciales.

CANAL

11

Tiene 16 horas de transmisión diaria, de las cuales 14 están orientadas a programas con una temática cultural, educativa, científica, artística, periodística y proyección de películas. Este canal al igual que el 9, se distingue por la ausencia de anuncios comerciales.

De acuerdo con la información anterior, se obtienen los siguientes resultados generales.

CARACTER/	CANAL/ CADENA	ENTRETENIMIENTO/ (Horas diarias de transmisión)	PERIODISTICO/	CULTURAL
Entretenimiento Comercial Nacional Extranjero	TELEVISA CANAL 2	7:30 hrs.	15:30 hrs	1:00 hrs
	CANAL 4	8:00 hrs.	1:00 hrs.	6:30 hrs
	CANAL 5	10:00 hrs.	0:30 hrs.	1:00 hrs
	CANAL 9			10:00 hrs
		25:30 hrs.	17:00 hrs	18:30 hrs
Entretenimiento Comercial Nacional y extranjero	IMEVISION CANAL 13	7:00 hrs	6:00 hrs	2:00 hrs
	CANAL 7	9:30 hrs		9:00 hrs
		16:30 hrs	7:00 hrs	11:00 hrs
Cultural Nac. y Ext.	IPN CANAL 11	1:00	1:00	14:00
Entretenimiento, Com. nac. y ext, Cultural, nac. ext.	Totales; 7 Canales 5 Canales 2 Canales	43:00 hrs. diarias de ENTRETENIMIENTOS	25:00 hrs. diarias de PERIODISMO	43:30 hrs diarias de CULTURALES

RITO Y MITO EN LA TELEVISION

Después de revisar los formatos y los contenidos generales de la televisión, se presenta enseguida un análisis de la ritualización y mitificación que se observa en este medio de comunicación.

Los medios televisivos de comunicación de masas en la ciudad de México, están monopolizados por la iniciativa privada y por el propio gobierno. Independientemente de ello, las posibilidades de este medio se aprovechan de la siguiente manera:

- . Emplean mensajes fónicos, icónicos y abstractos en diversos tipos de programas, así como en anuncios comerciales que buscan entretener, informar, y promover el consumo de productos.
- . Predominan los mensajes acrónicos, lo que significa la transmisión de programas grabados, muchos de los cuales provienen de Estados Unidos de Norteamérica; los pocos programas que se transmiten sincrónicamente, por lo regular son deportivos o de ceremonias oficiales.
- . Aunque su carácter icónico hace que su código sea más universal, los canales, programas y horarios tienen una organización tal que les permite llegar a públicos específicos. Por ejemplo, las horas de caricaturas y juegos infantiles para niños, las horas de telenovelas para adulto, entre otros.
- . Dado que su uso sincrónico es poco frecuente, los mensajes televisivos son maleables y están bajo el control del actor emisor, sin otorgar espacio a voces o imágenes contrarias a los contenidos programados.

La ritualización de los formatos de la televisión en el Distrito Federal, se puede apreciar mejor a través del siguiente análisis.

PROGRAMACION DE HORAS DIARIAS DE LUNES A VIERNES
DE LA EMPRESA TELEVISIVA

CANALES	ENTRETENIMIENTO HORAS	PERIODISTICO HORAS	CULTURAL HORAS
2	7:30	15:30	1
4	8	1	6:30
5	10	.30	1
9	3:30	1:30	5
TOTALES	29 HORAS	18 HORAS	13:30 HRS.

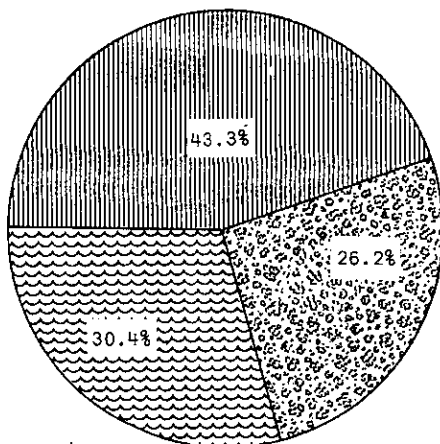
IMEVISION Y CANAL 11

CANALES	ENTRETENIMIENTO HORAS	PERIODISTICO HORAS	CULTURAL HORAS
7	8	2	9
13	6	5:30	2
11	4	2:30	8:30
TOTALES	18 HORAS	10 HORAS	19:30 HRS.

De lo anterior se desprende la siguiente información

- . La T.V. del D.F. emplea en transmisiones de ENTRETENIMIENTO 47 HORAS DIARIAS
- . En información PERIODISTICA 28.5 HORAS DIARIAS
- . En programación CULTURAL 33 HORAS DIARIAS

La T.V. del D.F. tiene una programación de 108.5 horas diarias que multiplicadas por los cinco días de lunes a viernes da un total de 542.5 horas de transmisiones, hecho que demuestra la abundante actividad que mantiene este medio de comunicación masiva.



47 Horas de entretenimiento diario equivalen al 43.3% de la programación.



33 Horas de programas culturales equivalen al 30.4% de la programación.

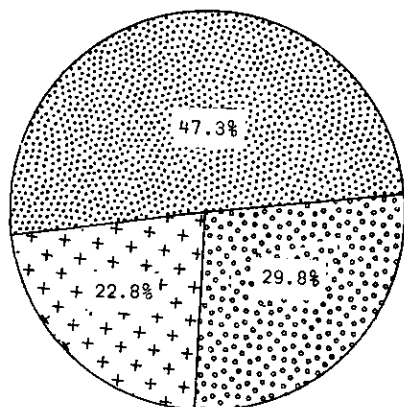





28.5 Horas de información periodística equivalen al 26.2% de la programación.

De las 542.5 horas de transmisiones televisivas de lunes a viernes:

- . 235 corresponden a entretenimiento
- . 142.5 se dedican a programación periodística
- . 165 se orientan a programación cultural.

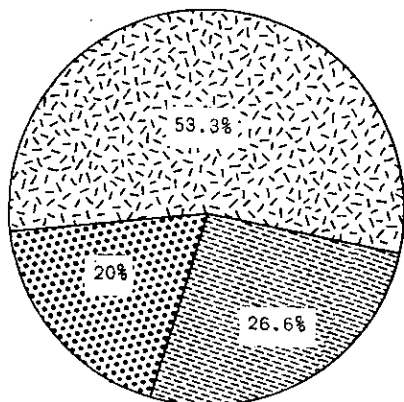
En las 235 horas de entretenimiento existen actualmente* un total de 114 programas divididos de la siguiente manera:






-  El 47.3% corresponde a 54 programas de relatos.
-  El 29.8% corresponde a 34 programas infantiles.
-  El 22.8% corresponde a 26 programas diversos

De estos 114 programas 42 son nacionales y 72 provienen del extranjero.

En las 142.5 horas de enfoque periodístico existen actualmente 15 programas.

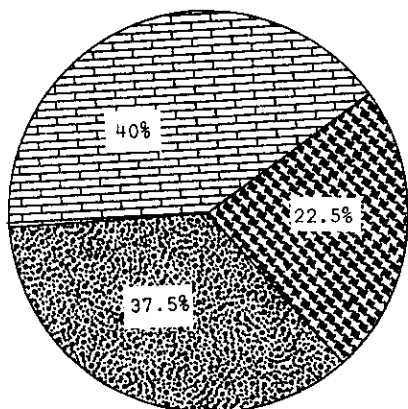





-  El 53.3% representa a 8 noticieros.
-  El 26.6% representa a 4 programas de entrevistas.
-  El 20% representa a 3 programas de reportajes.

Los 15 programas son nacionales, pero dependen en gran parte de agencias informativas transnacionales.

*La investigación se realizó en el primer semestre de 1990.

Las 165 horas dedicadas a programación cultural tienen 40 programas con la siguiente diversidad:



-  El 40% equivale a 16 programas educativos.
-  El 22.5% corresponde a 9 programas científicos.
-  El 37.5% corresponde a 15 programas artísticos.

De los 40 programas 28 son nacionales y 12 son extranjeros.

La temática que mayor importancia tiene en la televisión de acuerdo con los tiempos señalados es el ENTRETENIMIENTO. Con él se busca distraer, divertir o recrear. Destacan los programas musicales, de concursos, deportivos, pero de manera singular los relatos de amor como telenovelas, de aventuras como series policiacas y de infantiles como caricaturas.

Estos relatos por lo general son presentados a manera de historias que recrean la cotidianidad en sus aspectos superficiales y proyectan sueños y deseos estereotipados que refuerzan papeles y valores dominantes.

Pese a que de lunes a viernes hay una difusión total de 169 programas, no existe una variedad de verdaderas opciones de programas televisivos ya que en realidad existe el dominio de 114 programas de entretenimiento, bajo las formas de telenovelas, telehistorias, caricaturas, películas, muchos de los cuales son doblajes al español de programas extranjeros principalmente norteamericanos.

Aunado a ello, existe una fuerte presencia de anuncios comerciales que repetidamente incitan al telespectador a todo tipo de consumo desde frituras y detergentes, hasta automóviles del último modelo.

Así, quien desea ver un programa tiene que pagar un alto costo: el bombardeo ideológico persuasivo que tiende a doblegar voluntades. La emisión televisiva ritualizada es, en consecuencia, un formato uniforme y repetitivo como se puede apreciar mejor a través del siguiente esquema de programación por canal.

TELEVISIÓN. De lunes a viernes				
Temática	Género/Programas	Origen	Hora	
Periodístico	ECO 24 Horas	Nac. Nac.	15:30	
Entretenimiento	6 Telenovelas 2 Telehistorias 1 Película	Nac. Nac. Nac.	7:30	
Cultural	1 R.T.C. Variado	Nac. (Nac.)	1	
			24 Hrs.	
Entretenimiento	Vida Diaria Película Telehistoria Telenovela	Nac. Nac. Ext. Ext.	8	
Cultural	Telesecundaria R.T.C.	Nac. Nac.	6:30	
Periodístico	Muchas noticias	Nac.	1	
Comercial	Teleoportunidades	Nac.	5	
			20:30 Hr	
Entretenimiento	12 Caricaturas 2 Concursos 4 Telehistorias 2 Musicales 1 Película	Ext. Nac. Ext. Ext./Nac. Ext.	10	
Cultural	Científico	Ext.	1	
Periodístico	Noctivía Informa	Nac.	:30	
			11:30	
Cultural	México en la Cultura Vida y Voz Videocosmos Noche a noche Estudio 54	Nac. Nac. Nac. y Ext. Nac. Nac. y Ext.	5	
Entretenimiento	Película	Nac. y Ext.	3:30	
Periodístico	Contrapunto Entrevistas	Nac. Nac.	1:30	
			10 Hr.	

Canal 2: Entretenimiento-Periodístico Nacional y Comercial.

- Aunque predomina la temática periodística, ésta se transmite en horarios con poco público.
- En los mejores horarios se impone la temática de entretenimiento, cuyos programas fuertes son telenovelas nacionales.

• Reducida programación cultural.

• Los fines de semana predominan programas deportivos y musicales nacionales.

Canal 4: Entretenimiento- Educativo, Nac. - Ext. y Comercial.

• El espacio educativo es la telesecundaria matutina.

• En los mejores horarios se difunden telehistorias extranjeras.

• Los fines de semana predominan programas deportivos y 12 películas nacionales y extranjeras.

Canal 5: Entretenimiento, Infantil y Extranjeramente, Comercial.

• Predomina el entretenimiento infantil, con caricaturas y telehistorias extranjeras.

• Reducida programación cultural (nocturna).

• Los fines de semana se mantiene el mismo esquema.

Canal 9: Cultural-Artístico, Nacional y Extranjero, no Comercial.

• Difunde programas sobre cultura (Informativos) y "arte" (Música, entrevistas, etc.).

IMEVISION. De Lunes a Viernes

Temática	Género/Programas	Origen	Hora
Cultural	Telesecundaria A la Misma Hora Maestra Video	Nac. Nac. Nac. y Ext.	9
Entretamiento	Infantiles Humor Telenovelas Películas	Nac. Nac. Ext. Ext.	8
Periodístico	Imevisión Inf. Selecciones	Nac. Nac.	2
Comercial	Telecartelera	Nac.	1
20 Hrs.			
Entretamiento	Concursos Telehistorias Infantil Películas	Nac. Ext. Ext. Ext.	6
Periodístico	Imevisión Inf. Reportaje	Nac. Nac.	6
Cultural	R.T.C.	Nac.	2
Comercial	La guía de cada día	Nac.	:30
14:30 Hrs.			
I. P. N.			
Cultural	Primaria Secundaria Prima Universitario Video-Deporte Congreso Infantil	Nac. Nac. Nac. Nac. Nac.	8:30
Entretamiento	Infantiles Depoktes películas	Nac. Nac. y Ext. Nac. y Ext.	4
Periodístico	Enlace Hoy en la Cultura Entrevistas	Nac. Nac. Nac.	2:30
15:00 Hrs.			

Canal 7: Entretamiento-Educativo,
Nac. Ext. y Comercial.

El espacio educativo está dedicado principalmente a la telesecundaria matutina.

En los mejores horarios predomina la difusión de telenovelas extranjeras (latinoamericanas) y películas.

Los fines de semana se reduce la programación educativa y aumenta el "entretamiento".

Canal 13: Entretamiento-Periodístico,
Nac. - Ext. y Comercial.

Los programas periodísticos pasan en la mañana o en la noche.

En los mejores horarios se impone el entretenimiento, difundiendo caricaturas y telehistorias extranjeras.

Reducida programación cultural.

Los fines de semana aumentan los programas deportivos.

Canal 11: Cultural - Educativo,
Nacional y no Comercial.

Difunde programas educativos (primaria, secundaria, universidad) y culturales (cine-arte, música, etc.).

Los fines de semana predominan los programas culturales y deportivos.

Ritualización y mitificación en programas de entretenimiento y Periodísticos.

a) RELATOS: Son narraciones de ficciones que recrean la cotidianidad, proyectan deseos y ensueños, proponen modos de vida y versiones de la realidad que refuerzan roles, ideas y valores.

R I T U A L E S		M I T O S				
Tipo de Relato	Guión	Producción	Actuación	Relato	Personajes	Valores
TELENOVELAS. Narraciones de dramas centrados en conflictos amorosos.	Son repetitivas porque plantean situaciones similares en las que va de por medio algún conflicto principalmente de tipo amoroso. Son seriadas en capítulos llenos de suspense en donde se reafirma el conflicto.	Utilizan encuadres: música, vestuario, para simular y retratar la realidad. Las filmaciones son en interiores o exteriores.	Por lo regular las actuaciones no son excelentes. Los actores dependen de los apuntadores electrónicos y de los clichés.	Abundan los temas de dramas amorosos. Es importante el papel del "malo" que envidia y separa, que impide la unión de los seres amados. Se presenta la lucha de buenos contra malos, la bondad contra la maldad.	Son estereotipados: Aparece la MUJER BUENA que sufre: es fiel abnegada, respetuosa. LA MUJER MALA que es infiel y propaga envidias y rencores y no respeta lo establecido.	Se destacan como principales el AMOR familiar, el amor de pareja, la felicidad, el sacrificio, la obediencia, la sumisión y la nobleza.

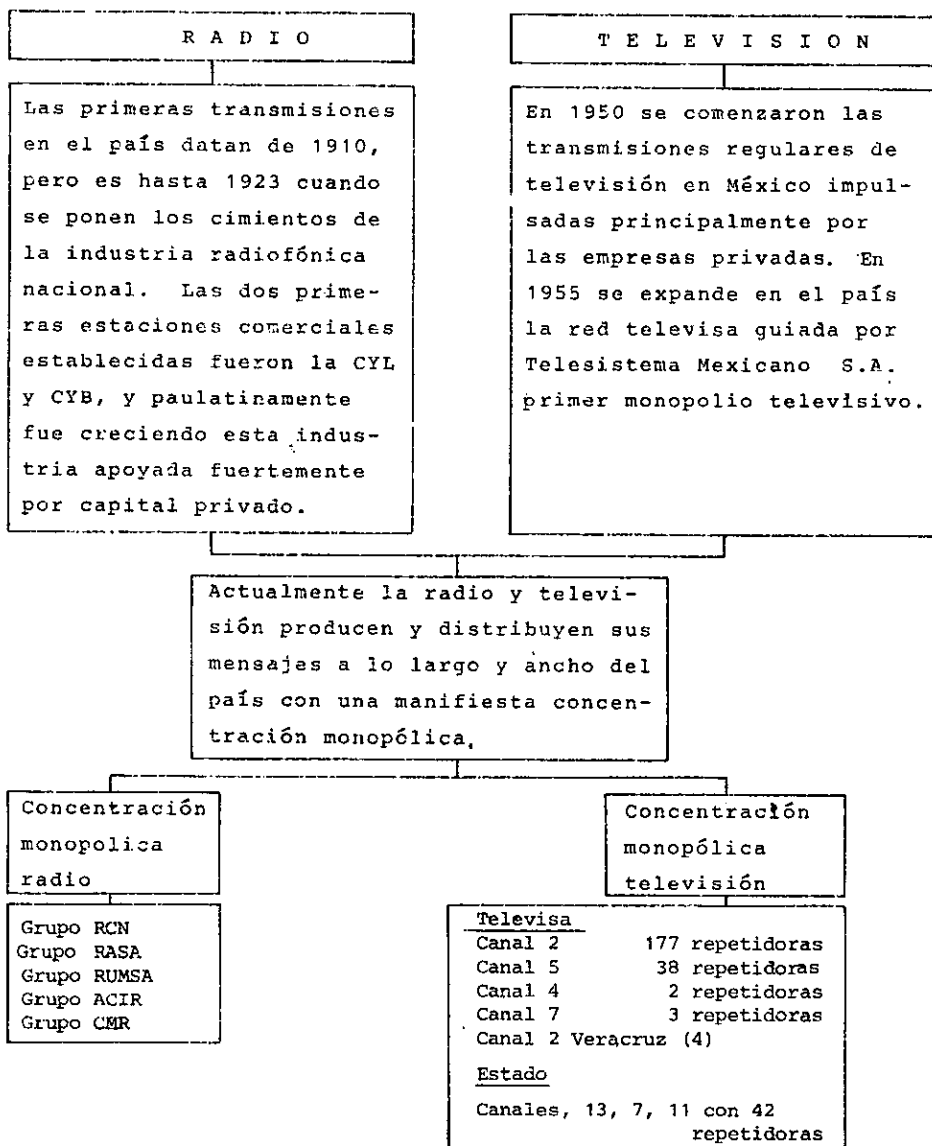
b) RELATO

Tipo de Relato	R I T U A L E S					
	Guión	Producción	Actuación	Relato	Personajes	Valores
TELEHISTORIAS: Narraciones de aventuras diversas con los mismos personajes.	Están presentadas como historias con una misma estructura narrativa. El guión puede ser de un capítulo, o de varios, con la secuencia de la trama o el drama que se va desarrollando. En tal caso permanecen los mismos personajes.	Se utilizan vestuarios, música, apropiados a los temas que se están presentando. Se emplean escenarios interiores o exteriores. En las telerieses norteamericanas se advierten grandes recursos en la producción para efectos especiales, sonidos, entre otras cosas.	Suele estar adecuada al tipo de relato. En las telehistorias seriadas se repite la misma actuación de los personajes.	Se presentan aventuras diversas. Abundan los temas de policías o detectives que persiguen y capturan a los maleantes. Los buenos se enfrentan a los malos. Por lo regular hay un final feliz, los buenos salen ganando.	Son presentados como hombres buenos, no corruptos, heroicos, íntegros y respetuosos del orden, eficientes y sacrificados. Su papel es salvar y guardar la ley y el orden porque con ello se mantiene la estabilidad y el progreso de la sociedad.	Se difunden valores diversos como el respeto a la propiedad privada, a la ley, al orden. Se destaca el individualismo y se exalta a la BONDAD y a la FELICIDAD por encima de cualquier aspecto perturbador de la sociedad.

c) NOTICIEROS: Son programas que transmiten géneros periodísticos adecuados al medio televisivo: noticias, reportajes, entrevistas, reseñas, editoriales, artículos. Aunque antes dependían de los diarios, ahora las emisoras televisivas cuentan con su propia estructura periodística como redactores, reporteros, locutores, la cual al mismo tiempo que selecciona y ordena materiales de agencias informativas transnacionales y de oficinas de prensa gubernamentales, produce sus propias informaciones.

R I T U A L E S		M I T O S	
Géneros	Secciones	Técnico Emisor	Versión del Mundo
<p>-Predominan noticias breves. Se mezclan noticias políticas nacionales con internacionales y noticias bandadas.</p> <p>Se separan las noticias deportivas.</p> <p>Las noticias a veces se acompañan con breves entrevistas.</p> <p>Pocos reportajes, artículos o editoriales.</p> <p>Informaciones de Agencias Informativas o de Oficinas Gubernamentales de Prensa.</p>	<p>Los Titulares son las primeras noticias, las cuales casi siempre consisten en declaraciones oficiales gubernamentales.</p> <p>Las informaciones primeras mezclan notas de política nacional e internacional.</p> <p>La última parte se dedica a secciones de información deportiva.</p>	<p>Existen varios técnicos emisores pero uno es el principal: El abre el noticiario, informa las noticias, relevantes y despide la emisión.</p> <p>Con gestos, comentarios, tonos de voz destaca y enfatiza, o bien critica y enjuicia noticias y en ocasiones hace comentarios que funcionan como editoriales.</p>	<p>Se difunden informaciones de actualidad que frecuentemente se presentan descontextadas de su pasado y de sus tendencias futuras.</p> <p>Gran parte de los hechos son minimizados.</p> <p>La información, por lo general se presenta de manera intencionalmente desordenada y fragmentada con lo que se difunde una visión parcial de la realidad.</p> <p>Los actores emisores pueden ser voceros del gobierno o de la iniciativa privada, y seleccionadores de lo que debe o no debe pasar al aire como noticia.</p> <p>Hay una fuerte tendencia de exaltar el AMERICAN ONE OR LIVE, mediante la difusión de una gran cantidad de noticias provenientes de Norteamérica.</p>

R E C A P I T U L A C I O N



Los medios radiofónicos y televisivos en México cumplen una función de mediación social porque introducen valores, ideas, prácticas, representaciones ideológicas que van de acuerdo al orden social y tienden a reproducir el conjunto de la sociedad.

Técnicas mediadoras de la Comunicación reproductiva

Ritualización de los formatos

Mitificación de los contenidos de los mensajes

Método de análisis de los mensajes comunicativos

Lectura ideológica de mensajes comunicativos

Establecimiento de los formatos de los productos comunicativos

Develación y fijación del formato ritualizado

Establecimiento de los contenidos de los productos comunicativos.

Develación y fijación de los contenidos mitificados.

Formato y contenido de la radio

La radio establece una comunicación unidireccional y vertical donde el actor emisor actúa como polo activo y el receptor como polo pasivo.

Tiene un lenguaje abstracto, es sincrónico y anacrónico, maneja códigos particulares, y permite la maleabilidad de los mensajes. A través de ella se difunde publicidad, música, programas periodísticos, de entretenimiento y culturales.

Formato y contenido de la Televisión

La televisión tiene un lenguaje icónico y abstracto que es empleado de manera sincrónica y anacrónica, maneja códigos particulares y universales, permite la maleabilidad y en ocasiones la resistencia de mensajes. La televisión difunde programas de tipo promocional, de entretenimiento, periodístico, cultural entre otros.

Rito y mito en la radio.

Predominan las estaciones comerciales tanto de AM como de FM que difunden música en español y en inglés de diversos géneros. Son pocas las estaciones culturales. Mantienen un formato uniforme y repetitivo conectado a la industria disquera y del espectáculo con fines lucrativos. Las letras de las canciones son de una pobreza literaria manifiesta, con mucho contenido ideológico hacia la reproducción de la sociedad mediante un pseudoarte.

Las informaciones que transmite dependen de agencias transnacionales en su mayoría, o de oficinas de prensa gubernamentales.

Su presentación es breve y aislada de muchos acontecimientos sociales. Por lo regular no se ofrece un análisis de la misma ni se fomenta en el radioescucha un espíritu crítico.

Rito y mito en la televisión

En esencia los programas de la televisión buscan el entretenimiento ideológico y el fomento del consumo de productos. Existe una cantidad notable de programas de Estados Unidos y son pocos los que se transmiten de manera sincrónica. La televisión mantiene una programación orientada a públicos específicos y tiene un alto poder de maleabilidad de los mensajes. La emisión televisiva tiene un formato uniforme y repetitivo. Las informaciones se presentan descontextualizadas y alejadas de la realidad, sin posibilidades de un serio análisis crítico de la realidad.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

Con el fin de afianzar tu aprendizaje es conveniente que realices las siguientes actividades:

1. Selecciona un programa de la radio y escúchalo con mucha atención. Es necesario que lo grabes porque tendrás que escucharlo posteriormente varias veces.
2. Una vez que hayas escuchado y grabado el programa seleccionado, realiza un análisis de los mensajes ideológicos y reproductivos que encuentres en dicho programa, tratando de dar respuesta a los siguientes planteamientos.
 - A. Lectura ideológica de mensajes comunicativos.
 - . ¿De qué manera el actor emisor (locutor) conduce el programa?
 - . ¿Se puede advertir en el programa una intención clara u oculta de inferir o persuadir en los radioescuchas (actores-receptores)?
 - . ¿De qué manera se manifiesta en el programa escuchado la intención de influir en los actores receptores?
 - . ¿Con qué propósito crees que se trate de influir en los actores receptores?
 - B. Formato de los productos comunicativos.
 - . ¿Cómo se presentan los mensajes de la radio?
 - . ¿Con qué elementos técnicos son acompañados?
 - . ¿Cómo están diseñados y estructurados los comerciales que se utilizan en el programa?
 - tiempo de duración
 - música empleada
 - productos publicitados
 - lenguaje empleado
 - número total de comerciales empleados en el programa
 - ideología que se transmite a través de ellos.

C. Develación y fijación del formato ritualizado.

- . ¿Con todo lo que se presenta en el programa es posible detectar una cierta retórica reiterativa del actor emisor, entendiéndose por ello un estilo que se repite de muchas formas y que refleja constantemente una propagación ideológica del actor emisor que trata de insistir en la difusión de los mismos mensajes?
- . ¿Cómo es posible detectar en el programa seleccionado, los elementos anteriores?

D. Establecimiento de los contenidos de los productos comunicativos.

- . ¿De qué trata el programa ?
- . ¿Cuál es su temática ?
- . ¿El contenido del programa sirve para tomar conciencia de la realidad ?
- . ¿Contribuye el tema, el estilo o el lenguaje del programa a reforzar una ideología dominante que tiende a reproducir a una sociedad sin cambios ?
- . ¿De qué manera contribuye el programa a lo anterior ?

E. Develación y fijación de los contenidos mitificados.

- . ¿Cuáles son los valores que se tratan de introducir con los mensajes que se difunden en el programa?
- . ¿Qué versión del mundo se difunde en ellos ?
- . ¿Cuáles son los modos de vida que se tratan de imponer a través del programa a los actores receptores?

3. Se presenta enseguida una lista de las tarifas que la empresa Núcleo Radio Mil cobra por transmitir al aire un comercial en sus diferentes estaciones. La duración de los mismos varía de 10" hasta un minuto (60").

Analízala cuidadosamente y responde las siguientes preguntas.

T A R I F A S

DISTRITO FEDERAL Y AREA METROPOLITANA
EN VIGOR A PARTIR DEL 15 DE ENERO DE 1988.



Insurgentes Sur 1870

México D.F. 01030

534 6060

Telex 17 7575 MILME

Fax 524 2783

AMPLITUD MODULADA		10"	20"	30"	40"	60"
RADIO 590	XEPH					
HIT PARADE	590 KHZ	15,500	20,800	31,200	41,600	62,400
RADIO MIL	XEOY					
MODERNA ESPAÑOL	1000 KHZ	33,900	45,000	67,500	90,000	135,000
DIMENSION 1380 *	XECO					
NUEVA NOSTALGIA	1380 KHZ	30,000	41,400	62,100	82,800	124,200
RADIO SINFONOLA	XEBS					
MUSICA RANCHERA	1410 KHZ	15,800	20,800	31,200	41,600	62,400
RADIO ONDA	XEUR					
MUSICA TROPICAL	1530 KHZ	14,300	18,800	23,200	37,600	56,400
SUMA TARIFAS		109,500	146,800	220,200	293,600	440,400
FORMULA A.M.		98,550	132,120	198,180	264,240	396,360
RADIO MIL **	XEOY					
NOTICIARIOS Y ESPECIALES		75,000	100,000	150,000	200,000	300,000
FRECUENCIA MODULADA						
ESTEREOMIL	XEOY FM					
MUSICA CLASICA	89.7 MHZ	13,000	17,000	25,500	34,000	51,000
ROCK 101 ***	XHSON FM					
ROCK INTERNACIONAL	100.9 MHZ	30,000	41,400	62,100	82,800	124,200
SUMA TARIFAS		43,000	58,400	87,600	116,800	175,200
FORMULA F.M.		38,700	52,560	78,840	105,120	157,680

El precio de Fórmula ya comprende un 10% de bonificación por contratación conjunta.

- 1.- Spots contratados para ser difundidos en un período específico tendrán un recargo hasta del 30%.
- 2.- Spots contratados para ser difundidos antes, después o dentro de noticieros, transmisiones y eventos especiales tendrán un recargo del 40%.
- 3.- Toda cancelación deberá hacerse por escrito y con un mínimo de 24 horas de antelación.
- 4.- La duración de los spots deberá ajustarse al tiempo contratado.
- 5.- Esta tarifa esta sujeta a cambios previo anuncio con 30 días de antelación.

- 6.- A estos precios se agregará el 15% I.V.A.
- 7.- Estos costos no incluyen gastos de producción.

* Ajuste por reducción de cortes comerciales.

** De 6:00 a 9:00 a.m.

*** Ajuste por reducción de tiempo comercial.

1. ¿Por qué crees que un comercial de un minuto tenga un costo de \$62,400 pesos en XEPH radio 590, mientras que en XEOY radio mil sea de 135,000?
2. ¿El costo de un comercial de 10" en XEPH radio 590 es de 15,500 mientras que en XEBS radio sinfonola es de 15,800 ?
¿Cuál crees que pudo ser el criterio para establecer en ambas estaciones una tarifa similar?
3. Un comercial de 40" en XEPH radio 590 cuesta \$41,600 mientras que difundido entre los noticieros de XEOY radio mil cuesta 200,000.
¿A qué crees que se deba esta enorme desproporción en el precio?
4. ¿Por qué crees que un comercial de 30" cueste \$25,500 en XEOY FM estereomil mientras que en XHSON FM rock 101 cuesta 62,100?
5. ¿Qué conclusiones puedes obtener de tus reflexiones anteriores?
6. Selecciona un programa de televisión de género Novela de las que pasan por el canal 2.
Obsérvala con mucho detenimiento y realiza un análisis de la misma, considerando los siguientes aspectos:
 - a) GUION
 - . ¿El guión que se manifiesta en el diálogo está lleno de suspenso?
 - . ¿Se plantea algún conflicto?
 - . ¿Qué tipo de conflicto se plantea?
 - b) PRODUCCION
 - . ¿Qué tipo de música se emplea?
 - . ¿Qué tipo de vestuario se utiliza?
 - . ¿Es adecuado a la época que se trata de reflejar?
 - . ¿Las filmaciones en interiores o exteriores retratan la realidad que se está exponiendo en la novela?
 - c) ACTUACION
 - . ¿La calidad en la actuación de los actores es buena, muy buena, deficiente?

- . ¿La actuación se advierte muy real o fingida?
- d) RELATO
 - . ¿En la novela hay algunos papeles de BUENOS ?
 - . ¿Hay algunos papeles de MALOS?
 - . ¿Se advierte en la novela una lucha entre la bondad y la maldad, representada por los buenos y por los malos?
- c) PERSONAJES
 - . ¿Cuál es el papel que juega en la novela el hombre malo o la mujer mala?
 - . ¿Cuál es el papel que desempeña el hombre bueno o la mujer buena ?
- f) VALORES
 - . ¿Cuáles son los valores que se están difundiendo para el telespectador a través de la trama que se presenta en la novela ?

LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS A LAS ACTIVIDADES DE
CONSOLIDACION

De acuerdo con el programa de radio que hayas seleccionado y grabado, debiste hacer el análisis del mismo, respondiendo las preguntas que se plantean en cada uno de los puntos.

Debido a que el análisis depende fundamentalmente del propio programa, de su contenido, estilo y forma de presentación, no se ofrecen respuestas específicas, para ello. Por consiguiente es muy importante que tu trabajo lo comentes con el consultor del SEA.

En relación a las preguntas de las tarifas, debiste considerar en tus respuestas aspectos similares a los siguientes:

1. La potencia de XEPH es de 590 KHS mientras que de XEOY es de 1000 KHS. La diferencia en el costo del comercial estriba por un lado en el mayor auditorio al que llega esta última estación de acuerdo a su mayor potencia, y por otro, en la mayor preferencia que manifiesta el radioescucha por el estilo de música moderna en español, frente al hit parade.
En la práctica, esto significa que un comercial en XEPH será escuchado por una cantidad menor de personas que en XEOY lo que determinará en última instancia la posibilidad de que un producto tenga un mercado reducido o amplio de ventas.
2. XEPH tiene una potencia de 590 KHS, en tanto que XEBS tiene 1410. La diferencia en la potencia podría indicar que la tarifa en XEBS para un comercial, deberá ser aproximadamente el doble. Sin embargo, por los costos similares se puede inferir que pese a la mayor potencia de XEBS, el público que escucha música ranchera, es similar en número al que escucha el hit parade.
3. La diferencia tan grande en las tarifas de estas dos estaciones reside en el hecho de que durante los noticieros existe una mayor cantidad de público que los escucha. Los comerciales por consiguiente aumentan de precio, antes, durante o después de los mismos.

4. La diferencia en la tarifa reside tanto en la potencia de ambas estaciones así como en el hecho de que existe un público menor al que le gusta la música clásica, en relación al gusto mayor que manifiesta el público por el rock.
5. Como parte de tus reflexiones pudiste desarrollar ideas como las siguientes:
 - . El marcado monopolio de la radio.
 - . El sentido mercantilista de la radio.
 - . La organización minuciosa de la programación de la radio que le permite llegar a todo público, a través de la difusión diversa de géneros musicales: moderna, ranchera, rock, tropical clásica, etc.
 - . Los propósitos que persigue la radio con este tipo de programación y organización tan minuciosa.
6. El análisis que hayas realizado de la radio debes comentarlo con el consultor para establecer un diálogo y discusión constructiva del mismo.

AUTOEVALUACION

De acuerdo a lo estudiado en esta unidad de TAC II, responde a las siguientes preguntas.

1. ¿Qué lenguaje comunicativo emplea la radio ?
2. ¿Cuáles son las funciones de la comunicación reproductiva en la radio?
3. ¿Por qué se afirma que la radio establece una comunicación unidireccional y vertical?
4. ¿Qué es lo que más se difunde a través de la radio?
5. ¿Por qué existe un alto grado de mitificación en los contenidos de la mayoría de las canciones que se difunden a través de la radio?
6. ¿De qué manera son mediadas las informaciones que se transmiten por la radio?
7. ¿En qué consiste la técnica de la ritualización de los formatos?
8. ¿En qué consiste la técnica de la mitificación de los contenidos?
9. ¿Cuáles son las características de la televisión?
10. ¿Cuáles son los tipos de programas más comunes en la televisión?
11. ¿De qué les sirve a las empresas televisivas la organización y planeación que mantienen en sus programas?
12. ¿Por qué los mensajes que predominan en la televisión son acrónicos?
13. ¿Cuál es la temática que tiene mayor impulso e importancia en los programas de televisión?
14. ¿A qué crees que se deba lo anterior?
15. ¿Cómo se pueden definir los relatos en la televisión?

LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS DE AUTOEVALUACION

1. La radio utiliza un lenguaje oral y musical, maneja códigos universales y abstractos. Puede ser empleado de manera acrónica y sincrónica y sus mensajes son susceptibles de ser maleables.
2. La comunicación reproductiva tiene las funciones técnica, ilustrativa, redundante y de consonancia.
3. Se afirma debido a que el actor emisor representado en la radio por el locutor, aparece como una persona que dialoga en abstracto con un público que no conoce y que no ve; un público radioescucha que es anónimo y heterogéneo con el que no puede tener un intercambio real de ideas.
4. En la radio fundamentalmente se difunde publicidad, música, programas periodísticos, de entretenimiento y en menor medida culturales.
5. Se debe a que la inmensa mayoría de las letras de las canciones tienen una notable deficiencia en su creatividad. Escasamente revelan o denuncian aspectos profundos de la realidad. No la cuestionan sino que se caracterizan por difundir valores de vida y de consumo que tienden a reproducir a la sociedad sin fomentar cambios sutanciales en ella.
6. La mediación se realiza principalmente a través de la dependencia que muchas estaciones de radio tienen con agencias informativas transnacionales y nacionales de origen gubernamental, las cuales seleccionan lo que es motivo de información y difusión; aparte de ello, en las propias empresas radiales, existe una estructura periodística de la que forman parte locutores, reporteros, consejo de redacción, entre otros, quienes pueden realizar algún tipo de maleabilidad en las informaciones.
7. Consiste en un procedimiento que permite analizar los mensajes ideológicos y reproductivos, mediante el estudio de las formas en las que se insertan los mensajes, los modelos y los géneros que se emplean en los mismos formatos.

8. Consiste en un procedimiento que permite analizar la ideología persuasiva que se transmite en los mensajes y a través de la cual, se difunde una versión del mundo que se trata de imponer.
9. Las características de este medio de comunicación son las siguientes:
 - . Emplea un lenguaje oral, musical y escrito.
 - . Maneja códigos universales acrónicos y abstractos.
 - . Puede ser empleado de manera sincrónica y acrónica.
 - . Los mensajes son susceptibles de ser maleables.
10. Los programas más comunes son de tipo promocional, de entretenimiento, periodísticos y culturales en menor medida.
11. La organización en la programación permite a las empresas televisivas llegar a públicos específicos: niños, jóvenes y adultos y con ello tener la seguridad de público cautivo para hacerles llegar mensajes publicitarios a ideologías específicas.
12. Las razones de ello pueden ser variadas:
 - . Técnicamente es más fácil trabajar con programas televisivos grabados, porque sólo se tiene que cuidar el funcionamiento operativo de los aparatos.
 - . Al no ser transmisiones sincrónicas (en vivo), los mensajes se prestan a que sean manipulados y maleados por el actor emisor.
 - . Se puede tener una fuerte carga ideológica con la selección intencionada de los programas, muchos de los cuales provienen de E.U.
13. El entretenimiento es la temática que ocupa mayor espacio en la televisión nacional.
14. Lo anterior se debe a que el entretenimiento tiene una intención ideológica oculta: hacer olvidar al telespectador los problemas de la vida diaria como la pobreza, el desempleo, la injusticia, la explotación. En el entretenimiento se mantiene una filosofía que proyecta la felicidad de la vida, la

alegría y "la postura del aquí no pasa nada".

15. Los relatos se definen como narraciones de ficciones que tratan de proyectar la cotidianeidad, proyectan deseos y ensueños, proponen modos de vida y versiones de la realidad que refuerzan roles, ideas y valores. Un ejemplo claro de ello son las telenovelas, que abundan sobre todo en el canal 2 de televisa.

Explicación integradora.

La radio y la televisión son dos de los medios de comunicación más importantes en el país, atendiendo al gran alcance y cobertura que tienen para difundir sus mensajes.

La radio está monopolizada por empresas privadas comerciales que explotan a este medio con fines económicos, ideológicos y propagandísticos. La mayoría de las estaciones mantienen una programación de "tendencioso entretenimiento" que gira casi siempre en torno a la música, de diferentes géneros y cortes comerciales. Las informaciones que difunden están sujetas casi todas a la maleabilidad porque son escasas las transmisiones de actos sincrónicos y con frecuencia se advierte poco interés por mantener un formato en donde los mensajes permitan el análisis crítico del radioescucha que lo lleven a una reflexión política de su propia realidad.

De igual manera, la televisión está monopolizada por empresas privadas (televisa) y el Estado (Imevisión).

Con la combinación de sonidos e imágenes tiene una poderosa influencia en la sociedad mexicana.

Con una notable organización, la televisión tiene una programación orientada de tal forma que le asegura llegar con mayor fuerza e impacto a públicos específicos, sea infantil, juvenil o adulto.

La mayoría de los canales presentan un llamado sano "entretenimiento" que es utilizado para promover en el público telespectador una aparente tranquilidad en la que subyace el mensaje oculto o inconsciente de que las cosas están bien como están y no necesitan cambios.

Entre mayor tiempo el público se dedique a ver televisión, menor tiempo ocupará en pensar en situaciones sociales que le reclamen un cambio de la realidad.

La televisión por consiguiente, es un medio excelente para propiciar el consumo de informaciones que se producen y se difunden rápidamente para un telespectador cautivo.

Los formatos que se utilizan son repetitivos; los programas están

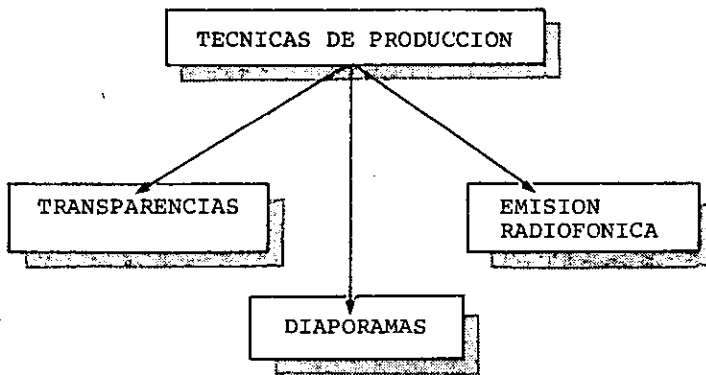
cargados de fuertes impactos ideologizantes, y la maleabilidad de los mensajes es muy alta porque pocas veces se le emplea en su función INDEX. Manejan un formato esencialmente repetitivo, y sus mensajes presentan una fuerte carga de ritualización y mitificación.

Unidad III

Expresiones participativas

CONTENIDO

PRODUCCION DE
EXPRESIONES PARTICIPATIVAS



CUESTIONAMIENTO GUIA.

El desarrollo y evolución de los medios de comunicación de masas en México, muestra el papel trascendental que han adquirido en la producción, distribución y consumo de la información que afecta a la sociedad.

También muestra el origen de los medios y su uso ideológico para la reproducción del sistema social.

Los medios de comunicación de masas, especialmente la radio y la televisión, han asimilado rápidamente los avances tecnológicos y son tan poderosos hoy en día, que penetran con relativa facilidad en la sociedad, diluyendo en sus mensajes una forma de SER, de PENSAR y de ACTUAR.

En este contexto de comunicación impositiva autoritaria y enajenante, es imprescindible la creación y difusión de formas de comunicación desde una perspectiva más democratizante. El derecho a disentir da la posibilidad de crear. Por ello, se impone la necesaria reflexión:

¿Qué puedo hacer para enfrentar las influencias de los medios de comunicación de masas desde una perspectiva crítica?

¿Es posible producir expresiones participativas visuales o audiovisuales que se puedan emplear para informar, comunicar y concientizar a los demás?

¿Cómo se producen? ¿Qué se debe hacer para que funcionen como una alternativa a los medios de comunicación de masas?

Con estas inquietudes y las que te puedan surgir como fruto de las mismas, inicia el estudio de esta tercera unidad. Seguramente encontrarás las respuestas y como fruto de ello, adquirirás

una perspectiva más amplia de crítica y análisis que será muy importante para tu formación.

PROPOSITO DE LA UNIDAD.

En las dos unidades anteriores, estudiaste las diversas evoluciones que a través de la historia han experimentado las formas y los medios de comunicación, hasta llegar al momento presente en que el sistema capitalista ha impulsado la llamada comunicación de masas, cuya forma de producir, distribuir y consumir la información que interesa o afecta a la sociedad, se encuentra organizada en el sistema institucionalizado de comunicación pública.

Estos conocimientos son importantes como elementos de reflexión que se enlazan con la presentación de una forma alternativa de producir mensajes que se incorpora en esta unidad. Por consiguiente, al término de la misma desarrollarás habilidades para evaluar y producir mensajes impresos auditivos y audiovisuales que te llevarán a la elaboración de un producto comunicativo a través de la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos, con el propósito de fomentar una producción, una distribución y un consumo de la información alternativa, frente a lo que se establece en el sistema institucionalizado de comunicación pública.

INTRODUCCION A LA UNIDAD.

Con el estudio de este contenido, inicias ahora la tercera undad con la que culmina la asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación II. Esta unidad es particularmente importante porque en ella deberás emplear los conocimientos teóricos que has adquirido en las dos unidades anteriores, con el propósito de que produzcas alguna expresión comunicativa de tipo alternativo.

Es importante el conocimiento y el análisis del funcionamiento de los medios de comunicación de masas, en el sistema capitalista, porque frente a la persistente intención de manejar y - enviar los mensajes de manera vertical mediante la fórmula - ACTOR-RECEPTOR, es posible la creación y difusión de una forma de comunicación más espontánea, libre y democrática por medio de la producción de expresiones participativas y alternativas que permitan a la población difundir sus propios mensajes en - donde aparezca como algo prioritario la interacción ACTOR-RECEPTOR- ACTOR EMISOR.

Con el fin de que puedas plasmar algunas expresiones participativas, en la presente unidad encontrarás dos técnicas de producción audiovisual y una para emisión radiofónica.

En la producción audiovisual se expone la técnica para la elaboración y proyección de mensajes a través de transparencias, y la técnica para la elaboración y proyección de un diaporama.

En la emisión radiofónica se ofrece un procedimiento para la - producción y transmisión local de un programa radiofónico.

La culminación exitosa del estudio de la materia de TAC, se de
berá reflejar, en la posibilidad de crear y difundir permanen-
temente en la sociedad, diversas expresiones participativas -
que actúen frente a la poderosa influencia de los medios de co
municación de masas.

3.1 PRODUCCION DE EXPRESIONES PARTICIPATIVAS.

Como ya se ha establecido anteriormente, los medios de comunicación de masas están bajo el dominio y control de los grupos gobernantes y de los grupos empresariales lo que posibilita que se conviertan en actores emisores y difusores de su ideología y de su propia versión de la realidad mediante el sistema institucionalizado de comunicación pública.

Esta circunstancia reafirma el carácter unidireccional de la comunicación de masas que tiende a convertir a los actores receptores en agentes sociales - integrados y adaptados al sistema social.

Es importante considerar que un estudio de la comunicación, no puede limitarse al examen crítico de los medios, sino - que se debe fomentar una producción de expresiones participativas y alternativas, teniendo presente que dicha producción se caracteriza por:

- . Desarrollarse localmente, en una comunidad, una escuela, - una organización social.
- . La decisión que surge entre los agentes sociales por producir sus propios medios audiovisuales de comunicación a bajo costo, con lo que se convierten en actores emisores.
- . La expresión de mensajes alternativos a las representaciones ideológicas y reproductivas del sistema social.
- . Pretender ser actores emisores autogestivos y grupales que - buscan devolver la palabra al pueblo, estando apoyados en - comunidades, grupos sociales o académicos.

Estas características de la comunicación participativa y alternativa se enlazan con algunas técnicas que se ofrecen en esta unidad con el propósito de que al final de la misma, - puedas producir tus propios medios audiovisuales de comunicación.

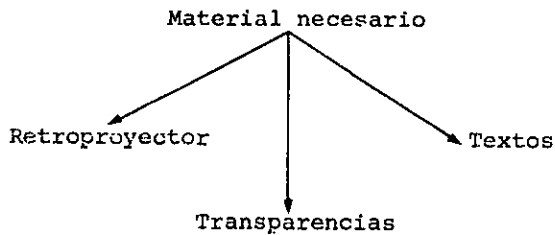
TRANSPARENCIAS

3.1.1 Técnicas de producción.

AUDIOVISUALES.

I.- Proyección de transparencias.

Esta técnica consiste en la presentación de imágenes fijas que pueden ser acompañadas de textos informativos y explicativos.



Retroproyector

De todos los equipos audiovisuales, el retroproyector es uno de los aparatos más sencillos y fáciles de instalar.

Está compuesto por las siguientes partes:

- . Un cajón metálico que forma el cuerpo del aparato.
- . Una lámpara (foco) de tungsteno que actúa como fuente luminosa.
- . Una base de poste en donde se encuentra el ajuste del enfoque.
- . Un lente llamado fresnel que concentra la luz en un sistema de lentes.
- . Un ventilador que sirve para enfriar la lámpara.

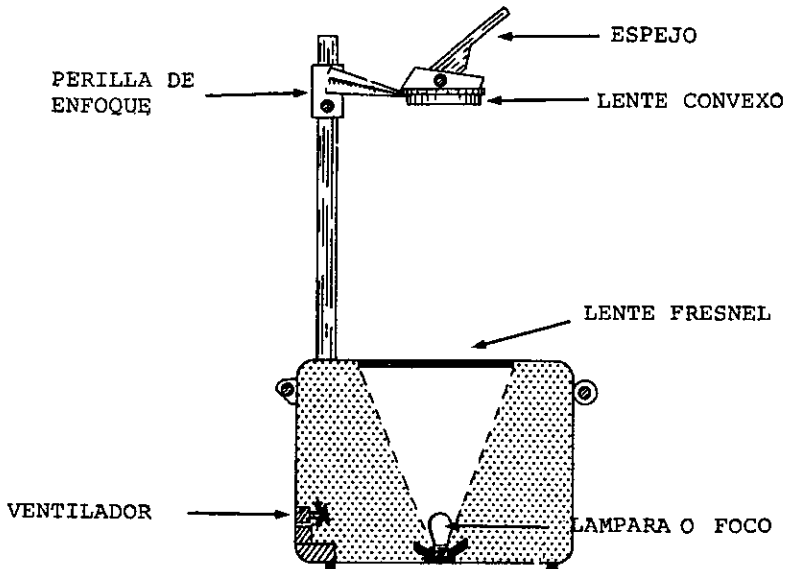


fig. 1

Transparencias

Existen diversas formas de elaborar transparencias para el retroproyector. Algunos de los procesos más simples se explican a continuación:

- . Procedimiento No. 1.
- . Se pueden emplear hojas de polietileno, de plástico, de celofán o acetatos que se venden en las librerías.
- . Se deben tener materiales como plumones de colores de puntos fino, mediano y grueso.
- . Crayolas y tintas de colores del tipo (Synchromatic Transparent) que son propias para retroproyector; además de ello, tijeras, regla, pegamento.

Teniendo este material, se procede a pasar en las hojas transparentes o acetatos, las expresiones que se quieren transmitir. Se copian o se dibujan las imágenes y se pasan los textos si se decide hacerlo de esta manera.

Los textos se pueden pasar a mano, empleando plumones o marcadores de colores, especiales para retroproyección que se pueden adquirir fácilmente en el comercio. Las medidas de las transparencias varían de 12 x 12 cms. hasta 26.5 x 21.5 cms.

Independientemente del tamaño que se vaya a emplear es - conveniente dejar un margen aproximado de 2 cms. para enmarcar las orillas de cada transparencia.

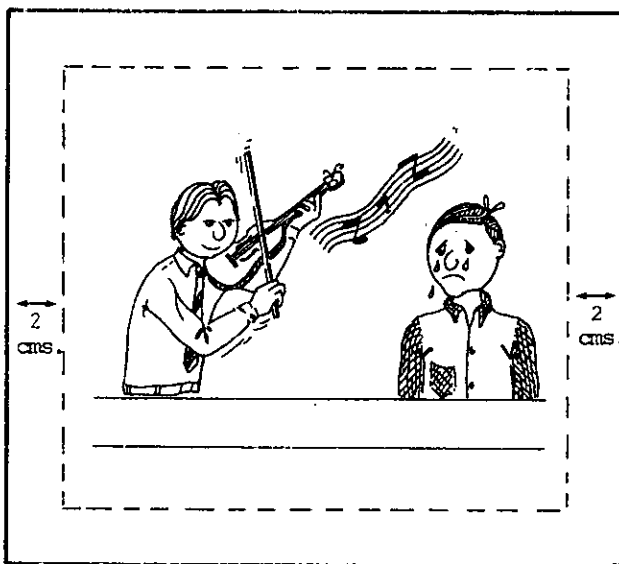


fig. 2

El acetato se puede colocar sobre el dibujo, para calcar los elementos, utilizando plumones.

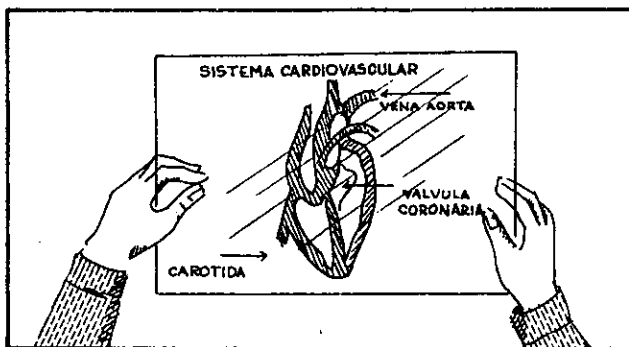
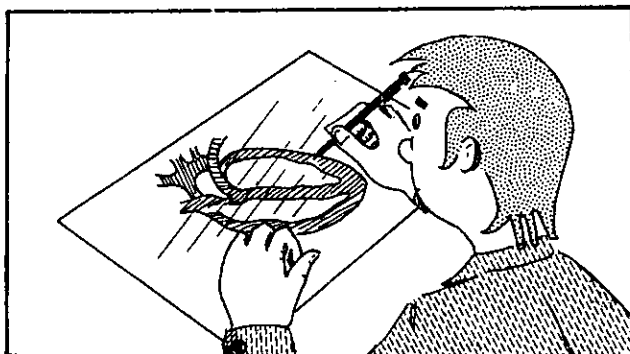


fig. 3

Completado el trabajo, se puede pasar a su proyección, cuidando que la transparencia quede centrada, y que el aparato esté bien enfocado para que tanto la imagen como el texto estén claros para quienes los estén observando.

Se puede emplear el sistema de ventanas en las transparencias para mostrar la secuencia de la información de un tema.

Las ventanas se hacen de papel de cartulina y se pegan a la -
transparencia con cinta adhesiva. La transparencia cubierta to
da, se pone sobre el retroproyector y conforme se va explican-
do la información se va destapando cada una de las ventanas pa-
ra que la luz proyecte las imágenes.

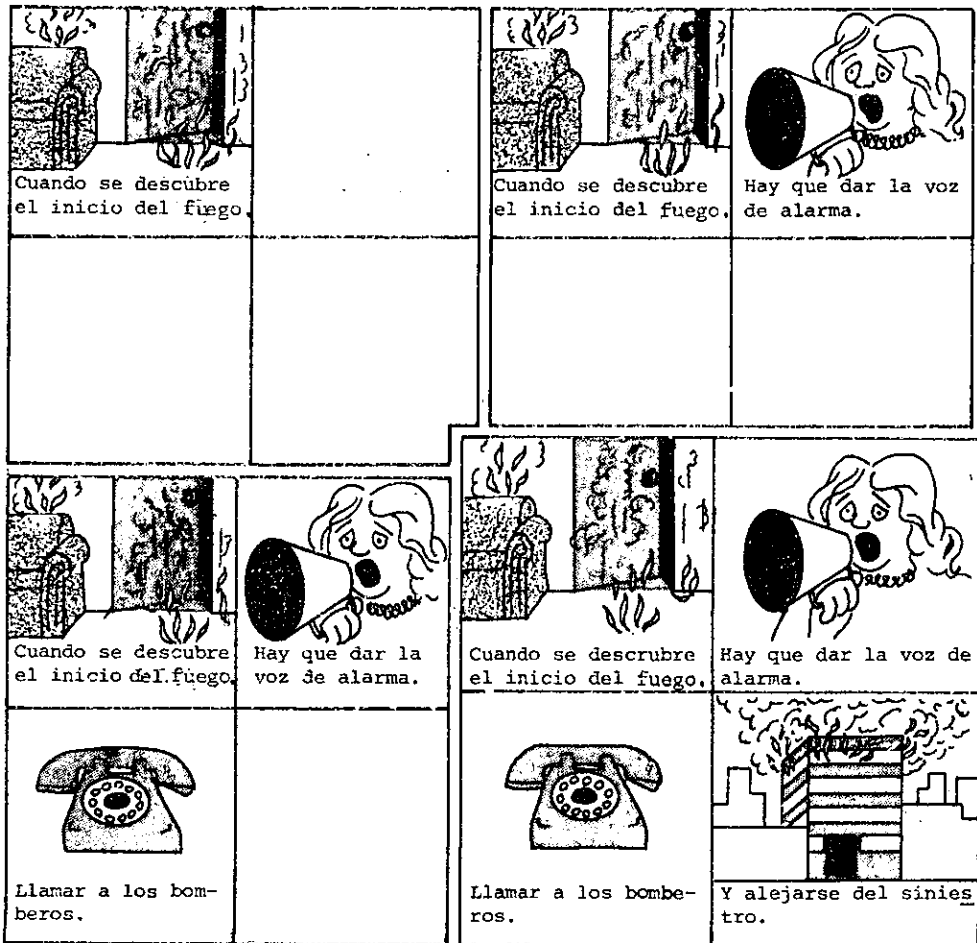


fig. 4

Procedimiento No. 2

Las transparencias se pueden obtener mediante el procedimiento de fotocopiado.

Para ello, se prepara la información en hojas de preferencia - tamaño carta. Esto implica escribir a mano o a máquina los textos de los mensajes, apoyándolos si se desea con dibujos, esquemas, gráficas.

Cuando se tiene listo todo el tema, se acude a un lugar de fotocopiado y se pide que se reproduzca la información en ACETATO. El procedimiento es similar al fotocopiado normal, por lo que resulta muy rápido y económico obtener transparencias de esta manera.

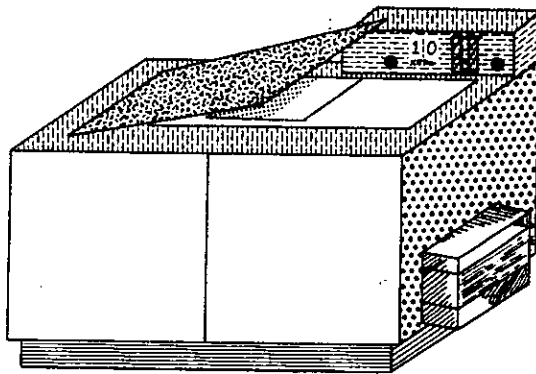


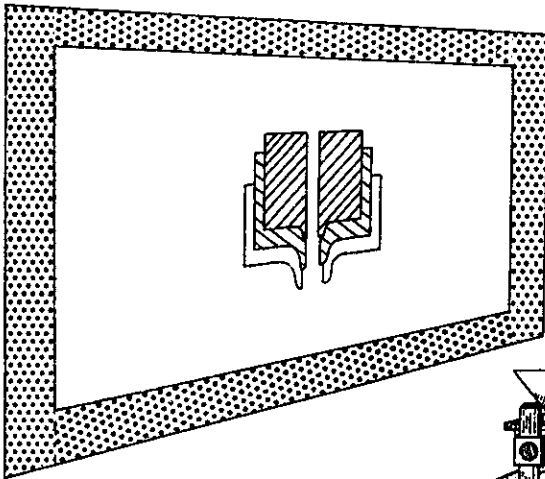
fig. 5

Procedimiento No. 3

Además de los usos anteriores, se puede emplear el aparato para la proyección de cuerpos opacos, conocido también como proyección de sombras.

Para ello, se necesita recortar lo que se desea proyectar, considerando que de cualquier objeto se obtendrá su silueta. Por ejemplo, flechas, figuras humanas, figuras de animales, hojas de plantas.

Los objetos recortados se colocan sobre la pantalla. Si se desea acompañarlos de textos, se pegan sobre hojas transparentes (acetatos) de los materiales anteriormente mencionados y en ellos se pasan los textos.



Objeto recortado
puesto directa-
mente en la pan-
talla.

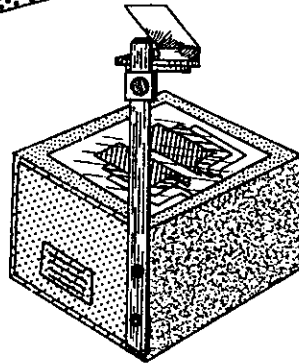


fig. 6

TEXTOS SOBRE LA
HOJA TRANSPAREN-
TE HECHOS CON
MARCADORES DE
COLOR

HOJA TRANSPARENTE
O DE ACETATO



FIGURA RECORTADA Y
PEGADA EN LAS
HOJAS TRANSPARENTES

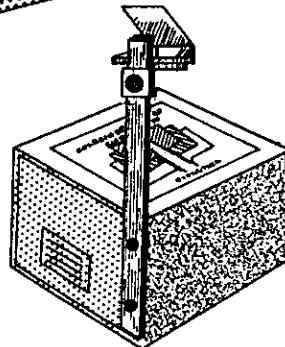
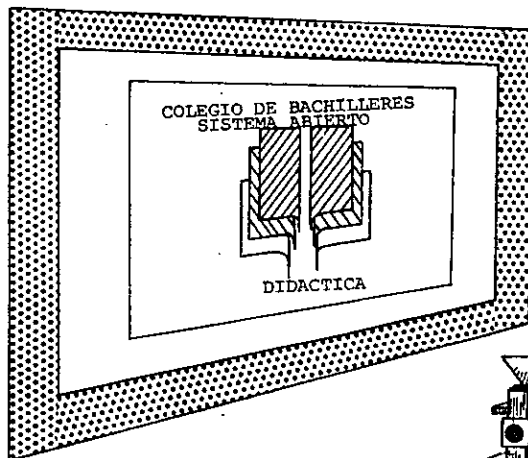
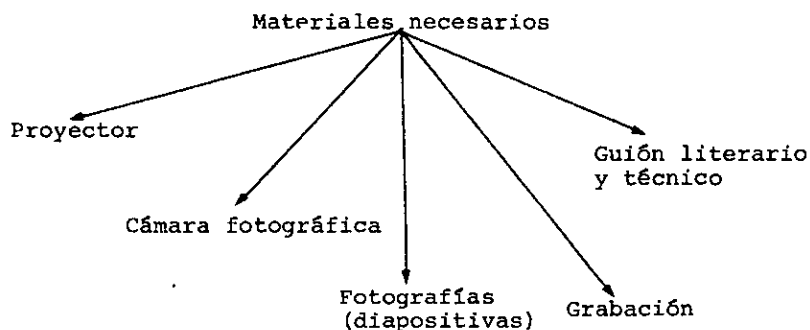


fig. 7

DIAPORAMAS

II.- Proyección de diaporamas.

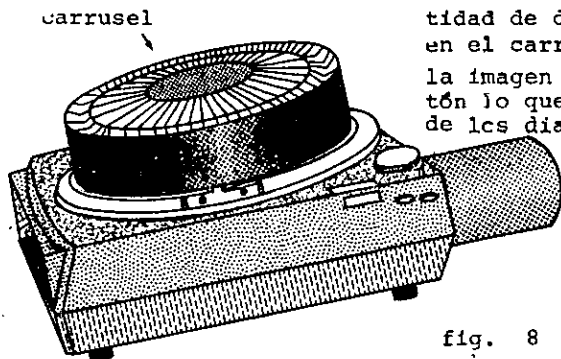
Esta técnica audiovisual consiste en la presentación de imágenes fijas, acompañadas con una grabación de texto.



a) Proyector

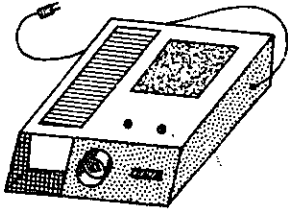
Existen diferentes tipos de aparatos para la proyección de diaporamas.

Por ejemplo:

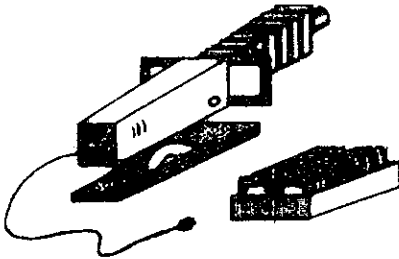


Estos aparatos reciben una gran cantidad de diapositivas que se colocan en el carrusel. Permiten ir cambiando la imagen tan sólo con apretar un botón lo que facilita la transmisión de los diaporamas.

fig. 8



Estos aparatos tienen una especie de nivel en donde se colocan las diapositivas. Funcionan de manera similar a los anteriores, pero regularmente su capacidad para recibir diapositivas es menor que la del carrusel.



Estos aparatos son de operación manual. Son económicos pero tienen el inconveniente de que no tienen un lugar de almacén de diapositivas. Por consiguiente se deben estar poniendo y quitando constantemente.

b) Cámara fotográfica

Para obtener las diapositivas, es necesario contar con una cámara fotográfica, para hacer las tomas con las que se formará el diaporama.

La cámara recomendable y la más usual es la de tipo Reflex de 35 mm.

La película que se emplea es especial para diapositivas y se encuentra comercialmente a la venta en varias marcas.

c) Diapositivas

Siendo tomadas mediante fotografía necesitan el proceso de revelado de laboratorio. Se montan encuadradas en cartón para su fácil manipulación.

d) Grabación

Contiene la narración que apoya el mensaje visual del diaporama.

Se hace por lo regular en cassette de tipo comercial.

e) Guión técnico

Es la organización del mensaje audiovisual que integra imágenes, música y palabras de manera sencilla, clara y unitaria.

Para elaborar un diaporama se puede seguir el siguiente procedimiento.

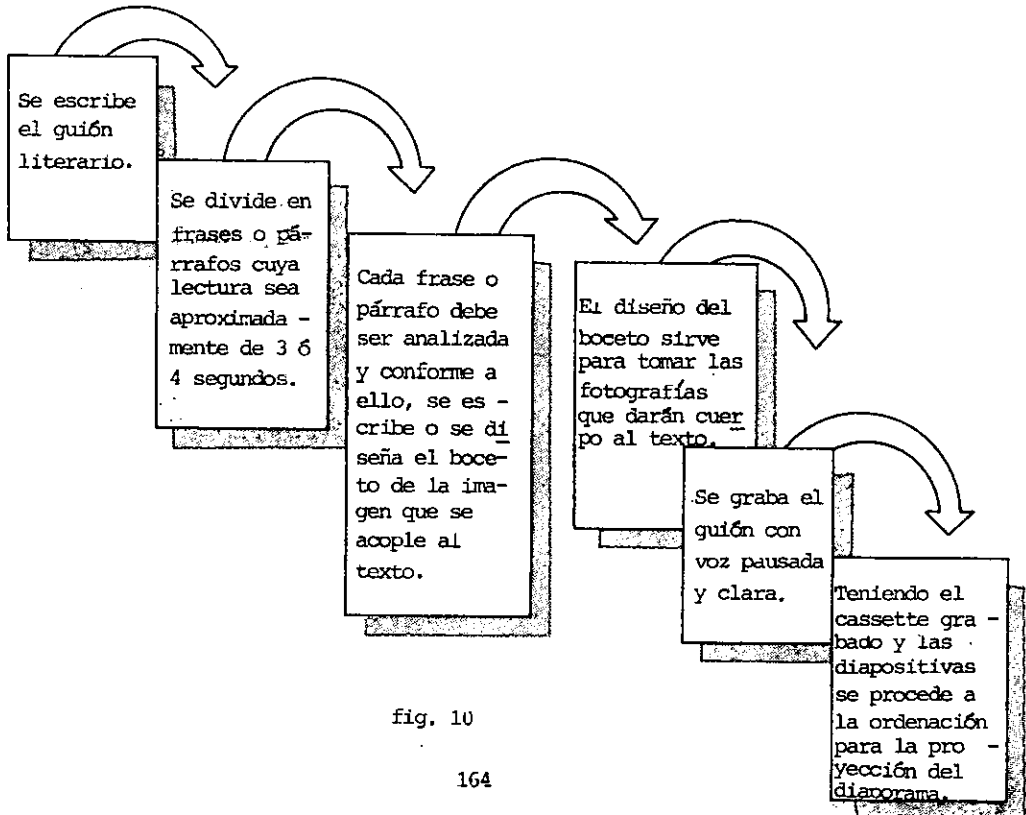


fig. 10

1.- Guión literario.

El guión no debe ser largo, sino corto y estructurado.

Se debe cuidar la presentación del lenguaje de manera que sea fácilmente entendido por quienes lo están viendo y escuchando. Considerando estos aspectos, se presenta enseguida un ejemplo de guión que ha sido tomado y adaptado - del folleto "La televisión y los niños" editado por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) México.

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LA EDUCACION DE LOS NIÑOS.

La televisión, por su presencia continua en el hogar, y - por lo vivido de sus mensajes visuales y sonoros, ocupa - un lugar importante en la educación de los niños; sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio, o importante. De esa manera puede influir poderosamente en la mente de sus espectadores, especialmente de los niños.

Los niños viendo algunos programas de televisión pueden aprender lo siguiente:

Que los problemas se resuelven a través del dinero o a través de la violencia.

Que quienes consumen determinados productos obtienen por arte de magia la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el amor.

Que el fin justifica los medios.

Los niños, viendo algunos programas de televisión, pueden aprender también que: las guerras, la violencia y la competencia son inevitables. Triunfar es pasar por encima de los demás.

Aprenden además que:

Sólo las mujeres bellas, esbeltas y de preferencia rubias, merecen ser admiradas.

Una buena madre sufre, llora y se sacrifica por sus hijos.

El amor se demuestra dando objetos o gastando dinero.

Cuando la mujer trabaja fuera de la casa, lo hace siempre en labores subordinadas. El jefe debe ser un hombre.

Un buen padre es el que da a su familia, una casa, vacaciones, cosas.

Una mujer siempre necesita de un hombre para resolver sus problemas.

La mujer casada sólo debe ocuparse de las labores del hogar mientras que el hombre resuelve los problemas del mundo.

El hombre admirable, activo y atractivo, toma decisiones, se arriesga y siempre gana. Es rico, y junto con las cosas que posee, tiene también mujeres.

Los padres ofrecen a sus hijos un modelo a imitar. Esto es una forma de comunicación.

La televisión también ofrece modelos a imitar. Esta es otra forma de comunicación.

Para el niño es mucho más importante la comunicación familiar y los modelos que ofrece su propia familia.

Los niños tienden a comparar la vida de su familia, de sus padres, con la de las familias y los adultos que presenta la televisión.

El niño que sabe que un día será adulto, siente curiosidad por el mundo de los adultos.

Si sus padres le niegan continuamente el acceso a este mundo, si le prohíben siempre escuchar sus conversaciones, conocer algunos de sus problemas, si intentan que crea que son infalibles, casi perfectos, el niño se retraerá en su medio, o bien se asomará al mundo de los adultos que presenta la televisión.

- Con sus modelos de hombre y mujer.
- Con sus intrigas y falsedades.
- Con su moralidad o inmoralidad.
- Con las costumbres norteamericanas que presenta como ejemplo a imitar.
- Con sus hombres y mujeres que alcanzan el éxito económico y son felices comprando y gastando dinero.

Si los padres no desean que sus hijos tomen como ejemplo a imitar los modelos de hombre y mujer que presenta la televisión, deberán enseñarles a utilizar la televisión como un medio de información y como fuente de mensajes que deben ser criticados y discutidos.

2.- División del guión literario.

Teniendo el guión escrito, se procede a dividirlo en frases cortas. Para esta división, es necesario contar con un reloj que tenga segundero, y una persona que auxilie en la toma de tiempo. Se lee en voz alta y cada 3 ó 4 segundos se hace una marca en el escrito.

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LA EDUCACION DE
LOS NIÑOS

|La televisión, por su presencia continua en el hogar, y por lo vívido de sus mensajes visuales y sonoros, ocupa un lugar importante en la educación de los niños;| sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, - exitoso, satisfactorio, o importante. | De esa manera puede influir poderosamente en la mente de sus espectadores, especialmente de los niños. |

|Los niños viendo algunos programas de televisión pueden aprender lo siguiente: |

|Que los problemas se resuelven a través del dinero o a través de la violencia. |

|Que quienes consumen determinados productos obtienen por arte de magia la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el - amor. |

|Que el fin justifica los medios. |

|Los niños, pueden aprender también que: las guerras, la violencia y la competencia son inevitables. | Triunfar es pasar por encima de los demás. |

|Aprenden además que:

Sólo las mujeres bellas, esbeltas y de preferencia rubias, merecen ser admiradas. |

|Una buena madre sufre, llora y se sacrifica por sus hijos. |

|El amor se demuestra dando objetos o gastando dinero. |

- | Cuando la mujer trabaja fuera de la casa, lo hace siempre en labores subordinadas. El jefe debe ser un hombre. |
- | Un buen padre es el que da a su familia, una casa, vacaciones, cosas. |
- | Un mujer siempre necesita de un hombre para resolver sus problemas. |
- | La mujer casada sólo debe ocuparse de las labores del hogar | mientras que el hombre resuelve los problemas del mundo. |
- | El hombre admirable, activo y atractivo, toma decisiones, se arriesga y siempre gana. | Es rico, y junto con las cosas que posee, tiene también mujeres. |
- | Los padres ofrecen a sus hijos un modelo a imitar. Esto es una forma de comunicación. |
- | La televisión también ofrece modelos a imitar. Esta es otra forma de comunicación. |
- | Para el niño es mucho más importante la comunicación familiar y los modelos que ofrece su propia familia. |
- | Los niños tienden a comparar la vida de su familia, de sus padres, con la de las familias y los adultos que presenta la televisión. |
- | El niño que sabe que un día será adulto, siente curiosidad por el mundo de los adultos. |
- | Si sus padres le niegan continuamente el acceso a este mundo, | si le prohíben siempre escuchar sus conversaciones, conocer algunos de sus problemas, | si intentan que crea que son infalibles, casi perfectos, el niño se retraerá en su medio, o bien se asomará al mundo de los adultos que presenta la televisión: |

- | - Con sus modelos de hombre y mujer. |
- | - Con sus intrigas y falsedades. |
- | - Con su moralidad o inmoralidad. |
- | - Con las costumbres norteamericanas que presenta como ejemplo a imitar. |
- | - Con sus hombres y mujeres que alcanzan el éxito económico y son felices comprando y gastando dinero. |

| Si los padres no desean que sus hijos tomen como ejemplo a imitar los modelos de hombre y mujer que presenta la televisión, | deberán enseñarles a utilizar la televisión como un medio de información y como fuente de mensajes que deben ser criticados y discutidos. |

Realizado lo anterior se procede a pasar el guión dividido en el siguiente formato:

TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TIEMPO

fig. 11

Una vez que se pasan los textos, se leen cada uno de ellos en voz alta y auxiliado por una persona que tenga un reloj con segundero, se anota en el cuarto cuadro el tiempo que llevó su lectura.

3.- Diseño de bocetos y toma de fotografias.

Las imágenes se desprenden de los textos. Para ello, es necesario leerlos detenidamente y en el segundo cuadro realizar a lápiz un boceto de la imagen que complementa, o refuerce a dicha información. Este boceto va a ser la guía para la toma fotográfica de las diapositivas.

Cuando el tiempo del texto no rebase los 3 ó 4 segundos se emplea sólo una imagen, cuando se lleve 5 segundos o más, es conveniente emplear 2 ó 3 imágenes.

Una vez que se tiene el texto, la imagen y el tiempo, se procede a seleccionar la música acorde con el tema, y en los cuadros para este rubro se anotan los títulos.

Estos aspectos se pueden apreciar mejor, en el mismo ejemplo que se ha verido exponiendo.


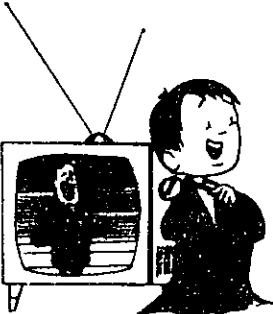
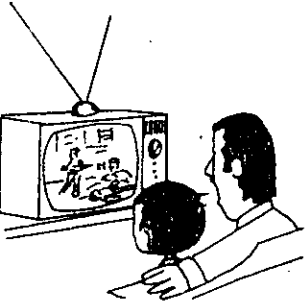
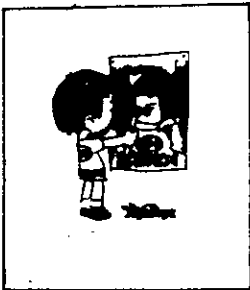
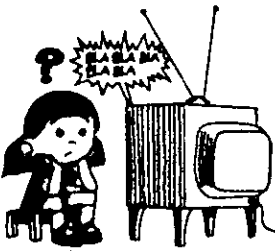





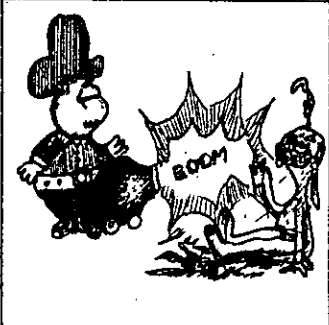
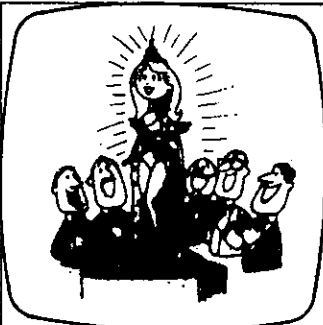
TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TIEMPO
<p>La televisión por su presencia continua en el hogar y por lo vivido de sus mensajes visuales y sonoros, ocupa un lugar importante en la educación de los niños.</p>			10"
			
<p>Sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante.</p>			5"

fig. 12

TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TIEMPO
<p>De esta manera puede influir poderosamente en la mente de sus espectadores, especialmente de los niños.</p>			4"
<p>Los niños viendo algunos programas de televisión pueden aprender lo siguiente:</p>			3"
<p>Que los problemas se resuelvan a través del dinero o a través de violencia.</p>			

TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TEXTO
			
<p>Qué quienes consumen determinados productos, obtienen por arte de magia la felicidad, el éxito, el poder, la belleza y el amor.</p>			
<p>Que el fin justifica los medios.</p>			

TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TIEMPO
<p>Los niños pueden aprender también que las guerras, la violencia y la competencia son inevitables.</p>			
<p>Triunfar es pasar por encima de los demás.</p>			
<p>Aprenden además que sólo las mujeres bellas, esbeltas y de preferencia rubias merecen ser admiradas.</p>			

TEXTO	IMAGEN	MUSICA	TIEMPO
<p>Una buena madre sufre, llora y se sacrifica por sus hijos.</p>			
<p>El amor se demuestra dando objetos o gastando dinero.</p>			
<p>Cuando la mujer trabaja fuera de la casa, lo hace siem- pre en labores subordinadas.</p>			

Con lo que hasta aquí se ha expuesto, seguramente ya habrás comprendido la forma en la que se elabora un diaporama bajo los aspectos del guión, la imagen y la música, por esa razón, sólo se desarrolla parcialmente el ejemplo.

4.- Grabación del guión.

Teniendo suficientemente claros los elementos anteriores, falta la grabación del guión. Esta se puede realizar de manera sencilla, empleando una grabadora en buen estado, un cassette, una tornamesa y los discos de la música que se ha ya seleccionado.

Para el momento de la grabación se necesitan 2 personas, cada una de ellas con su propio guión. Así, mientras una graba la voz, la otra maneja la grabación de la música.

La grabación de la voz debe ser clara, firme y expresiva para evitar la monotonía. Se deben respetar las pausas que se señala el guión, porque allí entra con mayor presencia la música.

Es conveniente tener presente que en todo diaporama se debe incluir el título y los créditos de quienes lo realizaron. Esta entrada se presta para ir acompañada de música. Por esa razón, es necesario considerar el número de diapositivas que se vayan a emplear para dicha entrada con el propósito de grabar un tiempo de música al principio del cassette, antes de entrar con la narración del guión.

5.- Organización del material.

Cuando ya se tienen listos los aspectos anteriores es conveniente realizar lo siguiente:

. Acomodar las diapositivas en el orden en que se señala en

el guión. Para facilitar su manipulación, se pueden enumerar sobre el marco de cartoncillo empleando lápiz. De esta manera su ordenación resulta práctica y rápida.

- . Si se dispone de un proyector de carrete o de escalera se procede a colocar las diapositivas en el orden dispuesto. Si se tiene uno de operación manual, se disponen las diapositivas de manera que su cambio, resulte rápido y no se pierda tiempo porque la grabación de voz, puede desplazar las imágenes.
- . Es bueno realizar varias pruebas para adquirir un poco de práctica en el manejo de la proyección. Es importante no perder de vista que cada frase que se va mencionando en la grabación, necesariamente debe corresponder con la imagen que se describe en el guión, para que se refuerce el mensaje. De lo contrario el diaporama puede carecer de sentido, cuando voz e imagen no tienen ninguna relación.

EMISION RADIOFONICA

III.- Emisión de un programa radial.

El empleo de la radio como forma de producción auditiva alternativa puede realizarse de diversas maneras. Por ejemplo, se puede utilizar para entrevistar alguna persona. Para tal caso, debes preparar muy bien las preguntas buscando que tengan secuencia y coherencia. Realiza la entrevista puedes invitar a tus compañeros, amigos o familiares a que la escuchen y enseguida es conveniente fomentar la discusión sobre el tema tratado.

Otra forma de hacer un buen uso de la radio es mediante la grabación de un tema determinado para que lo puedas pasar y comentar posteriormente con tus amigos o familiares.

Para ello necesitas:

- . Escribir el tema que te interesa o seleccionarlo de alguna revista, libro o periódico.
- . Escrito o seleccionado el tema que actúa como guión literario, tradúcelo a guión técnico. Una forma sencilla de hacer esta operación es dividir las frases que se van a leer, señalando a un lado de ellas, las instrucciones que se deben seguir. Por ejemplo: voz fuerte, rápida, silencio, música.

Se transcribe enseguida "en forma de guión técnico un artículo en el que Alain Derbez, productor mexicano de radio, propone la producción de un programa de radio que toma partido en contra de la guerra armamentista. Como artículo apareció en el diario La Jornada del 6 de abril de 1988 y se titulaba:

"Si de repente ¡pum por bruto aquél, ya que..."

LEER EN VOZ ALTA Y EN FRIO,
SIN PREVIO AVISO, SIN RUBRICA,
SIN DECIR AGUA VA; CON ELLO EL POSIBLE PUBLICO, SEGURO QUE SE SACA DE ONDA.
(I/V o S/G)

Frente a todos esos orates instalados en la cúpula del poder y jugueteando sobre el botoncito, cuando lo que deberían de hacer es introducirse por donde no les pega el sol, miles de personas en todo el mundo realizan acciones cotidianas para conseguir paz. La lucha es clara: de lo que se trata es de que éste, el tercer planeta del sistema solar, siga ocupando su sitio en buen estado, completito. No se puede creer, diría un venusino despistado, que un animal que ha alcanzado tal fase en su desarrollo como para llegar a crear una tecnología que le permitiría subsistir felizmente sin oprimir al de junto, de repente haga ¡pum! por bruto, y ahí te ves.

YA HABRAS LLAMADO LA ATEN-
CION. AHORA, A MANERA DE RE-
MATE, ECHALE UN EFECTO ACA,
ESTRIDENTE PERO CONCISO. -
POR EJEMPLO, CINCO SEGUNDOS
DE LA GUITARRA ELECTRICA DE
"CITY OF LOVE" DEL DISCO -
"YES" (I/G).
AHORA QUE LEA TU HERMANA O
CUALQUIER VOZ FEMENINA AL
ALCANCE
(I/V o I/G)

LOS DOS, LOCUTOR Y LOCUTO-
RA A UN TIEMPO.
(Concurrencia)

LOCUTOR O LOCUTORA

ENTRAR EN ALTO INMEDIATA-
MENTE CON EL SAXOFON SOPRA-
NO DE PAUL WINTER, EL QUE
TOCA CON LOBOS Y BALLENAS
EN EL FESTIVAL ECOLOGISTA
DEL RIO HUDSON. DEJAS EL -
DISCO UN RATO PARA QUE EL
PUBLICO SE SOLACE CON UN
SOPRANO BIEN INTERPRETADO.
BAJAS A FONDO Y DICES DE -
INMEDIATO:
(I/C concurrencia)

(Cinco segundos del disco -
"Yes", de la guitarra eléctri-
ca de "City of love".)

El rock, al ser una de las for-
mas musicales que mayor capaci-
dad tiene de atraer al perso-
nal en numerote, funciona a -
las mil maravillas para hacer
llegar el mensaje de urgencia:
en esta penúltima década del -
vigésimo siglo de esta era, no
hay de otra...

Es imprescindible alcanzar la
paz y dejar de poner en peli-
gro al mundo.

- ¡señores... a ver si nos en-
tendemos de una vez... nuclea-
res, no, gracias!

(un rato del saxofón soprano
de Paul Winter)

Dispóngase al escucha de esta casera producción a recibir bo tones de muestra de lo que los artistas han hecho para adver tir, sensibilizar, avisar, com partir la preocupación, señálar los peligros de los depósiti tos de armas, de los basureros nucleares, de las plantas, de todo el numerito nuclear tradu cido en chernóviles, brasiles, tres millas, detroits, lagunas verdes, etcétera.

AQUI, CAMBIANDO LA CONTINUID DAD, ENTRA EN ALTO EL GRUPO VERACRUZANO "COMBO NINGUNO" CON SU COMPOSICION "TUMBA VERDE", UNA GUAPACHOSA PERO DIRECTA MANERA DE SEGUIR - PROTESTANDO CONTRA LA PLANT TA NUCLEAR.

(I/G)

(Pieza musical "Tumba Verde")

AL TERMINAR LA MUSICA, CON UN BOTE DE HOJA DE LATA DAS CIERTO EFECTO DE REVERBERAC CION, MIENTRAS TU HERMANA, (Concurrencia) EN FRIO, PREs SENTA A GABRIEL GARCIA MARQUEZ. Y UNA DE DOS, O TE - CONSIGUES A UN COLOMBIANO QUE LO IMITE, SI ES QUE, -

COMO PUEDE SUPONERSE, NO TIENES LA GRABACION CON LA VOZ DEL ESCRITOR, O LEES LA PARTE DE SU INTERVENCION EN EL COLOQUIO QUE HUBO EN AGOSTO DE 86. EL TEXTO LO PUEDES HALLAR EN UN LIBRO DEL FONDO DE CULTURA ECONOMICA QUE SE LLAMA "LAS VOCES DE LA RAZON".

"Un minuto después de la última explosión, más de la mitad de los seres humanos habrá muerto: el polvo y el humo de los continentes en llamas derrotarán a la luz solar y las tinieblas absolutas volverán a reinar en el mundo. Un invierno de lluvias anaranjadas y huracanes helados invertirá el tiempo de los océanos y volteará el curso de los ríos, cuyos peces habrán muerto de sed en las aguas ardientes y cuyos pájaros no encontrarán el cielo. Las nieves perpetuas cubrirán el desierto del Sahara, la vasta Amazonia desaparecerá de la faz del planeta destruida por el granizo, y la era del rock y de los corazones transplantados estará de regreso a su infancia glacial. Los pocos seres humanos que sobrevivan al primer espanto, y los que hubieran tenido el privilegio de un refugio seguro a las tres de la tarde del lunes aciago de la catástrofe magna, sólo habrán salvado la vida para morir después por el horror de sus recuerdos. La Creación habrá terminado. En el caos final de la humedad y -

AHORA YA PUEDES QUITAR
EL EFECTO DE REVER Y PO-
NER "DEPENDIENDO DE TI"
CON LOS "DOOBIE BROTHERS"
(1/G) LUEGO QUEDATE CA-
LLADO Y CUANDO VAYA TER-
MINANDO LA PIEZA, VAS
HACIENDO DESCENDER EL VO-
LUMEN LENTAMENTE. A ESTA
MANIOBRA LOS GRINGOS LE
LLAMAN "FADE OUT"
(Concurrencia en disolvencia).

las noches eternas, el único
vestigio de lo que fue la
vida serán las cucarachas.
(Pieza musical "Dependiendo
de ti", de los Dobbie Brothers",
con la que comienza el álbum
triple del Festival contra las
Nucleares, de septiembre de
1987).

Guión tomado del libro El sonido de la Radio.

Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica.

UAM, Xochimilco, Plaza Valdés e IMER.

México, D.F. 1988 pp. 40-44.

3.1.2 Elaboración de expresiones participativas.

Después de estudiar la forma en la que se producen diferentes expresiones, ahora te toca a tí producir tus propios mensajes y medios de comunicación audiovisuales.

En virtud de que se trata de mensajes de comunicación alternativa y participativa, es recomendable que si tienes las condiciones necesarias, los labores grupalmente, con estudiantes que conozcas del SEA.

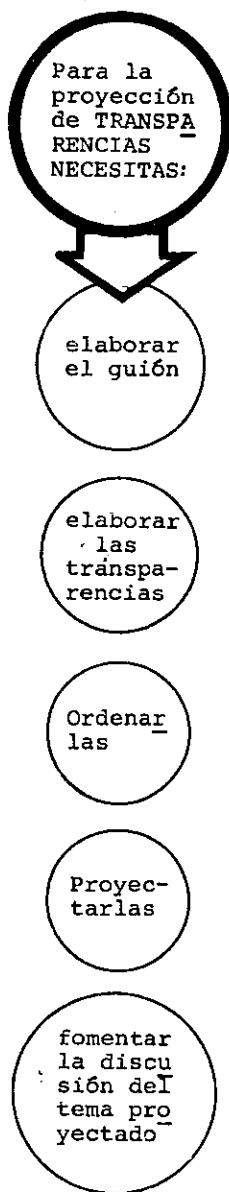
Si no tienes la facilidad de reunirte con otros estudiantes tú solo los puedes realizar y en tal caso, procura dar a conocer a tus amigos, a tu familia o a tu consultor del SEA las expresiones que hayas elaborado.

Existen temas muy importantes que se pueden abordar tales como:

- . Las perspectivas críticas de la educación.
- . México y la crisis económica.
- . Los problemas sociales del México actual.
- . El congreso de la UNAM.
- . La deuda externa de México.

En cualquier tema que decidas abordar, puedes recurrir al apoyo de los consultores cuya asignatura se relacione con el tema que vas a desarrollar.

Una vez que tengas seleccionado el tema, ten presente lo siguiente:



Para la
elaboración
de un
DIAFORAMA
necesitas:

Elaborar el
guión lite-
rario



Elaborar el
guión técnico



Dividir las
frases



Registrar sus
tiempos



Diseñar los
bocetos de
las imágenes



Tomar las
diapositivas



Seleccionar
la música



Grabar el
guión lite-
rario



Ordenar el
material



Proyectarlo



Fomentar la
discusión del
tema tratado

Para la
elaboración
de un programa
de RADIO
necesitas:

Escribir o
seleccionar
el tema



Elaborar el
guión técnico
seleccionando voz, música y anotando instrucciones



Realizar la
grabación siguiendo las
instrucciones
del guión técnico



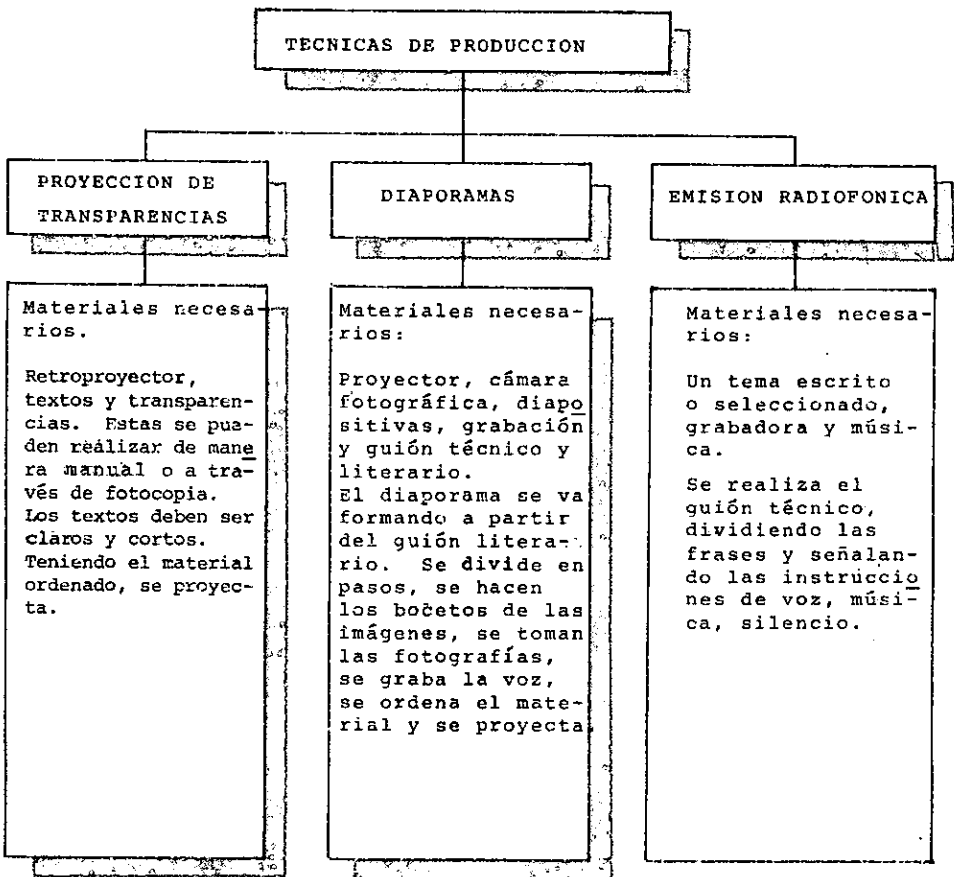
Transmitirlo



Fomentar la
discusión del
tema entre los
radioescuchas

RECAPITULACION

ELABORACION DE EXPRESIONES PARTICIPATIVAS



ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

Para que puedas reafirmar los conocimientos que has adquirido en esta unidad, es conveniente que desarrolles las siguientes actividades.

- 1.- Realiza un análisis crítico de un programa de televisión, de cualquier canal, tratando de dar respuesta a los siguientes cuestionamientos:

¿Cuál es la temática del programa?

¿Cuál es el mensaje ideológico que se trasmite en el programa?

¿Cuáles son las compañías publicitarias que se anuncian durante el programa?

¿Cuántos comerciales se incluyeron durante el programa?
Escribe tus observaciones y coméntalas con tu familia y con tus amigos.

- 2.- Analiza las noticias que se dan en un mismo día, en tres fuentes diferentes:

Canal 2

Canal 13

Radio Red,

con el propósito de indagar las formas y estilos de producir, difundir y consumir la información que afecta a la sociedad.

En tu análisis puedes considerar los siguientes puntos:

¿Coinciden las tres fuentes en la presentación de la noticia principal del día?

¿Los hechos presentados en las noticias, concuerdan en las tres fuentes?

¿Cuántas noticias difunde cada uno?

. Del presidente de la nación (declaraciones, actos, acciones . . .).

¿Cuáles son las formas y estilos de difundir las noticias de los actores emisores de las tres fuentes?

¿Se advierte cierta tendencia o postura en los actores emisores al difundir las noticias?

3.- Después de obtener tus notas de esta actividad, elabora un pequeño ensayo en donde analices según tu propio juicio, el porqué casi nunca se entrevista en los noticieros a los obreros que están en huelga, o que fueron desalojados y golpeados por la fuerza pública.

¿Por qué es muy raro que se escuchen voces de actores como amas de casa que hablen sobre la problemática cotidiana que les afecta?

¿Por qué para el sistema institucionalizado de comunicación pública en México, las clases marginadas de este país no son objetos ni fuentes de información ?

¿Por qué se tocan con mucha superficialidad temas tan importantes para la población como lo son: la salud, el salario, la educación, la vivienda el desempleo, la carestía, la inflación real? . . .

Una vez terminado tu ensayo, coméntalo con tus familiares y amigos.

- 4.- Siguiendo los pasos señalados en esta tercera unidad, elabora un diaporama de algún tema que sea de tu interés particular.

Esta actividad es muy importante porque con ella alcanzarás el objetivo que se plantea en la unidad.

Puedes auxiliarte de la asesoría del maestro de Taller de análisis de la comunicación, y en el mismo plantel podrás proyectar tu diaporama para comentarlo con el propio maestro.

LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS A LAS ACTIVIDADES
DE CONSOLIDACION

Es conveniente que al consultor de Taller de análisis de la comunicación, le presentes por escrito, las actividades que hayas realizado relativas al análisis del programa de televisión, el de los noticieros y el de la ausencia de información de la clase pobre del país.

La discusión y comentarios que se generen de ellas, serán de - una enorme riqueza para consolidar tu aprendizaje.

En lo referente al diaporama, podrás recibir del consultor observaciones y comentarios permanentes que te lleven a la realización de un buen trabajo.

AUTOEVALUACION

De acuerdo con lo estudiado en esta unidad contesta las siguientes preguntas.

- ✓1.- ¿Por qué se afirma que un estudio de la comunicación no puede limitarse al examen crítico de los medios?
- 2.- ¿Cuáles son algunos procedimientos manuales para elaborar transparencias?
- 3.- Con tus propias palabras define lo que es un diaporama.
- 4.- ¿Cuáles son los materiales que se necesitan para elaborar un diaporama?
- 5.- ¿Existe alguna diferencia entre las diapositivas y las transparencias?
- ✓6.- ¿Qué es un guión literario?
- ✓7.- ¿Cómo se elabora un guión literario?
- 8.- ¿Cuál es la diferencia entre el guión literario y el -- guión técnico?

LINEAMIENTOS PARA LAS RESPUESTAS DE AUTOEVALUACION

En tus respuestas debiste considerar algunos aspectos si milares a los siguientes:

- 1.- No sólo hasta adquirir un sentido crítico para analizar los medios de comunicación, porque sería tanto como observar desde lejos que algo está mal y no hacer nada por mejorarlo.
- 2.- Algunos procedimientos comunes son el de fotocopiado, el de recorte y presentación de cuerpos opacos, y el uso de hojas de polietileno, de plástico, celofán o acetato para pasar sobre ellas el mensaje que se quiere transmitir.
- 3.- El diaporama es una técnica audiovisual que se emplea para la difusión de mensajes a través de imágenes fijas, - acompañadas de una grabación de textos.
- 4.- Para el diaporama se emplean: el proyector, cámara fotográfica, diapositivas, grabación y el guión literario y el guión técnico.
- 5.- Hay una diferencia importante: mientras que las diapositivas son tomadas mediante fotografía, las transparencias pueden ser elaboradas de forma manual.
- 6.- El guión literario es el desarrollo de la información que se va a transmitir.

- 7.- El guión literario se elabora cuidando que la información esté bien estructurada, que no sea extensa y que su lenguaje sea fácilmente comprensible.
- 8.- El guión técnico es la organización global del diaporama en donde se incluye el mensaje, la grabación, las imágenes, por consiguiente el guión literario forma parte del técnico.

EXPLICACION INTEGRADORA

El hecho de producir y transformar, da la posibilidad de entrar en el escenario de la actuación social, con un papel de ACTOR EMISOR, lo que permite al sujeto impulsar y fomentar proyectos comunicativos democráticos.

La producción de expresiones participativas y alternativas a través de medios audiovisuales, es un buen camino para comenzar con esta práctica.

ANEXO 3

**Fascículos para el
AREA DE LENGUAJE Y COMUNICACION**

TALLER DE LECTURA Y REDACCION



COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA
COORDINACIÓN DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN

FASCÍCULO VI

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

COLEGIO DE BACHILLERES

Director General

Lic. Ramón Díaz de León Espino

Secretario Académico

Fis. Rafael Velázquez Campos

Coordinador Sectorial de la Zona Norte

Lic. Ricardo Orozco Castellanos

Coordinador Sectorial de la Zona Centro

Lic. Arturo Monterrosas Tobón

Coordinador Sectorial de la Zona Sur

Q.F.B. Ma. Elena Saucedo Delgado

Coordinador del Sistema de Enseñanza Abierta

Mtro. Norman Pérez Paz

Directora de Planeación Académica

Mtra. Susana Sabath Heller

Directora de Servicios Académicos

Profra. Ma. Elena Solís Sánchez

Director de Extensión Cultural

Prof. Ricardo Camacho Segura

Esta publicación tiene fines didácticos y de investigación científica acordes a los establecidos en el artículo 18 y análogos de la Nueva Ley Federal de Derechos de Autor.

Primera Edición: 1992
© 1992. Colegio de Bachilleres
ISBN 968-6607-37-4
Impreso en México

AUTORES: Pilar Rodríguez Juárez

Alfonso Pérez Morales

ASESORA DE CONTENIDO: Frida Zacaula Sampieri

ASESOR PEDAGÓGICO: Rubén Paz Carrillo

COORDINADORA: Leticia Acero Rueda

ÍNDICE

PRESENTACIÓN GENERAL	VII
PRESENTACIÓN	IX
PROPÓSITO	XI
INTRODUCCIÓN	XIII
CUESTIONAMIENTO GUÍA	XV
EN QUÉ CONSISTE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	1
LA PLANEACIÓN	6
PLAN DE TRABAJO	8
LECTURA Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	13
FICHAS BIBLIOGRÁFICAS	13
FICHAS HEMEROGRÁFICAS	14
FICHAS DE TRABAJO	15
ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	19
REDACCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL TRABAJO	21
DEL ESQUEMA DE TRABAJO AL ESQUEMA DE REDACCIÓN	22
EXPOSICIÓN ORAL DEL TRABAJO	27
ORGANIZACIÓN DE LAS EXPOSICIONES ORALES	28
RECAPITULACIÓN	31

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN	33
LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN	35
ACTIVIDADES DE GENERALIZACIÓN	39
ANEXO	41
BIBLIOGRAFÍA	43

PRESENTACIÓN GENERAL

El Colegio de Bachilleres, dentro de su plan de trabajo 1991-1994, consideró necesario impulsar la actualización y homogeneización de los programas de su plan de estudios, en sus modalidades escolarizada y abierta.

Con este propósito, y con una amplia participación de maestros del Colegio, se desarrollaron los trabajos de actualización, orientados al fortalecimiento de la formación propedéutica universitaria de sus egresados, de tal manera que nuestra Institución responda mejor, desde su ámbito de competencia, a los requerimientos del país.

Como fruto de ese esfuerzo académico de profesores del Colegio de Bachilleres, en colaboración con asesores psicopedagógicos y de contenido, se proporcionan a nuestros estudiantes estos fascículos de apoyo al aprendizaje, los que en forma dinámica se irán mejorando en la medida que se recojan las experiencias directas y enriquecedoras que aporta el ejercicio educativo.

DIRECCIÓN GENERAL

PRESENTACIÓN

Este fascículo desarrolla los temas de la última unidad del programa de Taller de Lectura y Redacción I del Colegio de Bachilleres: la investigación documental y la exposición oral. También explica en qué consiste la investigación documental y expone cada una de sus fases, y para ello proporciona ejemplos e incluye actividades para el alumno; asimismo maneja el tema de la exposición oral. Al final del texto plantea una serie de Actividades de consolidación para el alumno, hace una Recapitulación y señala lineamientos de respuestas a las actividades propuestas.

Como puedes apreciar, el fascículo tiene un carácter teórico y práctico: explica y ejemplifica los temas, pero también te sugiere tareas o actividades. Por eso es imprescindible que, a la par de la lectura, se desarrollen las actividades que se proponen.

Para que logres tus propósitos de estudio y un mayor rendimiento de la lectura de este texto, te recomendamos realizar lo siguiente:

1. Reflexiona acerca de lo que se plantea en el Cuestionamiento guía; esto te ayudará a comprender los objetivos y contenidos de lo que vas a estudiar.
2. Concéntrate en la lectura, no leas apresuradamente el texto y trata de tener muy presente lo que te planteó el Cuestionamiento guía.
3. Realiza las actividades que se indican. Recuerda que no se trata de leer, sino de adquirir habilidades.
4. Si tienes dificultades para comprender alguna parte del texto, vuelve a leerla detenidamente e intenta comprenderla en su contexto. Si, a pesar de eso, aún tienes dudas, anota las líneas difíciles para que las sometas a tu maestro o consultor.
5. Una parte medular de tu aprendizaje son las Actividades de consolidación. Pon toda tu atención en ellas, porque te conducen a la práctica, y sólo de esa manera desarrollarás paulatinamente habilidades para la lectura de textos científicos, la redacción de reportes de investigación documental y la exposición oral.

X

PROPÓSITO

Este último fascículo de Taller de Lectura y Redacción I pretende que apliques todo lo aprendido anteriormente en una investigación documental y en la exposición de un tema. En él se explican todas y cada una de las fases de la Investigación Documental, también te proporcionará técnicas para la exposición del tema investigado, pero tratando de que te apoyes en todo lo que aprendiste en los anteriores fascículos.

Mediante el estudio de este texto aprenderás las técnicas para realizar tal vez tu primera investigación documental y para exponerla oralmente, integrando tus habilidades en la lectura, la redacción y la expresión oral.

INTRODUCCIÓN

En este fascículo se proporcionan elementos sobre dos temas vitales en tus actividades escolares: la investigación documental y la exposición oral. En casi todas las materias de estudio se te solicitan investigaciones o exposiciones; sin embargo, nunca te han enseñado la forma correcta de efectuar estas actividades. En este fascículo pretendemos llenar esta carencia y decirte, de manera clara y sencilla, cómo se lleva a cabo una investigación documental y una exposición oral.

Pensamos, además, que después de decirte cómo se deben llevar a cabo la investigación y la exposición, es necesario darte ejemplos y proponerte actividades. El objetivo es que, paralelamente a la lectura de este fascículo, desarrolles una investigación documental y una exposición oral. Sólo de esta manera el aprendizaje será efectivo, y lo podrás aplicar en el futuro.

Aparte del desarrollo de los dos temas señalados, este fascículo incluye Actividades de consolidación y autoevaluación que te permitirán reflexionar acerca de tu aprendizaje y de la utilidad del tema. No las hagas a un lado, son importantes para reforzar una enseñanza por medio de un momento de actividad y otro de reflexión sobre lo aprendido. Finalmente queremos hacerte notar que este fascículo requiere la ayuda de tus profesores o consultores, y quienes, además, deberán examinar las actividades que desarrolles para lograr que tus trabajos escolares de investigación y exposición alcancen niveles óptimos.

CUESTIONAMIENTO GUÍA

Antes de entrar al estudio de este texto es necesario que repases las habilidades adquiridas en la lectura y la redacción que te proporcionaron los anteriores fascículos, pues ahora se trata de que los apliques en una investigación documental. Pero, ¿sabes qué es una investigación documental?

A lo largo de tu vida estudiantil te han solicitado investigaciones o trabajos sobre ciertos temas. En ocasiones, incluso, has tenido que exponer tu investigación. ¿Sabes cómo se hace una investigación apoyada en libros o revistas?

De hecho, a veces hasta la ubicación del tema a investigar no es fácil. ¿No te han llamado alguna vez la atención por no abordar lo más importante o por salirte del tema? Otro problema frecuente es la falta de tiempo: te dejan la investigación y no la terminas en el plazo que fijan los maestros.

Para evitar estos problemas, las técnicas de investigación documental se refieren a la necesidad de delimitar el tema de estudio y a la elaboración de cronogramas. ¿Sabes en qué consisten y cómo se hacen?

Seguramente otros problemas con tu trabajo de investigación presentado a tus maestros es que descubren que no es tuyo, que solamente lo copiaste de un libro sin hacer la referencia, o bien, que lo hiciste tú, pero es confuso y está mal redactado. Para evitar esos errores existen algunas técnicas de la investigación documental.

¿Sabes cómo se hacen y para qué sirven las fichas bibliográficas y las fichas de trabajo? ¿Conoces qué partes tiene un reporte de investigación documental? ¿Te han enseñado cómo se redacta una investigación?

También has notado que cuando tus compañeros exponen un tema lo hacen con fallas: o leen muy rápido o lenta y tediosamente, saltan de un tema a otro, no se entiende lo que dicen, etc. Sin embargo, ¿alguien les ha dicho cómo hacerlo?

Es muy probable que puedas contestar alguna o varias preguntas sobre las técnicas de investigación documental, pero hace falta tener un conocimiento global de todo su proceso, ¿no lo crees así? En la medida en que avances en el estudio de este texto encontrarás elementos que te permitirán superar errores frecuentes en la elaboración de trabajos escolares, y que sin duda te ayudarán en la lectura, redacción y expresión oral que requieras en el futuro.

EN QUÉ CONSISTE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

No está por demás señalar que en muchas ocasiones te han pedido hacer investigaciones sobre temas escolares, trabajos de investigación que los maestros consideran muy importantes para la evaluación final y, pese a la relevancia que le quieren dar, lo que hacen tú y el resto de los alumnos es copiar un libro y entregar el reporte como si fuera propio; a veces hasta presentan fotocopias. Muchos ni siquiera copian directamente del libro, simplemente se *fusilan* el trabajo de otro compañero (quien le pidió a su hermana que pasara a máquina varias páginas de un libro de texto).

- ¿Tú crees que ése sea el método correcto de hacer los trabajos?
- Muy bien, reconozco que está mal, pero no sé cómo solucionar esto.
- Entonces, recurre a la Investigación documental.

La investigación documental no consiste, por supuesto, en la simple transcripción (o copiado) de libros; tampoco se reduce a la elaboración de un resumen de un texto, ni a las meras referencias documentales. Investigar es indagar, buscar, averiguar, inquirir sobre cierta información.

Pero existen muchas clases de investigación. Las madres investigan sobre los «vuelos» de las compras en el mercado, los jóvenes sobre las personas que les gustan, la policía sobre fechorías cometidas... En este caso nos referimos a investigaciones teóricas y académicas: indagan problemas conectados con disciplinas científicas, buscan información para ampliar el saber, averiguan datos que se desprenden de documentos.

La investigación documental consiste en la recopilación, organización y presentación de los datos que se obtienen de fuentes documentales (libros, revistas, periódicos, etcétera).

Existen diferentes clases o tipos de métodos de investigación para problemas teóricos, científicos o académicos. Para este caso, podemos distinguir dos:

Método científico

Procedimiento general que guía a la Investigación Científica: la que produce conocimientos objetivos y racionales de las disciplinas científicas.

Método de investigación documental

Procedimiento general que guía a la Investigación Documental: la que recopila, organiza y presenta información de fuentes documentales.

FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Problema: definir y delimitar.

Hipótesis: plantear, derivar consecuencias observables.

Comprobación de hipótesis.

Obtención de datos y leyes.

Elaboración de teorías.

FASES DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Planeación: seleccionar tema, delimitarlo y establecer esquema de trabajo.

Lectura y recopilación de información: lectura de documentos, acopio de información, elaboración de fichas.

Organización de la información: clasificación de la información, esquema del trabajo.

Redacción y presentación del trabajo: técnicas de redacción y partes del trabajo.

En este fascículo vamos a tratar exclusivamente el *método* y las *técnicas de investigación documental*. Si el *método* es el procedimiento general, con sus diferentes fases, las *técnicas* son los recursos particulares para tratar ciertos materiales; por ejemplo, técnicas de lectura, o para elaborar fichas de trabajo, etcétera.

Para ejemplificar el proceso de una investigación documental vamos a utilizar un *texto modelo*. Te sugerimos que realices cada una de las actividades solicitadas y que al final de la lectura del fascículo, o paralelamente al desarrollo del mismo, recurras a tu profesor o consultor para la elaboración de una investigación documental con un tema propio y aplicar tanto el método como las técnicas expuestas y practicadas.

ACTIVIDADES

1. Realiza una atenta lectura del siguiente texto.

2. Numera los párrafos.

3. Utiliza los recursos y procedimientos de lectura de comprensión que aprendiste en fascículos anteriores.

Cosmogonías y cosmologías de la Antigüedad

El mito babilónico de la creación es el más antiguo que ha llegado a nuestros días. El *Enuma elis* (Cuando arriba), escrito quince siglos antes de la era cristiana, relata el nacimiento del mundo a partir de un caos primordial. En el principio, cuenta el mito, estaban mezcladas el agua del mar, el agua de los ríos y la niebla, cada una personificada por tres dioses: la madre Tiamat, el padre Ap-su y el sirviente (¿?) Mummu. El agua del mar y el agua de los ríos engendraron a Lahmu y Lahamu, dioses que representaban el sedimento, y éstos engendraron a Anshar y Kishar, los dos horizontes entendidos como el límite del cielo y el límite de la Tierra. En aquellos tiempos, el cielo y la tierra estaban unidos; según la versión más antigua del mito, el dios de los vientos separó el cielo de la tierra; en la versión más elaborada, esa hazaña le correspondió a Marduk, dios principal de los babilonios. Marduk se enfrentó a Tiamat, diosa del mar, la mató, cortó su cuerpo en dos y, separando las dos partes, construyó el cielo y la Tierra. Posteriormente, creó el Sol, la Luna y las estrellas, que colocó en el cielo.

Así, para los babilonios, el mundo era una especie de bolsa llena de aire, cuyo piso era la Tierra y el techo la bóveda celeste. Arriba y abajo se encontraban las aguas primordiales, las que a veces se filtraban, produciendo la lluvia y los ríos.

Como todos los mitos, la cosmogonía babilonia estaba basada en fenómenos naturales que fueron extrapolados a dimensiones fabulosas: Mesopotamia se encuentra entre los ríos Tigris y Éufrates, que desembocan en el Golfo Pérsico; allí depositan su sedimento, de modo tal que la tierra gana lentamente espacio al mar. Seguramente fue ese hecho el que sugirió a los babilonios la creación de la tierra firme a partir de las aguas primordiales.

La influencia del mito babilónico se puede apreciar en la cosmogonía egipcia. Para los egipcios, Atum, el dios Sol, engendró a Chu y Tefnut, el aire y la humedad, y éstos engendraron a Nut y Geb, el cielo y la Tierra, quienes a su vez engendraron los demás dioses del panteón egipcio. En el principio, el cielo y la Tierra estaban unidos, pero Chu, el aire, los separó, formando así el mundo habitable.

Para los egipcios, el Universo era una caja, alargada de norte a sur tal como su país; alrededor de la tierra fluía un río, Ur-Nes, uno de cuyos brazos era el Nilo, que nacía en el sur. Durante el día, el Sol recorría el cielo de oriente a poniente y, durante la noche, rodeaba la tierra por el norte en un barco que navegaba por el río Ur-Nes, escondida su luz de los humanos detrás de las altas montañas del Valle Dait.

Trazas del mito babilónico también se encuentran en el Génesis hebreo. Según el texto bíblico, el espíritu de Dios se movía sobre la faz de las aguas en el primer día de la creación; pero la palabra original que se traduce comúnmente como espíritu es *ruaj*, que en hebreo significa literalmente viento. Para entender el significado del texto, hay que recordar que, antiguamente, el aire o el soplo tenían la connotación de ánima o espíritu (verbigracia el soplo divino infundido a Adán). En el segundo día, prosigue el texto, Dios puso el firmamento entre las aguas superiores y las inferiores,

esta vez la palabra original es *rakia*, un vocablo arcaico que suele traducirse como firmamento, pero que tiene la misma raíz que la palabra vacío. En el tercer día Dios separó la tierra firme de las aguas que quedaron abajo (...) Estos pasajes oscuros del Génesis se aclaran si recordamos el mito babilónico: Marduk —el viento, en la versión más antigua— separa las aguas (el cuerpo de Tíamat) para formar el mundo, y la tierra firme surge como sedimento de las aguas primordiales.

En el *Veda* de los antiguos hindúes se encuentran varias versiones de la creación del mundo. La idea común en ellas es que el Universo nació de un estado primordial indefinible; después de pasar por varias etapas, habrá de morir cuando el tiempo llegue a su fin; entonces se iniciará un nuevo ciclo de creación, evolución y destrucción, y así sucesivamente. Según el *Rig Veda*, en el principio había el no-ser, del que surgió el ser al tomar conciencia de sí mismo: el demiurgo Prajapati, creador del cielo y la tierra, el que separó la luz de las tinieblas y creó el primer hombre. En otro mito, el dios Visnu flotaba sobre las aguas primordiales, montado sobre la serpiente sin fin Ananta; de su ombligo brotó una flor de loto, del que nació Brahma para forjar el mundo.

Según los mitos hindúes el Universo era una superposición de tres mundos: el cielo, el aire y la tierra. La tierra era plana y circular, y en su centro se encontraba el mítico monte Sumeru (probablemente identificado con el Himalaya), al sur del cual estaba la India, en un continente circular rodeado por el océano. El cielo tenía siete niveles y el séptimo era la morada de Brahma; otros siete niveles tenía el infierno, debajo de la tierra.

A raíz de la conquista de la India por Alejandro Magno en el siglo IV a.C., las ideas cosmológicas de los hindúes fueron modificadas sustancialmente. Así en los libros llamados *Siddharta*, se afirma que la Tierra es esférica y no está sostenida en el espacio, y que el Sol y los planetas giran alrededor de ella. Como dato curioso, se menciona a un tal Aryabhata, quien en el siglo V d.C., sostuvo que las estrellas se encuentran fijas y la Tierra gira; desgraciadamente, el texto no da más detalles que los necesarios para refutar tan extraña teoría.

La concepción del Universo en la China antigua se encuentra expuesta en el *Chou pi suan ching*, un tratado escrito alrededor del siglo IV a.C. Según la teoría del *Kai t'ien* (que significa: el cielo como cubierta), el cielo y la Tierra son planos y se encuentran separados por una distancia de 800 000 *li* —un *li* equivale aproximadamente a medio kilómetro—. El Sol, cuyo diámetro es de 1 250 *li*, se mueve circularmente en el plano del cielo; cuando se encuentra encima de China es de día, y cuando se aleja es de noche. Posteriormente, se tuvo que modificar el modelo para explicar el paso del Sol por el horizonte; según la nueva versión del *Kai t'ien*, el cielo y la Tierra son semiesferas concéntricas, siendo el radio de la semiesfera terrestre de 60 000 *li*. El texto no explica cómo se obtuvieron las distancias mencionadas; al parecer, el modelo fue diseñado principalmente para calcular, con un poco de geometría, la latitud de un lugar a partir de la posición del Sol.

El *Kai t'ien* era demasiado complicado para cálculos prácticos y cayó en desuso con el paso del tiempo. Alrededor del siglo II d.C., se empezó a utilizar la esfera armilar como un modelo mecánico de la Tierra y el cielo. Al mismo tiempo surgió una nueva concepción del Universo: la teoría del *hun t'ien* (cielo envolvente), según la cual... "el cielo es como un huevo de gallina, tan redondo como una bala de ballesta; la Tierra es como la yema del huevo, se encuentra sola en el centro. El cielo es grande y la Tierra pequeña".

Además, se asignó el valor de 1 071 000 *li* a la circunferencia de la esfera celeste, pero el texto no explica cómo fue medida.

Posteriormente, las teorías cosmogónicas en China girarían alrededor de la idea de que el Universo estaba formado por dos sustancias: el *yang* y el *yin*, asociados al movimiento y al reposo, respectivamente. De acuerdo con la escuela neoconfucionista, representada principalmente por Chu Hsi en el siglo XII, el *yang* y el *yin* se encontraban mezclados antes de que se formara el mundo, pero fueron separados por la rotación del Universo. El *yang* móvil fue arrojado a la periferia y formó el cielo, mientras que el *yin* inerte se quedó en el centro y formó la Tierra; los elementos intermedios, como los seres vivos y los planetas, guardaron proporciones variables de *yang* y *yin*.

Mencionemos también la cultura maya, que floreció en Mesoamérica, principalmente entre los siglos IV y IX de nuestra era. De lo poco que se ha podido descifrar de sus jeroglíficos, sabemos que los mayas habían realizado observaciones astronómicas de una precisión que apenas se ha podido igualar en nuestro siglo. Los mayas usaban un sistema vigesimal con cero, con el cual realizaban complicados cálculos astronómicos; su calendario era más preciso que el gregoriano, usado en la actualidad, y habían medido la precisión del eje de rotación terrestre con un error de sólo 54 días en 25 720 años.

En contraste con la excelencia de sus observaciones, las concepciones cosmológicas de los mayas eran bastante primitivas por lo menos hasta donde se ha averiguado. Creían que la Tierra era rectangular y que el Sol giraba alrededor de ella. El día del solsticio, el Sol salía de una de las esquinas de la Tierra y se metía por la opuesta; luego, cada día, la órbita del Sol se recorría hasta que, en el siguiente solsticio, seis meses después, el Sol salía y se metía por las otras dos esquinas terrestres. Los mayas tenían especial cuidado de construir sus templos según la orientación de los lados de la Tierra.

Al igual que otros pueblos, los mayas creían en la existencia de siete cielos,* planos y superpuestos, y de otros tantos niveles subterráneos, donde residían dioses y demonios, respectivamente. El mundo había sido creado por *Hun ab ku* (literalmente: uno-existir-dios) a partir de aguas primordiales inicialmente en completo reposo. Antes del mundo actual, habían existido otros mundos que acabaron en respectivos diluvios.

* El concepto de los siete cielos, común a culturas muy diversas, tiene una explicación simple: son siete los cuerpos celestes: el Sol, la Luna y los cinco planetas visibles.

Shahen Hacyan, *El descubrimiento del Universo*, pp. 18-24.

4. Elabora un cuadro de vaciado de datos en donde destaques y puedas visualizar la información más importante del texto. Te proponemos el siguiente esquema:

Mito	Fuente	Afirmaciones	Dioses	Época
Babilónico	<i>Enuma Elis</i>	"caos primordial"	Ti'amat	S. XV. a.C.

5. Observa cómo el autor ha resumido la información que sobre los mitos y leyendas del origen del Universo se tenía en la Antigüedad.

6. Responde brevemente las siguientes preguntas:

- ¿Crees que el autor tenía más información que la anotada en el texto?
- ¿Cuáles crees que hayan sido sus fuentes de información?
- ¿Consideras que el autor investigó los datos en el orden en que los leíste?

Vamos a dar marcha atrás en los pasos que el autor siguió para elaborar su escrito, a continuar el camino de su elaboración, como si lo radiografiáramos.

LA PLANEACIÓN

Lo primero que tuvo que hacer el autor es aclarar lo que quería decir por escrito. Muchas veces, cuando hablamos lo hacemos divagando y sin una estructura lógica que nos permita dar sentido a lo que deseamos decir; eso puede suceder también en investigaciones escolares, que aparte de confusas pueden ser reiterativas. Éstas son algunas de las razones por las que el planteamiento y la delimitación del tema a desarrollar son tan importantes para comenzar bien una investigación.

Selección, planteamiento y delimitación del tema

Con la selección del tema se inicia el proceso de la investigación. El tema se elige por inquietudes propias o buscando dar soluciones a problemas teóricos. En todo caso, es necesario seleccionar un tema que despierte tu interés.

Al hombre siempre le han inquietado cuestiones a las que, hasta nuestros días, busca dar respuestas. En ese intento por explicarse el mundo, el ser humano ha construido diversas teorías científicas apoyadas en un método de investigación. Es importante, entonces, que aprendas a investigar, para que tú mismo puedas empezar a dar respuestas a las preguntas que te inquieten.

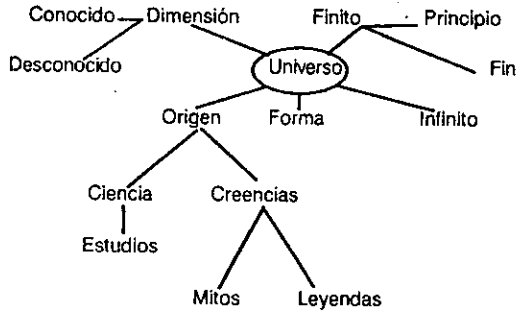
Una de las interrogantes más antiguas de la humanidad que ha permanecido abierta a lo largo de la historia con diferentes respuestas es: ¿Qué es el Universo? De tu lectura del texto modelo, y de las actividades que realizaste sobre él, sabes ya que existen muchas respuestas a tal cuestión. Imaginemos que tú eres el autor del texto modelo que leíste y apenas vas a iniciar tu investigación.

Te propones, entonces, como tema el Universo. Pero este tema es tan vasto como lo que puedes investigar sobre él; si te quedas en un planteamiento tan general puedes perderte en tu investigación. Debes elegir algo más específico y concreto: pregúntate qué, cómo y por qué; éstas son las cuestiones básicas y fundamentales para toda investigación. Sin duda te ayudarán a precisar y delimitar lo que deseas investigar. Volvamos a tu papel de autor del texto modelo.

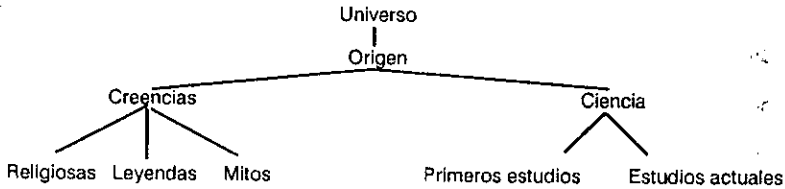
Seguramente te planteaste: Deseo realizar una investigación sobre el Universo, pero, ¿qué en concreto? Bueno, primero que nada exponer algunas cosmogonías de la Antigüedad. ¿Cómo? No quiero hacer un recuento completo de todas las cosmogonías de la Antigüedad, nunca terminaría, sólo deseo señalar algunos ejemplos. Pues entonces reviso algunos textos, obtengo los datos y los expongo. ¿Y por qué debo hacerlo? Porque creo que servirán de contraste con las modernas concepciones científicas sobre el Universo.

Si estas preguntas no son suficientes para que tengas una idea clara y delimitada de tu tema, puedes echar mano de un esquema en el que visualices los posibles caminos o vertientes de lo que quieres investigar.

Ejemplo:



De esta manera, al preguntarte sobre el tema lo vas particularizando y seleccionas lo que verdaderamente te interesa. Supongamos que te interesa exclusivamente la rama del origen, entonces tu esquema quedaría así:



Sigamos suponiendo que eres el autor del texto modelo; todavía podemos ser más concretos si enunciamos explícitamente nuestro tema con una frase, por ejemplo:

- Origen del Universo: Creencias y Ciencia.
- Los mitos y creencias acerca del origen del Universo.
- Historia de las ideas acerca del origen del Universo.
- El Universo: realidad, mito y fantasía.
- La ciencia, ¿respuesta al origen del Universo?

Y todavía podemos ser más concretos:

- Los mitos y las creencias del mundo antiguo acerca del origen del Universo.
- Los mitos y las creencias de los mayas acerca del origen del Universo.

De hecho, el autor del texto modelo se propuso exponer las cosmogonías y cosmologías de la Antigüedad, es decir: las concepciones míticas sobre el origen del Universo de algunas civilizaciones antiguas. (Revisa el cuadro y el esquema del Anexo.)

Quizá tú y/o tu equipo se plantearían y delimitarían su tema de la siguiente manera:

Origen del Universo: Creencias y ciencia

Nos interesa conocer cuáles han sido las respuestas que el hombre ha dado sobre el origen del Universo. Qué respuestas dieron a través de sus mitos y creencias, y quiénes fueron los que estudiaron el origen del Universo con métodos científicos, así como cuáles los resultados de sus investigaciones.

Resumiendo:

Tenemos, entonces, que el planteamiento y la delimitación del tema son el *qué* de toda investigación. Podemos ayudarnos a plantear y delimitar nuestro tema preguntándonos cuestiones como:

- ¿Qué es lo que deseo investigar?
- ¿Qué me interesa saber?
- ¿Qué quiero describir o explicar?

PLAN DE TRABAJO

Objetivo, justificación y delimitación del tema

Regresa al texto modelo. Todo autor desea, al igual que tú, saber, conocer, describir, explicar, etc., pero no para sí mismo, sino para divulgarlo o difundirlo a personas de su mismo nivel de conocimientos o de otros niveles. Los autores tienen intenciones, objetivos, metas, razones por las cuales manifiestan sus conocimientos por escrito. Todo esto debe ser claro antes de iniciar su investigación y al momento de reportarla. Por supuesto que se pueden realizar algunos cambios o ajustes, pero no modificar todo sobre la marcha, pues el proceso podría terminar en un escrito incoherente e impreciso, o ni siquiera llegar a ser escrito. Para evitar esto se debe tener un *plan de trabajo*.

El plan de trabajo organiza las actividades que deben llevarse a cabo para terminar la investigación y nos sirve de guía en el estudio. Por ejemplo, para la redacción de objetivos y su justificación, el autor del texto modelo seguramente siguió los pasos que a continuación señalamos; te recomendamos seguirlos:

1) Se guió sobre una idea delimitada, e incluso esquematizada.

Para la redacción de tus objetivos utiliza tus esquemas.

2) Se propuso explícitamente sus objetivos de investigación.

Se redactan usando verbos en infinitivo, por ejemplo:

- Conocer algunos mitos que el hombre ha utilizado para explicar el origen del Universo.
- Establecer quiénes fueron los primeros en buscar explicaciones racionales sobre el origen del Universo.

3) Revisó, analizó y seleccionó sus objetivos; posiblemente incorporó otros.

Tú también debes hacerlo así después de escribirlos.

4) Justificó el tema seleccionado.

Justifica el tema que escogiste con tus propias razones o motivos. Ejemplo:

“Quiero investigar este tema porque me parece que es interesante y porque al conocer las creencias míticas y las ideas científicas acerca del origen del Universo, puedo formarme un criterio propio sobre este asunto. También deseo investigarlo para darlo a conocer a mis compañeros a fin de que tengan elementos para preguntarse acerca del origen del Universo.”

Finalmente, comprueba que el planteamiento, la delimitación, la justificación y los objetivos guarden coherencia entre sí.

Esquema y agenda de trabajo

El siguiente paso es indicar las partes o fases del estudio, las actividades y los plazos en que las piensas cumplir. Tienes que elaborar por escrito un *esquema* y una *agenda de trabajo*.

El esquema es muy útil porque representa gráficamente todo el proceso de la investigación, con sus partes esenciales y secundarias, las actividades que deben realizarse y el tiempo del que se dispone. Este esquema, de hecho, se convierte en una agenda de trabajo, en una guía muy valiosa que conduce la investigación hasta su conclusión, evitando extravíos o estudios truncados. En suma, el éxito de tu investigación depende del plan de trabajo y de la constancia de tus esfuerzos.

Para la redacción de tu esquema debes tener presente los objetivos, ya que de éstos vas a derivar temas y subtemas que los cubran; puedes numerarlos y ordenarlos por su importancia; existen varios modelos, de éstos, te presentamos dos:

Título de la investigación

- I. Tema
 - 1. Subtema
 - 2. Subtema
 - 3. Subtema
- II. Otro tema
 - 1. Subtema
 - 2. Subtema
 - 3. Subtema

Título de la investigación

- 1. Tema
 - 1.1 Subtema
 - 1.1.1 Sub-subtema
 - 1.2 Subtema
- 2. Otro tema
 - 2.1 Subtema
 - 2.2 Subtema
 - 2.2.1 Sub-subtema

Para nuestro propósito no es conveniente un esquema muy extenso o complejo; es recomendable un desarrollo sencillo. Pero, eso sí, no se vale copiar índices de libros como esquemas de trabajo, ya que la investigación documental se convierte en un mero resumen de un libro. Se trata, más bien, de que organices la investigación de acuerdo con tus intereses y posibilidades. A partir del texto modelo que estamos manejando, te proponemos un ejemplo:

Origen del Universo: Creencias y ciencia

- I. Mitos y creencias
 - 1.1 Mito babilónico
 - 1.2 Egipcios
 - 1.3 Hebreos
 - 1.4 Veda-hindú
 - 1.5 Chinos
 - 1.6 Mayas
- II. Ciencia
 - 2.1 Copérnico
 - 2.2 Bruno
 - 2.3 Kepler
 - 2.4 Galileo
 - 2.5 Newton

Una vez que cuentas con el esquema, tu plan de trabajo debe concretarse en una agenda de trabajo que puedes elaborar considerando las partes o fases de la investigación, las actividades a realizar, el tiempo en que planeas hacerlo y los responsables.

Ejemplo:

Agenda de trabajo

Fase	Actividades	Tiempo	Responsable
Planeación	1. Elaboración del plan de trabajo 1.1. Planteamiento del tema 1.2. Objetivos 1.3. Justificación 1.4. Esquemas	marzo 15-20	Todo el equipo
Lectura y recopilación de material	1. Búsqueda de bibliografías 2. Lectura exploratoria Temas: Mito babilónico Egipcios Hebreos Veda hindú Chinos Mayas	marzo 21-23	Todo el equipo Adrián Jonás Leonardo Gabriel Paola Todo el equipo
	3. Elaboración de fichas de trabajo Temas: Mito babilónico Egipcios Hebreos Veda-hindú Chinos Mayas	marzo 24-30	Adrián y Jonás Leonardo y Paola Gabriel y Jonás Adrián y Paola Leonardo y Gabriel Todo el equipo
Organización de la información	1. Ordenación y clasificación de fichas	abril 1-7	Todo el equipo
Redacción y presentación	1. Elaboración del esquema de redacción	abril 8	Todo equipo
	2. Redacción del borrador	abril 9-16	Todo equipo
	3. Mecanografía	abril 17-20	Todo equipo
	4. Entrega del trabajo	abril 22	Todo equipo

¿Listo para iniciar una aventura del conocimiento?

Si estás realizando paralelamente tu plan de trabajo conforme vas leyendo el fascículo, quizás en estos momentos estés ya inquieto por iniciar tu investigación; tal vez te sigas preguntando para qué tanto requisito si es más fácil improvisar. Recuerda que la sistematización que le estás dando a tu trabajo te permitirá hacerlo correctamente, con la claridad suficiente para exponerlo por escrito y oralmente, y terminarlo a tiempo. No siempre el camino más corto es el más rápido. No te desesperes.

Iniciamos la caza y la búsqueda de información.

LECTURA Y RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

¿Dónde podemos dar caza a la información? ¿Dónde buscamos la información?

En una investigación documental la información ya está elaborada. Incluso se encuentra presa en las llamadas fuentes documentales: libros, revistas, periódicos, folletos, etc., que pueden localizarse en bibliotecas, hemerotecas y archivos.

En cuanto tengas en las manos el documento que vas a investigar te recordamos la utilidad de dos tipos de lectura que puedes hacer:

1) *Lectura exploratoria*. Puede ayudarte a determinar los documentos que apoyarán tu investigación; este tipo de lectura consiste en:

- lectura de título, subtítulo, epígrafes;
- lectura del prólogo y/o la introducción, y
- lectura de inicio de párrafos y del final.

Si decides que te sirven, procede a elaborar las fichas bibliográficas o hemerográficas correspondientes. Deberás emprender otro tipo de lectura al capítulo o al material seleccionado.

2) *Lectura de comprensión*. Te ayudará a entender la estructura y el contenido de las fuentes documentales consultadas; en este tipo de lectura conviene enumerar los párrafos (para establecer los argumentos e ideas manejadas); determinar el esquema expositivo (introducción-desarrollo- conclusión, o causal), y reconocer las ideas centrales, paralelas, complementarias, etcétera.

El acopio de información se hace en las fichas de trabajo, las que pueden ser de muchas clases.

Una vez que definiste los libros que te van a servir y que utilizarás en tu investigación, es necesario que registres en tarjetas de 7.5 x 12.5 cm los datos fundamentales del libro. Lo mismo tienes que hacer si utilizas revistas o periódicos. Estos datos son necesarios para la identificación de los textos, para hacer las referencias en el reporte escrito y para el manejo de las fichas de trabajo. (Te sugerimos revisar el fascículo II, donde encontrarás información más amplia sobre este tema.)

FICHAS BIBLIOGRÁFICAS

Datos que deben contener las fichas bibliográficas:

1. Nombre del autor, empezando por el (los) apellido(s).
2. Título del libro, subrayado.
3. Número de edición (abreviado); si es la primera se omite.

4. País.
5. Editorial.
6. Fecha de edición.
7. Número de páginas.
8. Colección o tomo.

Ejemplo:

Hacyan, Shahen

El descubrimiento del Universo

México, FCE, 1986, 157 pp.

(*La ciencia desde México*, núm. 6.)

FICHAS HEMEROGRÁFICAS

Datos que deben incluir las fichas hemerográficas:

De periódico o revista

1. Nombre del periódico o de la revista, subrayado.
2. Nombre del director, empezando por el nombre y luego los apellidos.
3. Periodicidad.
4. País.
5. Institución que lo edita.
6. Fecha.
7. Número de páginas.
8. Año y número.

Ejemplo:

Naturaleza
Luis Estrada
Bimestral
México
octubre de 1982
vol. 13, núm. 5

De texto periodístico

1. Nombre del autor, empezando por el (los) apellido(s).
2. Título del texto entre comillas.
3. Nombre del periódico o revista, subrayado.
4. País.
5. Fecha de publicación.
6. Número de páginas que abarca el texto periodístico.
7. Año y número del periódico.

Ejemplo:

Estrada Luis y Rodríguez Luis F.
"La historia del Universo"
Naturaleza
México
octubre de 1982
pp. 217-226
vol. 13, núm. 5

FICHAS DE TRABAJO

En el momento del acopio de información, la lectura y la escritura se convierten en un mismo proceso: leemos y registramos nuestra lectura redactando resúmenes, cuadros sinópticos, citas textuales, etc. Para registrar tu información puedes utilizar las llamadas fichas de trabajo: en tarjetas de 12.5 x 19 cm anotas datos, citas textuales, resúmenes, comentarios, etcétera.

Partes de una ficha de trabajo

Tema:	Datos para identificar la fuente
Subtema:	

Información, citas textuales, resumen, comentarios, etcétera.	

Existen varios tipos de fichas de trabajo:

- cita textual
- paráfrasis
- resumen
- comentario
- mixta

Ejemplo:

Ficha de cita textual

Cosmogonías	Hacyan, Shahan <u>El descubrimiento del Universo</u> p. 19
"Para los egipcios, Atum, el dios del Sol, engendró a Chu y Tefnut, el aire y la humedad, y éstos engendrarán a Nut y Geb, el cielo y la tierra, quienes a su vez engendraron a todos los demás dioses del panteón egipcio. En un principio cielo y Tierra estaban unidos, pero Chu, el aire, los separó, formando así el mundo habitable."	

Cita textual. Es una transcripción de una definición o parte de un texto, debe ser breve y va entrecorrida.

Ficha de paráfrasis

Cosmogonías	Hacyan, Shahan <u>El descubrimiento...</u> p. 19
<p>Cada cultura tiene un mito sobre la creación del mundo; a menudo sobre la unión sexual de los dioses, que son separados por un tercero. En el caso de los egipcios, Chu es quien rompe esa unión y con ello permite habitar la Tierra.</p>	

Paráfrasis. Es una explicación o amplificación de un texto, utilizando palabras del lector, sin modificar la idea original.

Ficha de resumen

Cosmogonías	Hacyan, Shahan <u>El descubrimiento...</u> pp. 17-24
<p>El autor aborda los mitos de los babilónicos, egipcios, hebreos, hindúes, chinos y mayas. En todos ellos intervienen los dioses en la formación del cosmos.</p>	

Resumen. Recapitulaciones o extractos elaborados; debe registrarse la fuente de donde se resumió.

Ficha de comentario.

1.6 Mayas	<u>Enciclopedia de México</u> t. 9, p. 5 098
<p>Es interesante observar cómo los escritos traducidos por los propios mayas a partir del siglo XVI, después de la conquista, son ahora leídos y considerados como textos literarios. De entre los más importantes están: el <i>Popol Vuh</i>, <i>Los libros del Chilam Balam</i>, <i>El Rabinal Achí</i> y <i>Memorial de Sololá</i>.</p>	

En las fichas de comentario se reúnen los datos o ideas que le surjan al investigador, a partir de un texto o de otras fichas. Los comentarios incluidos en este tipo de fichas se pueden considerar como avances de la redacción.

Ficha mixta

1.6 Mayas	<u>Popol Vuh</u> p. 14
<p>"Antes de la creación no había hombres ni animales; pájaros, pescados; cangrejos, árboles, piedras, hoyos, barrancos, paja ni bejucos y no se manifestaba la faz de la tierra; el mar estaba suspendido y en el cielo no había cosa alguna que hiciera ruido. No había cosa en orden, cosa que tuviese ser, si no es el mar y el agua que estaba en calma, y así todo estaba en silencio y oscuridad como noche."</p> <p>Comentario: Como todos los mitos antiguos de la creación, el mito maya parte de la posibilidad de que en un principio existiera un creador y éste creara a todos los seres vivos del mundo, así como a los elementos de la Naturaleza.</p>	

Este tipo de ficha tiene como finalidad la de exponer el criterio del que investiga en relación con los datos que va obteniendo conforme los selecciona. También se pueden considerar como avances de la redacción final del trabajo.

ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

¿Qué tal la caza de la información? ¿Estuvo difícil la búsqueda de fuentes de información? ¿Verdad que a pesar de todo es apasionante meterse en esa selva de libros, periódicos y revistas que son las bibliotecas y darse cuenta que siguiendo pistas claras puede uno encontrar lo que busca?

Pues bien, ¡ya está!, allí tienes en tu mesa de trabajo toda la información que necesitas para continuar con el proceso de una investigación documental. Si seguiste paso a paso lo que te solicitamos, estás en condiciones de seguir adelante. En caso contrario, regresa al punto que tú o tu consultor o profesor considere necesario. Si llegaste hasta aquí, te encuentras con un nuevo problema: recopilaste información de varios libros, revistas y periódicos de fichas y resúmenes o notas, pero, ¿qué hacer con ella?, ¿cómo convertirla en un reporte por escrito? Antes de que pretendas empezar a redactar tienes que organizar la información.

¿Recuerdas que antes de partir a la caza de la información hiciste varios mapas para no extraviarte? Es el momento de sacarlos: despleguemos el esquema de trabajo previo. Si es necesario redefinirlo por la información obtenida, hagámoslo; si no es el caso, dejémoslo como estaba. De acuerdo con este esquema, ¿falta información? Si es así, tendremos que ir por ella. ¿Nos sobra información? En este caso, prescindamos de ella. Con base en los temas y subtemas de nuestro esquema organicemos las diferentes fichas de trabajo de acuerdo con las partes de nuestro esquema; debemos volver a leer atentamente las fichas para comparar la información y seleccionarla (los datos relevantes, los argumentos, las fuentes más importantes, etc.). Después de hacer lo anterior, las fichas adquieren un orden y un sentido, pero todavía es preciso hacer un análisis crítico de éstas con la idea de planear la redacción. ¿La Información reunida cumple el propósito que nos fijamos? ¿Nuestra investigación está sólidamente apoyada? ¿Tenemos los datos o argumentos suficientes? ¿Es coherente lo que pensamos redactar? Si respondemos afirmativamente, podemos pasar a la otra fase.

¿Listo? ¡El caos desapareció! Ahora tienes formados y en fila los paquetes de tarjetas esperando que los llames para darte la información. Recuerda, las tarjetas vendrán a tu llamado, te darán la información en el momento en que tú la solicites. Si las llamas a tiempo, su información te será útil y podrás afirmar, decir, constatar, contradecir y ejemplificar con los datos que contienen cuando así lo requieras. Para no llamarlas a destiempo necesitas un guía. ¿Te acuerdas de tu esquema de trabajo? ¿Recuerdas que allí estaba consignado todo lo que querías saber sobre tu tema? Bueno, volveremos nuevamente a él. Necesita algunos ajustes. Lo vamos a transformar de esquema de trabajo en esquema de redacción.

REDACCIÓN Y PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

Antes de que empieces a redactar tu trabajo conviene que conozcas los elementos que debe contener; a continuación presentamos el orden que tienen que llevar:

1. *Portada*: con el título con mayúsculas, nombre del estudiante, nombre del curso y número de grupo, nombre de la institución y fecha.

2. *Tabla de contenido o índice*: presenta las partes del trabajo y señala las páginas donde se encuentran; se elabora hasta el final, pero se coloca al principio.

3. *Introducción*: informa y expone de manera general el contenido, por eso se elabora hasta que el trabajo está finalizado; puede presentar los problemas que pretende abordar, o las justificaciones del tema estudiado, los objetivos o la estructura del trabajo, etcétera.

4. *Exposición general o desarrollo del trabajo*: se presenta la investigación, dividida en capítulos o apartados, se examina el tema o problema proporcionando los datos y argumentos que se investigaron.

5. *Conclusiones*: se exponen de manera general los resultados de la investigación.

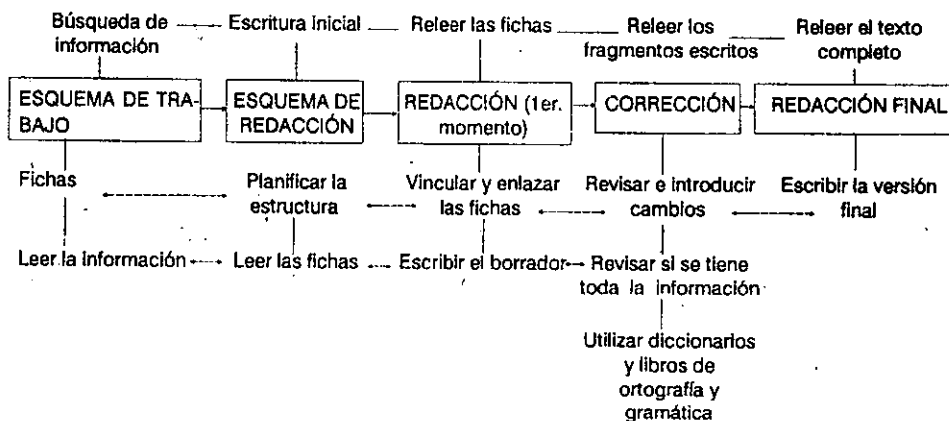
6. *Bibliografía*: se presenta en la última página, con mayúsculas, se titula Bibliografía y se proporcionan alfabéticamente los datos de las fichas bibliográficas y/o hemerográficas.

Lo primero que debes hacer es organizar la redacción de la exposición o desarrollo del trabajo. Tenemos las fichas, ya las organizamos e incluso afinamos nuestro esquema de trabajo. Ahora lo podemos convertir en un esquema de redacción si ordenamos la división del reporte de manera desglosada:

1. Fijemos la división de los capítulos y subcapítulos.
2. Determinemos los temas y subtemas que formarán cada parte o capítulo.
3. Desglosemos las ideas, datos y argumentos de cada tema y subtema.
4. Ubiquemos las fichas que utilizaremos.
5. Elaboremos un mapa desglosado de todo el trabajo que guiará nuestra redacción.

DEL ESQUEMA DE TRABAJO AL ESQUEMA DE REDACCIÓN

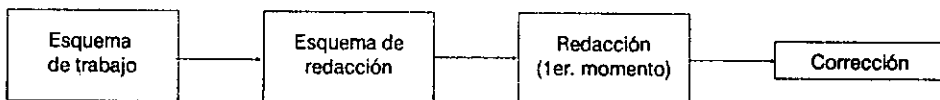
ESCRITURA DE UN REPORTE DE INVESTIGACIÓN



1. *Proceso lineal.* Es el que sigues paso a paso para la elaboración de tu trabajo. En el diagrama está marcado con líneas continuas: -----→.

2. *Proceso recursivo.* Son los regresos constantes que en la práctica se realizan para la redacción de un reporte. En el diagrama se indica con líneas punteadas: -----→.

Veámoslo con un ejemplo en el que realicemos todas las actividades que te proponemos en el diagrama; utilizaremos exclusivamente el inciso 1.6, correspondiente a los mayas en el esquema de trabajo elaborado con anterioridad, esto para facilitar el manejo de la información en el ejemplo y no extendernos demasiado.



1.6 Mayas

Mito de la creación

Al igual que otros pueblos, los mayas creían en la existencia de siete cielos, planos y superpuestos, y de otros tantos niveles subterráneos [...] f.11

(Releer los fragmentos escritos.)

(Búsqueda de información)	¿Cuál es?	Antes de la creación no había hombres ni animales, pájaros, pescados, cangrejos, árboles, piedras, hoyos (...) f.12	
(Fichas)	¿En qué consiste?	Según los mayas, los dioses crearon el mundo para que en él pudiera habitar un ser que los venerara. Para que esto sucediera los dioses mayas tuvieron que crear y destruir el mundo varias veces (...) f.13	(Revisar e introducir cambios en el contenido.)
(Leer la información)	(Leer las fichas)	Para los mayas el mundo era una superficie plana y cuadrangular que se dividía en cuatro sectores (...) f.14	(Revisar si tienes toda la información que necesitas.)
	¿En dónde está escrito?	Algunas de las tradiciones y creencias de los mayas se encuentran escritas en textos posteriores al siglo XVI (...) f. 16 (...) f. 17 (...) f. 18	(Utilizar diccionarios y libros de ortografía y gramática.)

Ya que revitalizamos nuestro esquema, y aun le pusimos un nuevo apellido, continuemos con el proceso. El esquema nos servirá de guía. Y, en todo caso, todavía antes de la exposición oral y escrita, tenemos la posibilidad de corregir los errores. Por lo tanto, escribe sin miedo, no te preocupes mucho (por lo pronto) de la ortografía, la sintaxis y la gramática. Lo importante a estas alturas del trabajo es escribir sin presiones ni premuras de tiempo. Toma en cuenta que lo más conveniente es escribir en el orden en que están los temas, subtemas y capítulos. A este primer resultado lo llamamos *borrador*.

Veamos un borrador:

1.6. Los Mayas

Al igual que muchos pueblos antiguos, los mayas, creían en la existencia de Dioses y pensaban que ellos habían creado el Universo. Este mito fue escrito y recopilado por mayas del siglo XVI y es el que conocemos como el Popul Vuh.

En este libro se afirma que: Antes de la creación no había hombres, ni animales, pájaros, pescados, cangrejos, árboles, piedras, hoyos, barrancos, paja ni bejuco y no se manifestaba la faz de la tierra; el mar estaba suspenso y en el cielo no había cosa alguna que hiciera ruido. No había cosa en roden, cosa que tuviese ser, si no es el mar y el agua que estaba en calma y así todo estaba en silencio y oscuridad como noche. Solamente estaba el señor y creador, gucumatz, madre y padre de todo lo que hay en el agua, llamado también corazón del cielo por que esta en el y en el reside. Vino su palabra acompañada de los señores tepeu y gucumatz y, confirmando, consultando y, teniendo consejo entre sí en medio de aquella oscuridad, se crearon todas las creaturas." (9)

Para los mayas el mundo era una superficie plana cuadrangular y superpuesta. Según algunos, los planos eran siete pero otros afirman que eran nueve. Esos planos se dividen en cuatro sectores asociados con colores significativos: rojo al este, blanco al norte, negro al oeste, amarillo al sur y verde al cen-

tro. Aquí se encontraba una gran ceiba, cuyas raíces penetraban en el mundo subterráneo y cuya fronda tocaba los niveles del cielo.

¿Recuerdas que al principio del fascículo dijimos que todo autor debe pensar en sus lectores? Pues es tiempo de que tú también lo hagas. Lee tu borrador como si fueras un lector; pregúntate si está claro, si es coherente y lógico, si se entiende. Después revisa la ortografía, auxíllate de tu profesor o consultor, así como de tus compañeros. Dáselos a leer y pídeles que te marquen todas las correcciones pertinentes. ¿Listo?

Lo vamos a hacer en el ejemplo:

1.6. Los Mayas







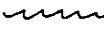
Al igual que muchos pueblos antiguos, los mayas creían, en la existencia de Dioses y pensaban que ellos habían creado el Universo. Este mito fue escrito y recopilado por mayas del siglo XVI y es el que conocemos como Popul Vuh.

falta información

En este libro se afirma que: "Antes de la creación no había hombres, ni animales, pájaros, pescados, cangrejos, árboles, piedras, hoyos, barrancos, paja ni bejucos y no se manifestaba la faz de la tierra; el mar estaba suspenso y en el cielo no había cosa alguna que hiciera ruido. No había cosa en orden, cosa que tuviese ser, si no es el mar y el agua que estaba en calma y así todo estaba en silencio y oscuridad como noche. Solamente estaba el señor y creador, Xucumatz, Madre y Padre de todo lo que hay en el agua, llamado también Brazón del Cielo porque está en él y en él reside. Vino su palabra acompañada de los señores Tepeu y Xucumatz y, confiriendo, consultando y, teniendo consejo entre sí en medio de aquella oscuridad, se crearon todas las criaturas." (9)

Para los mayas el mundo era una superficie plana cuadrangular y superpuesta. Según algunos autores, los planos eran siete pero otros afirman que eran nueve. Esos planos se dividen en cuatro sectores asociados con colores significativos: rojo al este; blanco al norte; negro al oeste; amarillo al sur y verde al centro. Aquí se encontraba una gran ceiba, cuyas raíces penetraban en el mundo subterráneo y cuya fronda tocaba los niveles del cielo.

La anterior es una posible corrección al escrito que te presentamos. Ponte de acuerdo con tu profesor acerca del código que van a utilizar para corregir y marcar los errores de los escritos que presentes. Éstos son sólo algunos:

-  cambiar de lugar la palabra.
-  palabra o frase mal utilizada o ambigua
-  espacio o sangría
-  insertar una palabra o frase
-  cambiar una letra
-  acento
-  suprimir

Ahora sí hay que cumplir con todos los requisitos que debe tener un reporte de investigación. Debemos *lavarle la cara* a nuestro borrador, *perfumarlo* y presentarlo.

Aparte de los elementos que debe tener un trabajo de investigación documental, existen otros requisitos:

1. Las citas textuales van entre comillas, con notas que refieren al autor, el título y la página.
2. Se utilizan hojas blancas tamaño carta, gruesas y sin adornos.
3. Se escriben a máquina con cinta negra por un solo lado.
4. Se numeran las hojas.
5. Se deja un margen derecho de 2 a 2.5 cm; un margen izquierdo de 3 cm; un margen superior de 3 cm, y un margen inferior de 3 cm.

Observemos cómo quedó el borrador después de que lo limpiamos:

1.6 Los Mayas

Los mayas, al igual que la mayoría de los pueblos de la antigüedad, describieron el Universo a partir de la existencia de dioses. Éstos podían ser a la vez masculinos y femeninos, jóvenes y viejos, benéficos y maléficos. No eran seres perfectos ni autosuficientes, sino que para poder seguir existiendo necesitaban de los hombres y el culto.

Para los mayas el mundo era una superficie plana, cuadrangular y superpuesta. Según algunos autores, los planos eran siete, pero otros afirman que eran nueve. Esos planos se dividen en cuatro sectores asociados con colores significativos: rojo, al este; blanco, al norte; negro, al oeste; amarillo, al sur, y verde, al centro. Aquí se encontraba una gran ceiba, cuyas raíces penetraban en el mundo subterráneo y cuya fronda tocaba los niveles del cielo.

Muchos de los mitos y creencias de los mayas fueron recopilados y escritos en lengua latina por mayas del siglo XVI y es lo que actualmente conocemos como el Popol Vuh. Es interesante comparar el mito de la creación de los mayas con los de los pueblos europeos y asiáticos y encontrar algunas semejanzas: "Antes de la Creación no había hombres, ni animales, pájaros, pescados, cangrejos, árboles, piedras, hoyos, barrancos, paja ni bejucos y no se manifestaba la faz de la tierra; el mar estaba suspenso y en el cielo no había cosa alguna que hiciera ruido. No había cosa en orden, cosa que tuviera ser, si no es el mar y el agua que estaba en calma, y así todo estaba en silencio y obscuridad como noche. Solamente estaba el Señor y Creador, Gucumatz, Madre y Padre de todo lo que hay en el agua, llamado también Corazón del Cielo porque está en él y en él reside. Vino su palabra acompañada de los señores Tepeu y Gucumatz y, confiriendo, consultando y teniendo consejo entre sí en medio de aquella obscuridad, se crearon todas las criaturas". (Popol Vuh, p. 3.)

Según los mayas, los dioses crearon el mundo para que en él pudiera habitar un ser que los venerara. Para que esto sucediera, los dioses mayas tuvieron que crear y destruir el mundo varias veces.

Bibliografía

Por último, es importante que consignes todas las fuentes bibliográficas y hemerográficas que hayas utilizado. Para ello recurre a todas tus fichas y ordénalas alfabéticamente. Deberás cumplir, además, con los siguientes requisitos mínimos:

Titula una página con la palabra *Bibliografía* en el centro del margen superior de la hoja.

Empieza la primera línea de la referencia en el margen izquierdo y las siguientes a renglón seguido; para que destaque el nombre del autor deja una sangría de ocho espacios.

Deja doble espacio entre una y otra referencia.

Ejemplo:

Bibliografía

Anónimo: Popol Vuh. México, Ed. Porrúa, 1965 (Colección Sepan Cuantos, 36).

Hacyan, Shahan: El descubrimiento del Universo. México, Fondo de Cultura Económica, 1986 (La ciencia desde México, 6).

Moreno Corral, Marco Arturo (comp.): Historia de la Astronomía en México. México, Fondo de Cultura Económica, 1986 (La ciencia desde México, 4).

Rodríguez, Luis F.: Un Universo en expansión. México, Fondo de Cultura Económica, 1986 (La ciencia desde México, 1).

Sagan, Carl: Cosmos. Barcelona, Ed. Planeta, 1980.

Hemerografía

Naturaleza. Estrada, Luis. Bimestral, vol. 13, núm. 5, México, octubre de 1982.

¿Cómo te sientes ahora, después de realizar tanto trabajo y tener frente a ti un producto tuyo? Es reconfortante verlo y recordar todas las dificultades que enfrentaste para elaborarlo. Ahora sólo nos queda divulgar nuestro trabajo, dálo a conocer a otros compañeros, exponerlo oralmente. Pero esto es más fácil de hacer. Veamos qué recomendaciones podemos hacerte.

EXPOSICIÓN ORAL DEL TRABAJO

Para ubicarnos en este tema de la exposición oral podemos enfocarla como un acto comunicativo en el que intervienen los siguientes elementos:

<i>Actores:</i> Emisor: quien emite el mensaje.	Un estudiante o un equipo.
<i>Receptor:</i> A quienes se dirige el mensaje.	Un grupo escolar o un auditorio.
<i>Mensaje:</i> Reporte de investigación.	Tema seleccionado ya desarrollado.
<i>Medio:</i> Instrumentos que sirven a la comunicación.	Voz, láminas, dibujos, etcétera.
<i>Contexto:</i> Situación social en la que se transmite el mensaje.	Escuela y salón de clases o auditorio.

En la exposición oral, en consecuencia, los alumnos se constituyen en actores emisores de un mensaje (que será la investigación documental que hicieron) dirigido a sus compañeros y al profesor; los medios utilizados para transmitirlo serán la palabra oral y algunos apoyos visuales como cartulinas con dibujos, cuadros sinópticos, etc. El contexto de esta exposición es educativo.

Cuando te piden que expongas un tema en clases o cuando tus compañeros exponen oralmente una investigación, no sabes qué hacer y, por lo regular, se da un acto comunicativo fallido: leen fragmentos de textos o recitan memorizaciones en las que se olvidan partes, la nerviosidad es palpable, no se escucha y nadie entiende absolutamente nada.

- Total, luego copio el tema y lo estudio para el examen – comentan muchos al final de clases.

En esta sección te proporcionamos algunos elementos que te ayudarán en tus exposiciones orales. El primer paso consiste en delimitar de la propia exposición oral; por eso es conveniente que respondas, antes que cualquier otra cosa, las siguientes preguntas:

- ¿Qué voy a exponer?
- ¿Para qué y para quiénes voy a exponer?
- ¿Cuándo y dónde expondré?
- ¿Con cuánto tiempo cuento para la exposición?
- ¿Qué materiales tengo para la exposición?

Al dar respuesta a estos interrogantes contarás con una visión que te permitirá enfrentar la preparación y organización del tema que se va a exponer, y podrás enfrentar la cuestión básica de la exposición oral:

- ¿Cómo se hacen las exposiciones orales?

ORGANIZACIÓN DE LAS EXPOSICIONES ORALES

Antes que cualquier otra cosa, debes elaborar un esquema de tu exposición oral considerando los elementos que a continuación te señalamos:

Objetivo: Debes precisar claramente la razón, motivos y fines de tu exposición.

Introducción: Debes señalar los propósitos de la investigación documental realizada, la importancia del tema, las cuestiones planteadas como motivo de la Investigación, etc. Es conveniente hacer preguntas a los actores receptores para introducirlos al tema.

Desarrollo: Debes ordenar la información que pretendes transmitir señalando:

– Idea principal

Argumentos

Apoyos visuales o

Datos

audiovisuales

– Idea o ideas secundarias

Apoyan

Ejemplifican

Aclaran

Conclusión: Debes resumir lo expuesto, incluyendo la resolución de los problemas planteados en la introducción; así como alternativas o la conexión del tema con la vida diaria. Si hay tiempo puedes promover participaciones o debates.

Este esquema de la exposición te ayudará a distribuir el tiempo; la mayor parte de éste debe centrarse en el desarrollo del tema.

En este caso, la exposición oral depende de la investigación documental, por lo que es necesario hacer una adecuación de la investigación documental a la exposición oral. Los materiales de la investigación deben resumirse, destacando lo principal y seleccionando las ideas que sirven para reforzar, ejemplificar o aclarar el punto central del tema. Recuerda que no se trata de leer el trabajo, ni siquiera una parte de éste, sino de presentarlo de manera resumida, interesante y clara. Por eso, para la exposición oral se trabaja la investigación documental a fin de darle contenido al esquema de la exposición oral.

Finalmente, después de que definiste tu *esquema de exposición oral* y de que realizaste la *adecuación de la investigación documental a la exposición oral*, debes hacer los preparativos de la exposición:

1) Mide el tiempo de tu exposición. Si, por ejemplo, tu exposición oral fuera de una hora, deberás dedicarle 10 minutos a la introducción, 40 al desarrollo y 10 a la conclusión. El tiempo lo mides en ensayos previos.

2) Elabora los materiales de apoyo para tu exposición; en láminas puedes hacer cuadros sinópticos, dibujos, etcétera.

3) Si adecuaste la investigación documental a la exposición oral de manera resumida, ya comprendes y manejas el tema, sus ideas centrales, argumentos y datos que las sustentan, así como sus ideas secundarias, ejemplos y aclaraciones. En la medida en que entiendas el tema puedes prescindir de la lectura de textos o de memorizaciones sin sentido; en todo caso, los materiales de apoyo también te ayudarán en tu exposición.

4) Cuida la claridad, fluidez y entonación de tu exposición oral.

5) Lleva a cabo un ensayo previo de tu exposición para corregirla y perfeccionarla. La puedes hacer ante algunos compañeros o un profesor; toma en cuenta sus observaciones.

RECAPITULACIÓN

En este fascículo se desarrollaron dos temas, a saber:

1. La investigación documental

Como toda investigación, indaga, busca, averigua ciertos conocimientos o datos, pero en este caso recurre a fuentes documentales: libros, revistas, periódicos.

En tanto que método para recopilar, organizar y presentar información de fuentes documentales, tiene varias fases y técnicas:

– Fase de planeación: selecciona el tema de estudio, fija el objetivo, delimita el tema y lo justifica, elabora una agenda o plan de trabajo.

– Fase de lectura y recopilación de la información: hace una lectura exploratoria para determinar los textos de consulta, toma los datos de las fuentes documentales seleccionadas en fichas bibliográficas o hemerográficas; hace una lectura de comprensión y elabora fichas de trabajo.

– Fase de organización de la información: se ordenan las fichas de trabajo por temas y subtemas y se fija un esquema de redacción.

– Fase de redacción y presentación del trabajo: apoyándose en el esquema de redacción y las fichas de trabajo se hace una primera redacción o borrador; se corrige el borrador y se hace una redacción definitiva y, al efecto, se consideran todos los elementos que debe contener un reporte de investigación documental: portada, índice, etcétera.

2. La exposición oral

Es preciso delimitar la exposición oral estableciendo el qué, para quiénes, cuándo, dónde, etcétera.

La exposición oral se organiza considerando lo siguiente:

Continuando un esquema con: introducción, desarrollo y conclusión.

Adecuando la investigación documental a la exposición oral.

La exposición oral se prepara con ensayos previos en los que se mide el tiempo, se elaboran los materiales de apoyo, se cuida la claridad, fluidez y entonación, etcétera.

Una vez finalizado el estudio de este fascículo conoces y manejas ya un método de investigación muy útil y simple: el de la investigación documental. Seguiste cada una de sus fases y realizaste prácticas de sus distintas técnicas. Has adquirido una habilidad que sin duda te será de mucha utilidad para elaborar los diversos trabajos que pedirán los maestros a lo largo de tus estudios. De hecho, mientras se estudia, leer y escribir son dos momentos de un mismo proceso: la lecto-escritura; por eso es necesario manejar métodos y técnicas de lectura y redacción, ya que son la base de un aprendizaje más provechoso.

Todas las actividades escolares y de estudio se apoyan en tales métodos y técnicas de lectura y redacción, como es el caso de la exposición oral. Aprendiste también un método muy sencillo para hacer tus exposiciones orales. No dejes de utilizarlo, porque, igualmente, te ayudará en tu vida escolar.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN

1. ¿Para qué sirve la investigación documental? Argumenta tu respuesta.
2. ¿Por qué es necesario delimitar un tema para hacer una investigación documental?
3. Proporciona un ejemplo de la primera fase de la investigación documental:
 - Selecciona un tema.
 - Indica el objetivo de la Investigación.
 - Delimita el tema.
 - Justifica el tema a investigar.
4. Elabora un esquema de conceptos relacionados sobre el tema de la contaminación y, posteriormente, un esquema de trabajo.
5. ¿Qué utilidad tienen las agendas de trabajo para realizar investigaciones? ¿Cómo aplicarías esta técnica en tu vida escolar?
6. Señala los pasos que se deben seguir en la fase de lectura y acopio de información.
7. Conforma un fichero para guardar tus tarjetas de trabajo, ordénalas por temas y subtemas.
8. Indica los elementos que debe tener un reporte de investigación.
9. Explica cómo se hacen las fichas que se utilizan en la investigación documental.
10. ¿Qué momentos tiene la redacción del reporte de investigación?
11. Enumera los pasos para exponer oralmente tu investigación.
12. Elabora un cuadro en el que identifiques lo que se debe considerar para hacer una exposición oral.
13. ¿Qué se plantea en la introducción de una exposición oral y cuánto debe tener?

LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN

En este apartado final te proporcionamos una serie de indicaciones sobre las tareas o preguntas que se te plantearon en las Actividades de consolidación.

1. La Investigación documental sirve para llevar a cabo indagaciones o investigaciones teóricas, académicas o escolares sobre fuentes documentales (libros, revistas, periódicos, etc.); es un método con una serie de técnicas que guían el proceso de lectura y recopilación, organización, así como de redacción y presentación de información obtenida de fuentes documentales.

2. Es necesario delimitar los temas de las investigaciones documentales porque se corre el riesgo de plantearse temas tan generales o tan vastos que la investigación necesariamente quedaría incompleta o, incluso, sin término. Recuerda: debes precisar y particularizar el tema, formularlo por escrito, señalando los objetivos y la justificación del tema propuesto para ser investigado.

3. La primera fase de la investigación documental es la de la *Planeación*; en ella se selecciona el tema a investigar, se delimita (precisándolo, con sus objetivos y justificación) y se hace un esquema de trabajo. Recuerda que es recomendable seleccionar temas de investigación que respondan a tus intereses o necesidades; tiene que particularizarse el tema al formularlo por escrito, con los objetivos o finalidades bien claras (de preferencia, usando verbos en infinitivo), justificando la temática de la investigación y señalando su importancia y/o las razones o motivos de la selección.

4. Puedes consultar los diferentes esquemas que se manejaron como ejemplos en el texto.

Existen varias formas de hacerlos:

- Colocas el tema al centro y vas conectando las ideas que se derivan de él.
- Puedes reordenar de acuerdo con la importancia o jerarquía de ideas, o conforme al enfoque asumido.
- Finalmente, tendrás que ordenar el *Esquema* con sus temas y subtemas, establecer una jerarquía de los mismos, reuniéndolos numéricamente.

No olvides que el esquema debe ser congruente con el planteamiento y los objetivos.

5. Las agendas de trabajo son muy útiles en las investigaciones documentales porque, al definir las acti-

vidades a realizar con sus fases, ubicándolas en el tiempo que dispones para concluir tu investigación, tienes la garantía de que puedes terminar el trabajo. En ocasiones es necesario revisar la agenda y hacerle ajustes, pero se deben respetar los tiempos establecidos para terminar con oportunidad tu investigación. Este método puedes aplicarlo a tu vida escolar para hacer tus tareas, estudiar, etc. Es una forma metódica de enfrentar tareas u objetivos asignados con un tiempo limitado.

6. En la fase de lectura y recopilación de la información se realiza primero una lectura exploratoria para determinar los textos que nos van a servir como fuentes documentales; se les sacan los datos identificatorios en fichas bibliográficas o hemerográficas, se realiza una lectura de comprensión y, paralelamente, se registra la información importante en las fichas de trabajo.

7. ¿Un fichero? Sí, es la organización de las fichas de trabajo por temas y subtemas; por lo regular se hacen en cajas. Es una fase necesaria porque la organización de las fichas define el esquema de redacción del trabajo.

8. Los elementos que debe tener un reporte de investigación son:

- Portada.
- Índice.
- Introducción.
- Desarrollo.
- Conclusión.
- Bibliografía.

Esperamos que hayas explicado también cada elemento.

9. Recuerda que existen varios tipos de fichas: bibliográficas, hemerográficas y de trabajo. Las dos primeras registran los datos identificatorios de las fuentes documentales; las fichas de trabajo incluyen la información de tales documentos, la cual se utilizará en la investigación.

Las fichas bibliográficas y hemerográficas se hacen en tarjetas de 7.5 x 12.5 cm, y toman los datos que nos permiten identificar las fuentes documentales: autor, título, editorial, país, fecha, etc. Debes seguir el orden establecido.

Las fichas de trabajo se hacen en tarjetas de 12.5 x 19 cm y contienen la información importante para la investigación; para usar estas fichas se deben señalar el tema y el subtema, así como las referencias de la fuente documental. Existen fichas de trabajo de cita textual, paráfrasis, resumen y comentario, mismas que se pueden combinar entre sí.

10. Para la redacción del reporte de investigación es conveniente:

- Convertir el esquema de trabajo en un esquema de redacción: ordenar las fichas de trabajo que utilizaremos en un esquema (con temas y subtemas establecidos y ordenados de manera definitiva) que guiará la redacción.
- Hacer una primera redacción o borrador.
- Corregir el borrador y darle su presentación final.

11. El método para una exposición oral establece los siguientes pasos:

- Delimitación de la exposición oral (qué, para quiénes, cuándo, dónde, etcétera).
- Organización: establecer el esquema (introducción, desarrollo y conclusión); adecuación de la investigación documental a la exposición oral.
- Preparativos (medir tiempo, materiales de apoyo, ensayos, etcétera).

12. En un cuadro para la exposición oral tendrás que considerar lo que anteriormente te señalamos y tratar de organizar los elementos de manera gráfica.

13. En la introducción de una exposición oral simplemente se plantea el propósito de la investigación, la justificación de la misma y la delimitación del tema.

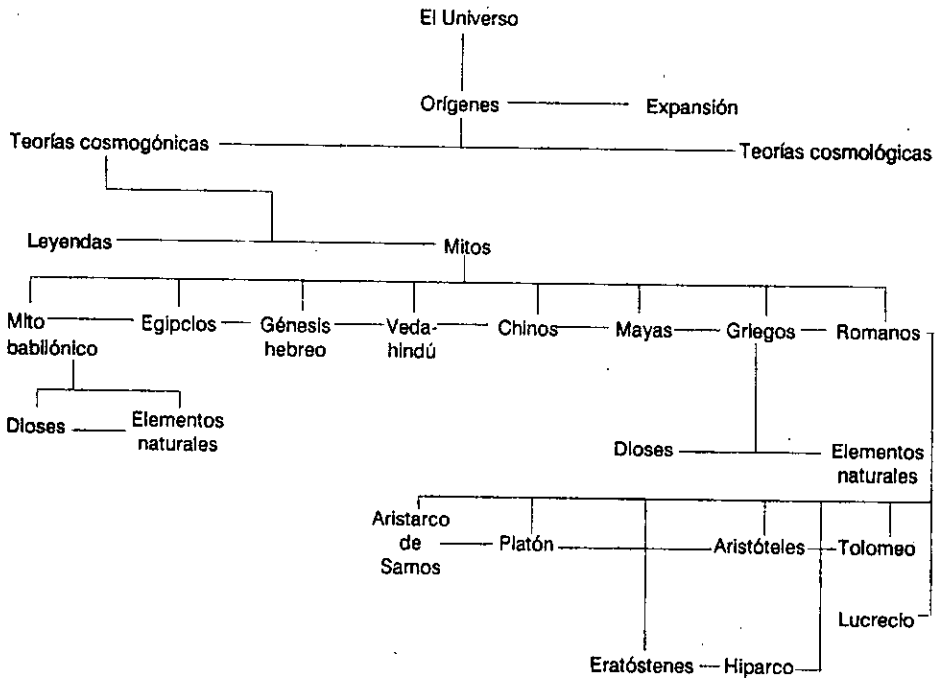
ACTIVIDADES DE GENERALIZACIÓN

Planea la realización de una exposición oral con todos los elementos que aprendiste. Graba tu exposición en un cassette, escúchalo y evalúalo de acuerdo con los criterios que se establecen en este fascículo. Si es necesario haz una última corrección.

ANEXO

Respuestas al ejercicio del texto modelo

Diagrama o cuadro sinóptico



(Pudiste utilizar cualquier otro recurso: subrayado, síntesis, resumen, etcétera.)

Cuadro de vaciado de datos
Respuesta 4

<i>Mito</i>	<i>Fuente</i>	<i>Afirmaciones</i>	<i>Dioşes</i>	<i>Época</i>
Mito babilónico	<u>Enuma Eris</u>	<ul style="list-style-type: none"> - caos primordial. - estaban mezcladas el agua de mar, el agua de los ríos y la niebla. - el mundo era una bolsa llena de aire, cuyo piso era la tierra y el techo la bóveda celeste. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiamat: agua de mar - Apsu: agua de río - Mummu: niebla - Lahmu - Lahamu - Anshar - Kishar - Marduk 	S. XV a.C.
Egipcios		<ul style="list-style-type: none"> - el universo era una caja alargada de norte a sur tal como su país. - durante el día, el sol recorría el cielo de oriente a poniente y, durante la noche, rodeaba la tierra por el norte en un barco que navegaba por el Río Ur-Nes, escondida su luz de los humanos detrás de las montañas del Valle Dait. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atum: sol - Chu: aire - Tefnut: humedad - Nat: cielo - Geb: tierra 	
Hebreos	<u>Génesis</u>	<ul style="list-style-type: none"> - el espíritu de Dios se movía sobre la faz de las aguas el primer día de la creación. - el segundo día, Dios puso el firmamento entre las aguas superiores y las inferiores. - en el tercer día, Dios separó la tierra firme de las aguas que quedaron abajo. 	Dios	
Hindúes	<u>Veda</u>	<ul style="list-style-type: none"> - el Universo nació de un estado primordial indefinible. - El Universo era una superposición de tres mundos: el cielo, el aire y la tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> - Vishu - Brahma 	
Chinos	<u>Chou pi suan ching</u>	<ul style="list-style-type: none"> - el cielo y la tierra son planos. - el Universo está formado por dos sustancias: el yang y el yin, asociados al movimiento y al reposo. 		S. IV a.C.
Mayas		<ul style="list-style-type: none"> - la Tierra es rectangular y el Sol gira alrededor de ella. - Existencia de siete cielos, planos y superpuestos. 	Hun ab ku	S. IV y IX d.C.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Escobar, Carlos: *Preparación de informes escritos*. UNAM, México, 1985 (Col. Guía del Estudiante).
- Bazán, José et al.: *Estrategias de Lectura y Redacción*. UNAM, México, 1989 (Serie Textos Preparatorios, 5).
- Cassany, Daniel: *Describir el escribir*. Ed. Paidós, Barcelona, 1989 (Col. Comunicación, 37).
- Cázares Hernández, Laura et al.: *Técnicas actuales de investigación documental*. Ed. Trillas, México, 1990.
- González Reyna, Susana: *Manual de redacción e investigación documental*. Ed. Trillas, México, 1982.
- Serafini, María Teresa: *Cómo redactar un tema*, Ed. Paidós, Barcelona, 1989 (Col. Instrumentos Paidós, 4).
- Zacaula, Frida. *Guía de comprensión de lectura*, SEP/SESIC, CONPES, México, 1988.

*Taller de Lectura y Redacción II, fascículo I: El
discurso periodístico: Estructura y contenido*
se terminó de imprimir en enero de 1993.
La edición consta de 4 000 ejemplares.

**TALLER DE LECTURA Y
REDACCION II**



**COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA
COORDINACIÓN DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA**

**TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN II
FASCÍCULO I
EL DISCURSO PERIODÍSTICO: ESTRUCTURA Y CONTENIDO.**

*Pilar Rodríguez Juárez
Alfonso Pérez Morales*

Pilar Rodríguez Juárez

COLEGIO DE BACHILLERES

Director General

Lic. Ramón Díaz de León Espino

Secretario Académico

Fts. Rafael Velázquez Campos

Coordinador Sectorial de la Zona Norte

Lic. Ricardo Orozco Castellanos

Coordinador Sectorial de la Zona Centro

Lic. Arturo Monterosas Tobón

Coordinador Sectorial de la Zona Sur

Q.F.B. Ma. Elena Saucedo Delgado

Coordinador del Sistema de Enseñanza Abierta

Mtro. Norman Pérez Paz

Directora de Planeación Académica

Mtra. Susana Sabath Heller

Directora de Servicios Académicos

Profra. Ma. Elena Solís Sánchez

Director de Extensión Cultural

Prof. Ricardo Camacho Segura

Asesora de contenido: Frida Zacula Sampieri

Asesora pedagógica: Lorena Ramírez Ballesteros

Esta publicación tiene fines didácticos y de investigación científica acordes a los establecidos en el artículo 18 y análogos de la Nueva Ley Federal de Derechos de Autor.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN GENERAL	V
PRESENTACIÓN	VI
PROPÓSITO	VIII
INTRODUCCIÓN	IX
CUESTIONAMIENTO GUÍA	X
DEL HECHO A LA NOTICIA	1
ESTRUCTURA DE PERIÓDICOS Y REVISTAS	6
EL DISCURSO PERIODÍSTICO	15
ENUNCIADOR Y ENUNCIATARIO	15
EL REFERENTE	17
EFECTO DE SENTIDO	19
LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS	22
NOTA INFORMATIVA	23
DE LA NOTA INFORMATIVA A LA OPINIÓN SOBRE LOS HECHOS	29
OTRAS FORMAS Y RECURSOS PERIODÍSTICOS: ENTREVISTA Y REPORTAJE	30
EXPRESIÓN ORAL	33
ELEMENTOS PARA EL MANEJO DEL AUDITORIO	33
RECAPITULACIÓN	35

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN 38

LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN 39

BIBLIOGRAFÍA 40

*Taller de Lectura y Redacción II, fascículo I: El
discurso periodístico: Estructura y contenido
se terminó de imprimir en enero de 1993.
La edición consta de 4 000 ejemplares.*

**TALLER DE LECTURA Y
REDACCION II**



**COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA
COORDINACIÓN DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA**

**TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN II
FASCÍCULO I
EL DISCURSO PERIODÍSTICO: ESTRUCTURA Y CONTENIDO**

*Pilar Rodríguez Juárez
Alfonso Pérez Morales*

Pilar Rodríguez Juárez

COLEGIO DE BACHILLERES

Director General

Lic. Ramón Díaz de León Espino

Secretario Académico

Fís. Rafael Velázquez Campos

Coordinador Sectorial de la Zona Norte

Lic. Ricardo Orozco Castellanos

Coordinador Sectorial de la Zona Centro

Lic. Arturo Monterosas Tobón

Coordinador Sectorial de la Zona Sur

Q.F.B. Ma. Elena Saucedo Delgado

Coordinador del Sistema de Enseñanza Abierta

Mtro. Norman Pérez Paz

Directora de Planeación Académica

Mtra. Susana Sabath Heller

Directora de Servicios Académicos

Profra. Ma. Elena Solís Sánchez

Director de Extensión Cultural

Prof. Ricardo Camacho Segura

Asesora de contenido: Frida Zacaula Sampieri

Asesora pedagógica: Lorena Ramírez Ballesteros

Esta publicación tiene fines didácticos y de investigación científica acordes a los establecidos en el artículo 18 y análogos de la Nueva Ley Federal de Derechos de Autor.

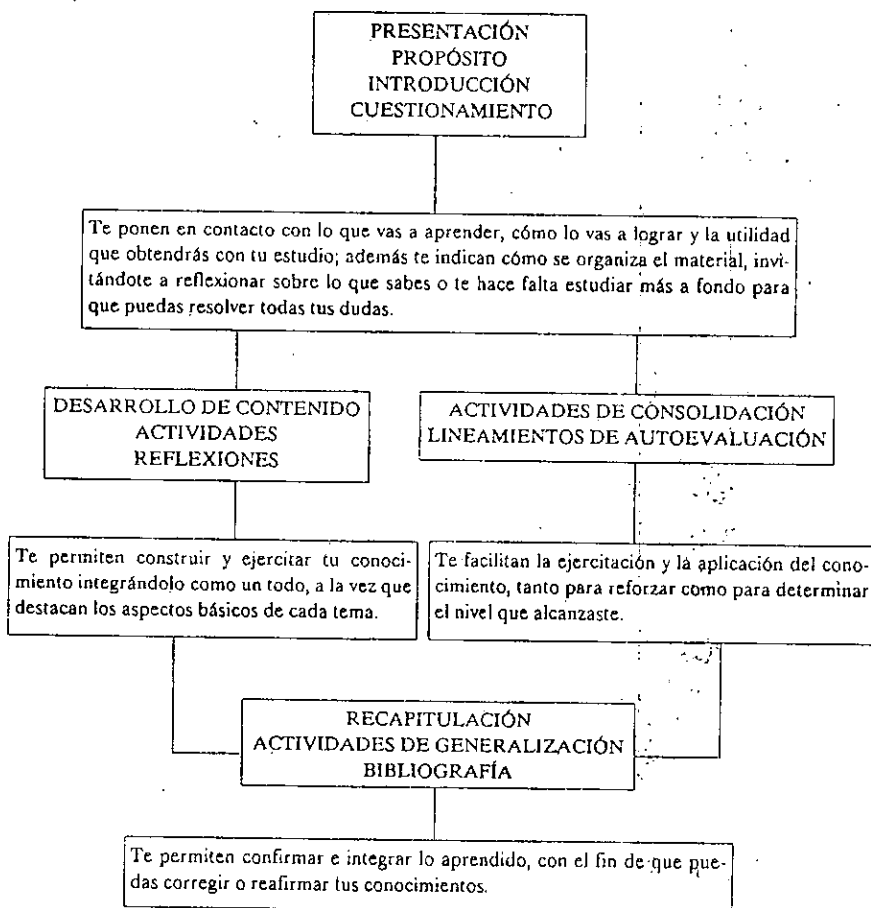
PRESENTACIÓN GENERAL

El Colegio de Bachilleres, dentro de su plan de trabajo 1991-1994, consideró necesario impulsar la actualización y homogeneización de los programas de su plan de estudios, en sus modalidades escolarizada y abierta.

Con este propósito, y con una amplia participación de maestros del Colegio, se desarrollaron los trabajos de actualización, orientados al fortalecimiento de la formación propedéutica universitaria de sus egresados, de tal manera que nuestra Institución responda mejor, desde su ámbito de competencia, a los requerimientos del país.

Como fruto de ese esfuerzo académico de profesores del Colegio de Bachilleres, en colaboración con asesores psicopedagógicos y de contenido, se proporcionan a nuestros estudiantes estos fascículos de apoyo al aprendizaje, los que en forma dinámica se irán mejorando en la medida que se recojan las experiencias directas y enriquecedoras que aporta el ejercicio educativo.

DIRECCIÓN GENERAL



PROPÓSITO

distinción y diferencia

En el Taller de Lectura y Redacción I aprendiste a manejar distintos tipos de textos, entre ellos los periodísticos. Corresponde a este primer fascículo de Taller de Lectura y Redacción II adentrarte en el conocimiento de la estructura y el contenido de estos últimos. Aquí te describiremos sus características, las diferentes formas de presentar la información, deteniéndonos en la nota informativa. También conocerás ciertos recursos para manejar un auditorio cuando tengas que hacer una exposición.

INTRODUCCIÓN

En este fascículo se definen la estructura y el contenido del discurso periodístico. Te proporcionaremos elementos que te permitan determinar cuándo un hecho o suceso se convierte en noticia: cómo se seleccionan los contenidos, y conocerás los criterios que siguen los periódicos y las revistas para organizar y estructurar su información. Asimismo, te señalaremos la utilidad de las informaciones periodísticas para llevar a cabo tus investigaciones escolares.

No sólo examinaremos la estructura de periódicos y revistas, también distinguiremos los elementos que conforman el discurso periodístico: *quién* los elabora, de *qué* tratan, *cómo* presentan los textos, y los efectos que tienen en los lectores.

De igual manera te acercaremos a los géneros periodísticos, con especial énfasis en la importancia de la nota informativa y la inclusión de ejercicios para que practiques la redacción de este tipo de notas. No se descuidó el mejoramiento de la expresión oral, por lo que te sugerimos algunas ideas para el manejo del auditorio.

Este fascículo incluye actividades que te permitirán construir tu aprendizaje y reflexionar sobre él: no las menosprecies, son tan importantes como los demás contenidos. Por último, te recordamos que puedes recurrir a tus profesores o consultores para que asesoren y revisen las actividades que realices.

Eds. Víctor A. P. 10

CUESTIONAMIENTO GUÍA

La Historia registra todos los días múltiples hechos sociales e individuales, nacionales e internacionales, particulares o públicos. Nos enteramos de esto gracias a los medios de comunicación de masas, los cuales en forma constante te transmiten noticias de lo que ocurre en nuestro país y en el mundo. Sin embargo, no todo lo que acontece llega a los periódicos o a los noticieros de la radio y la televisión. ¿Podrías explicar por qué y cómo un suceso se convierte en noticia de los medios de comunicación de masas?

→ La comunicación es una actividad presente en todos los actos de nuestra vida; leer periódicos y/o revistas es un hábito mediante el cual nos mantenemos informados. Así todos hemos leído, ya sea por medio de una lectura rápida o bien con minucioso interés las noticias que aparecen en sus páginas, pero, ¿sabes cuál es su estructura, cómo se organiza su información o qué tipo de formatos utilizan? Periódicos y revistas contienen información muy diversa que puede agruparse de acuerdo con su finalidad, intención y forma de presentación. ¿Sabes cuántos tipos de textos periodísticos existen?

De hecho, algunos textos periodísticos, más que transmitir información, comentan o valoran los hechos, otros presentan opiniones subjetivas o de grupo, etc. Las noticias que lees en los periódicos o que transmiten la radio o la televisión se hacen de acuerdo con cierto modelo. ¿Lo conoces? ¿Sabes cómo se escriben las notas informativas? Es conveniente conocerlas para manejarlas en tus tareas escolares.

Uno de los objetivos de estos fascículos es que adquieras habilidades y las pongas en práctica. Por tal razón no podemos olvidar la expresión oral. ¿Conoces los recursos que puedes utilizar para hacer una exposición ante un auditorio?

Tal vez te surjan dudas en muchos de los temas que se tratan en estas páginas, pero, a medida que avances en el estudio de este fascículo, adquirirás conocimientos y habilidades que te permitirán mejorar la lectura, la redacción y la expresión oral.

Lo del hábito debería ser un resultado secundario
Cuestionar sobre estrategias de la lectura

DEL HECHO A LA NOTICIA

En nuestra vida diaria suceden muchos acontecimientos o incidentes; algunos sólo interesan o afectan a unos cuantos; por ejemplo: si se casó fulanita con zutanito, si el bebé que tuvo la tía fue una niña, que si la *combi* donde iba tu amigo chocó... Otros hechos tienen interés para determinado grupo social o afectan a toda la sociedad; por ejemplo cuando el hecho sólo interesa o afecta a muy pocos no trasciende a los medios de comunicación de masas, pero si el acontecimiento es relevante o tiene amplias repercusiones sociales, puede convertirse en una *noticia periodística*.

Una noticia es una comunicación o información sobre hechos actuales, desconocidos, inéditos, de interés general, con un determinado valor político-ideológico, que se trasmite en forma oportuna y de manera objetiva, concisa y exacta.

Sin embargo, noticia que es importante para un periódico o una revista y para las personas que la buscan, la compran y la leen, no lo es para otros medios informativos ni para mucha gente. ¿Por qué? Una respuesta es que las noticias se seleccionan y las transmiten los comunicadores de los medios de acuerdo con diferentes criterios:

- Tipo de periódico o revista (general o deportivo, político o de modas, cultural o de espectáculos, etcétera).
- Novedad, importancia, implicaciones de los sucesos.
- Enfoque o posición ideológico-política de los editores.

Por esto existen muchos tipos de noticias y diversas maneras de presentarlas: pueden ser pequeños recuadros en las páginas interiores de los periódicos u ocupar el titular de la primera plana, omitirse en algunos diarios o destacarse en otros, pueden aparecer en ciertas revistas y en otras no.

Veamos algunos ejemplos:

Hace pocos años no había noticias sobre la calidad del aire de la Ciudad de México, pero recientemente, a partir de las inversiones térmicas y de la creación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, cada día se informa sobre el índice metropolitano de calidad del aire (imeca), por lo regular en noticias breves:

CONTAMINACIÓN

Ayer el suroeste registró el índice más alto de ozono: 229 imecas

Los niveles de contaminación de ozono de ayer provocaron que la calidad del aire en la Ciudad de México fuera *no satisfactoria y mala*.

Según el Índice Metropolitano de Calidad del Aire (imeca), el nivel más alto de ozono se registró en el suroeste, con 229 puntos, mientras que las zonas noroeste, centro, sureste y noreste alcanzaron 211, 205, 146 y 123 puntos, respectivamente.

De acuerdo con el reporte de la Secretaría de

Desarrollo Urbano y Ecología (Sedue), estos índices se debieron a una masa de aire tropical que originó fuerte insolación y vientos débiles, favoreciendo la concentración de contaminantes y la formación de ozono. El plan de Contingencias no se aplicó debido a que el pronóstico meteorológico indicaba que después de las 16 horas aumentaría la intensidad de los vientos.

Para hoy se espera que la calidad del aire sea *no satisfactoria* de 10 a 16 horas y *mala* de 12 a 15 horas.

(La Jornada, 16 de marzo de 1992.)

Atención

Sin embargo, cuando un hecho reviste mayor importancia y tiene amplias repercusiones sociales, puede convertirse en la principal noticia de la primera plana de los periódicos:

La Jornada

DIRECTOR GENERAL CARLOS PAYAN VELAZQUEZ ■ MEXICO, D.F. AÑO OCHO ■ NUMERO 2886

■ Sin precedente: 398 puntos Imeca en el suroeste

HOY MARTES 17 DE MARZO DE 1992

Emergencia ambiental

CIUDAD DE MEXICO, 13:30 HORAS DEL LUNES



Una gruesa capa de smog hizo ayer cubrir la ciudad de México. El Foto: Fran Rivas

Los vehículos con calcomanías rosa y azul no circularán hoy

Cuarta vez en el año que se superan los 300 puntos de ozono Desde ayer se aplica parcialmente la fase II del Programa de Contingencias Ambientales Hoy a las 14:30 horas se evaluará si continúa o se levanta la emergencia ambiental Se prevé que se mantengan este día las malas condiciones atmosféricas La suspensión de clases incluye a escuelas oficiales y particulares en la zona metropolitana El martes 24 anunciará el DDFN nuevas medidas contra la contaminación. ■ 22

Reducirán entre 50 y 75% su actividad más de 200 industrias

No habrá clases en preescolar, primarias y secundarias

En días próximos, la plática telefónica entre mandatarios, precisa Los Pinos

Página 23

Todd, embajador en la UNESCO; Guillermo Velasco dirigirá el INI

Página 9 y 13

Reabre la PGR la indagación sobre el mexicano muerto en Guatemala

Página 17

Clinton, favorito en Michigan e Illinois; el TLC, tema de debate

Página 21

Baja 3% la bolsa japonesa; la peor caída en 5 años

Página 22

■ PLAZA PUBLICA

Miguel Ángel Graedon Chapa

■ Procuraduría Agraria

■ Arturo Warren Gray

No se puede imaginar ni seriedad ni el más mínimo sentido de las funciones del Procurador Agrario, si se va a mantener en el poder, en la medida que se le permite que se mantenga en el poder, sin que nadie se atreva a decirle que se vaya.

1200 pesos

ACTIVIDAD

Lee las siguientes noticias y jerarquízalas de acuerdo con su importancia y las implicaciones que pueden tener.

los de la p...

Dar criterios

— Oírse los hechos y noticias.
Utilizar los recursos de la lengua.

Advierte Elba Esther

La desconcentración de SEP no dañará las estructuras del SNTE

MIGUEL ÁNGEL RAMÍREZ ENVIADO.

TEPIC. Nay., 18 de marzo.- El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), no permitirá su desmembramiento con el pretexto de la descentralización administrativa de la Secretaría de Educación Pública, declaró Elba Esther Gordillo, secretaria general de esa organización al ser entrevistada en esta ciudad.

"Cualquier medida que se quiera hacer al margen de la organización y de los maestros, que contamos con derechos constitucionales y voluntad, será rechazada. Hemos decidido seguir siendo el sindicato nacional y seremos", enfatizó.

Dijo estar convencida hasta hoy de la voluntad democrática del gobierno del presidente Salinas de Gortari y el secretario de Educación Pública "me ha ratificado en varias circunstancias que nada se hará si no lo hacemos en forma consensada y democrática y en ese sentido sabemos que juntos tenemos que asumir un compromiso con la educación, pero que nos demuestren que cualquier medida que se toma es para garantizar la calidad en la educación, no para erosio-

narla, no para desentenderse, no para perder la unidad nacional, no para que perdamos el libro del texto gratuito".

Expresó que para elevar la calidad de la educación es necesario mejorar el nivel de vida de los maestros, más preparación para ellos y niños bien alimentados.

Respecto al Tratado de Libre Comercio, opinó que el magisterio está con la voluntad de prepararse mejor y elevar la calidad de la educación para el bien de la nación. Estamos dispuestos a asumir el reto, siempre y cuando se le den al maestro todos los apoyos que necesita para preparar mejores alumnos, subrayó.

Afirmó que lo que falta en México para mejorar la educación son recursos, preparar mejor a los maestros, armar programas educativos serios, actualización y superación profesional del magisterio, pagarle mejor al profesor, elevar la calidad de la alimentación de los niños, esto obligará a las autoridades a revisar el programa de desayunos escolares. En suma, revisar los contenidos, los planes y programas de educación, precisó.

Elba Esther Gordillo acompañó a Ernesto Zedillo Ponce de León, secretario de Educación Pública, quien realizó una gira de trabajo por esta entidad.

¿a quién le interesa a quién afecta?

Ninguna propuesta concreta para modificar el calendario escolar

Hilario Monroy A.

A casi dos meses de haber sido instalada, la Comisión para el Estudio del Calendario Escolar ha sostenido ya tres reuniones de trabajo y todavía ninguna de las dependencias oficiales, gobiernos capitalino y del estado de México, grupos ecologistas, representantes populares, investigadores en la materia y padres de familia han presentado ahí una propuesta concreta para modificar el ciclo lectivo en la zona metropolitana de la ciudad de México.

Hasta ahora, cada una de las partes mencionadas ha dado a conocer en su oportunidad informes técnicos, lo que ha propiciado que no se tengan avances importantes; faltan cinco reuniones para que el 22 de mayo próximo, presente sus diagnósticos, conclusiones y propuestas al titular de la Secretaría de Educación Pública, Ernesto Zedillo Ponce de León, en torno a las modificaciones del calendario escolar.

El coordinador de la mencionada comisión y subsecretario de Educación Elemental de la SEP, Juan de Dios Rodríguez Cantón, dejó en claro que se respetará el plazo fijado para determinar si el ciclo escolar continúa igual o se cambia, ante las demandas del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), así como asociaciones de padres de familia.

"El estudio final sobre el calendario es-

colar estará listo en el lapso programado. Por ahora, la Comisión sigue trabajando", precisó, al aclarar que la aplicación del Plan de Contingencias Ambientales en su fase II --aplicado el martes-- de ninguna manera motiva a que se aceleren los trabajos de la comisión.

El pasado 27 de enero, el titular de la SEP, Ernesto Zedillo Ponce de León, aseguró, al instalar formalmente la Comisión para el Estudio del Calendario Escolar, que se trataba de estudiar "con objetividad, profundidad y apertura" la incidencia del calendario y horario escolar sobre las condiciones de la salud de los educandos y el medio ambiente, sin perder de vista en ningún momento, el propósito fundamental de asegurar una educación adecuada para los niños.

En las primeras tres reuniones de trabajo --realizadas el 14 y 28 de febrero, así como el 13 de marzo-- ya han leído sus informes al Departamento del Distrito Federal, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología. La siguiente reunión se efectuará el 27 de este mes.

Mientras tanto, la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), ha dicho que ante la falta de "sensibilidad" de la SEP, que "sigue manejando factores de tipo administrativo para negarse a la posibilidad de cambiar el calendario escolar, la Sección 9 del Distrito Federal tiene ya una propuesta surgida de diversas encuestas."

SEP: siguen suspendidos recreo y educación física en escuelas

Debido a que persisten los altos índices de inflicción, puntualiza

Hilario Monroy A.

La Secretaría de Educación Pública informó ayer que debido a que persisten los altos índices de contaminación que se registran en la zona metropolitana de la ciudad de México, seguirán suspendidas todas las actividades que se practiquen al aire libre —recreo y educación física— en las escuelas de los niveles preescolar, primaria y secundaria.

Habrá que recordar que a fines de noviembre pasado la propia dependencia anunció la suspensión durante tres meses de la materia de educación física en escuelas oficiales y privadas, por lo que los maestros se abstendrán de impartir la materia y practicarán ejercicios sólo cuando las condiciones ambientales lo permitan.

El 20 de noviembre el director general de Educación Física de la SEP, Rubén Maldonado Rodríguez, advirtió que tal disposición tenía que acatarse al pie de la letra, porque de lo contrario la niñez y la juventud podrían

ser víctimas de enfermedades de tipo bronquial respiratorio, así como gastrointestinal.

Por ello, ayer voceros de la SEP manifestaron que seguirán suspendidas todas las actividades al aire libre y —dijeron— la entrada de clases continuará teniendo una tolerancia de una hora.

Con esas medidas se pretende proteger en lo posible de la contaminación a los más de 3 millones de educandos en los niveles preescolar, primaria y secundaria en la zona metropolitana de la ciudad de México. La medida —establecieron— será mantenida hasta que sea necesario.

En ese sentido, Elio Bejarano, vocero de la Sección 9 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), informó que maestros de preescolar, primaria y escuelas especiales han manifestado que mantener a los niños en los salones de clases no los protege de la contaminación.

Elio Bejarano aseguró que está comprobado que la contaminación ambiental no se queda exclusivamente en los patios de las escuelas "La suspensión del recreo, educación física, así como la entrada a las 9 horas, son medidas inadecuadas, porque nadie garantiza que dentro de las aulas los alumnos están completamente protegidos", dijo.

ESTRUCTURA DE PERIÓDICOS Y REVISTAS

La información periodística la puedes recibir a través de los medios impresos, radiofónicos y televisivos de comunicación de masas. En general los medios impresos informan al público mediante periódicos y revistas. Para analizar la estructura de los medios impresos es necesario que consigas un periódico y una revista de cualquier tipo.

¿Ya las tienes a la mano? Ahora distingue las características de estas publicaciones. Obsérvalas, toma una y luego otra, hojeálas. En seguida se enlistan algunos indicadores para precisar la distinción:

<i>Nombre o Título</i>	<i>Periódico</i>	<i>Revista</i>
● Periodicidad		
● Presentación (tamaño, tipo de papel, etcétera)		
● Contenido (tema o asuntos)		

Notaste, con seguridad, que en tanto los periódicos aparecen en forma diaria, lo que los obliga a transmitir informaciones nuevas y casi de manera inmediata (incluso existen periódicos matutinos, vespertinos o últimas ediciones), las revistas pueden ser semanales, quincenales, mensuales, etc, por lo que manejan información comentada o analizada, de modo que se pueden especializar en ciertos temas: políticos, deportivos, espectáculos, etc. Su periodicidad también influye en su forma: los periódicos son un conjunto de hojas sueltas impresas en papel sencillo, mientras que las revistas están encuadernadas, cuentan con una portada y papel más fino.

Ya que hemos establecido esta distinción, nos adentraremos en la estructura del periódico.

Observa las siguientes reproducciones a escala de dos periódicos, concentra tu atención en lo que te señalan los números y después contesta las siguientes preguntas:

Sugerencia: actividad por persona

Fattam elements

Sin TLC, "muy Difícil" impedir la Desindustrialización de la Zona; Petricoli



EXCELSIOR

EL PERIODICO DE LA VIDA NACIONAL



NO. 187 - TERCER AÑO - MAYA ABOGADO - SEÑOR DON PEDRO DOMESTICO - MEXICO, D. F. - MARTES 17 DE MARZO DE 1993 - AVIACION CIVIL SA DE CV - PAGINA 27, 28 Y 29

Doble Hoy no Circula y Clases Suspendedas por el Ozono

En Argo, la Ciudad del Puerto Ozono Mundial

Riesgos en la Posguerra Fria

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...



La ciudad de Argo, la Ciudad del Puerto Ozono Mundial, muestra un nivel de contaminación ambiental que amenaza la salud de sus habitantes.

Paran 75% de Industrias Críticas

- 1. Dejar de operar las industrias pesadas en la Zona Metropolitana del Valle de México.
- 2. Dejar de operar las industrias pesadas en la Zona Metropolitana del Valle de México.
- 3. Dejar de operar las industrias pesadas en la Zona Metropolitana del Valle de México.

Privaría a Norteamérica de una Herramienta Única de Desarrollo

Constitución Mexicana...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

La idea de una zona libre de impuestos para atraer inversión extranjera...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Política de Comercio Libre

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Frentes "Libres" de la Ciudad de México

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Frente Unido Ante el Hombre en A. Latina

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...



La ciudad de Argo, la Ciudad del Puerto Ozono Mundial, muestra un nivel de contaminación ambiental que amenaza la salud de sus habitantes.

Es Hora de Transformar a la ONU; M5ya P.

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Crea Yeltsin un Ejército Ruso Independiente

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Doble Saldo Destino a Entregar sus Armas

El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...
El nivel de Agente Naranja, Producto de Subdesarrollo y Estrategia de Control, Esclavo y Terribles...

Idema
Mesa de Trabajo
del TLC

La Jornada

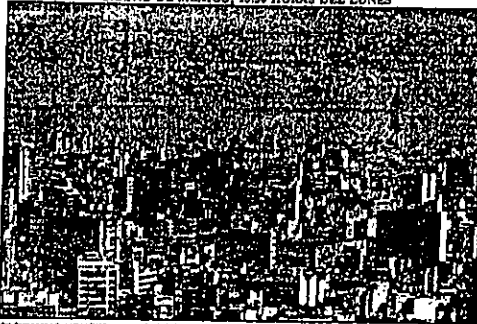
DIRECTOR GENERAL CARLOS PATAN VELVER ■ MEXICO, D.F., AÑO OCHO ■ NUMERO 2898

■ Sin precedente: 398 puntos Imeca en el suroeste

HOY MARTES 17 DE MARZO DE 1992

Emergencia ambiental

CIUDAD DE MEXICO, 13:30 HORAS DEL LUNES



Una densa capa de smog cubre ayer sobre la ciudad de México. © Foto Prensa Photo

Los vehículos con calcomanías rosa y azul no circularán hoy

Reducirán entre 50 y 75% su actividad más de 200 industrias

No habrá clases en preescolar, primarias y secundarias

Cuarta vez en el año que se superan los 300 puntos de ozono Desde ayer se aplica parcialmente la fase II del Programa de Contingencias Ambientales Hoy a las 14:30 horas se evaluará si continúa o se levanta la emergencia ambiental Se prevé que se mantengan este día las malas condiciones atmosféricas La suspensión de clases incluye a escuelas oficiales y particulares en la zona metropolitana El martes 24 anunciará el DDF nuevas medidas contra la contaminación.

En días próximos, la plática telefónica entre mandatarios, precisa Los Pinos

Página 32

Todd, embajador en la UNESCO; Guillermo Velasco dirigirá el INI

Página 9 y 12

Reabre la PGR la indagación sobre el mexicano muerto en Guatemala

Página 17

Clinton, favorito en Michigan e Illinois; el TLC, tema de debate

Página 37

Baja 3% la bolsa japonesa; la peor caída en 5 años

Página 27

PLAZA PUBLICA

Miguel Angel Granados Chapa
■ Procuraduría Agraria
■ Arturo Wazman Grijalva

En el sector agrícola se encuentran cerca de mil ejeros, se abren las acciones legales de ley

1200 pesos

a) ¿En qué se distinguen a simple vista?

b) ¿Qué parte de la primera plana señala cada número?

1. _____ 1. _____

2. _____ 2. _____

3. _____ 3. _____

4. _____ 4. _____

* 5. _____ 5. _____

Falta una descripción

Lo primero que habrás notado es que existen dos tamaños o formatos:

Formatos de Clásico o estandar: mide 58×39 cm y tiene ocho columnas.

periódicos Tabloide: mide 38×29 cm, aproximadamente, y tiene cuatro columnas.

Las reproducciones corresponden a la primera plana y cada número señala:

1. *Logotipo o título del periódico*: La mayoría se ubica en la parte central superior; en ocasiones, los espacios que quedan a sus lados, llamados «orejas», se cubren con anuncios pequeños.

2. *Fecha*: Indica el día de la publicación, así como el número del diario, el año, tomo o volumen. También señala el nombre del director general.

3. *Titulares o encabezados*: Que colocan la noticia principal de manera breve y llamativa, escritos con letras más grandes y marcadas (negritas).

4. *Fotografías*: Ilustran, por lo regular, alguna de las noticias principales.

5. *Textos*: Se distribuyen en columnas, y ocupan un mayor o menor espacio de acuerdo con su importancia.

Porque sirve índice

Si revisas el periódico con minuciosidad te percatarás que la información periodística se organiza en secciones, las cuales pueden estar separadas a lo largo del mismo. Observa tu periódico y llena el cuadro que te presentamos a continuación:

Nombre o logotipo: _____

Tamaño: _____

Periodicidad: _____

Nombre de la sección	De qué hablan	Páginas totales

Las secciones agrupan la información de acuerdo con la temática de los textos periodísticos, y varían según el tipo de periódico, al público que pretende informar, a las intenciones, etcétera.

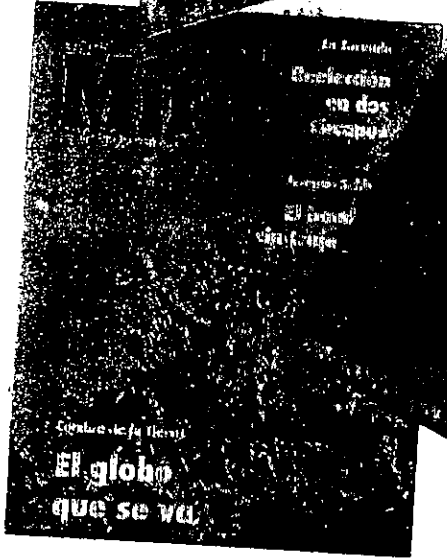
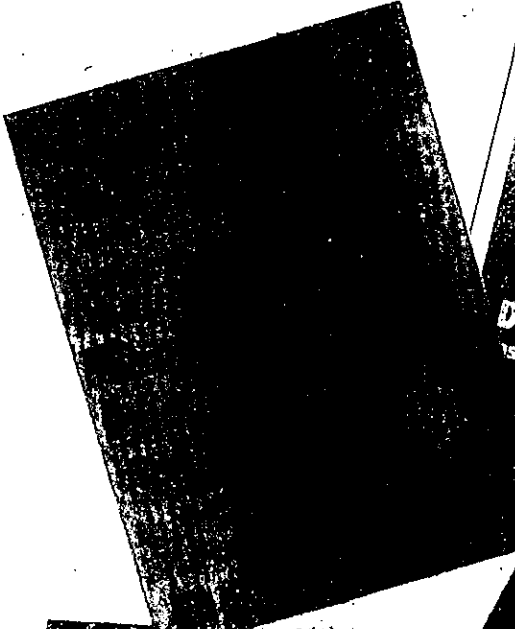
Dentro de las principales secciones se encuentran las siguientes:

- Información general: nacional o internacional
- Política
- Economía/finanzas
- Espectáculos/carteleras
- Deportes
- Cultural
- Sociales
- Policiaca/nota roja, etcétera.

¿Cuál es tu sección favorita? ¿Cuál consideras la más importante? ¿Qué perspectiva o enfoque político tiene el periódico que lees?

A continuación estudiemos las revistas. Ya se expuso que su periodicidad es variada (semanal, quincenal, mensual, etc.). ¿Cada cuándo aparece la que tú conseguiste? Cuentan además con una portada llamativa que anuncia la información más importante. Al observar la portada de tu revista, ¿podrías saber de qué tipo es?

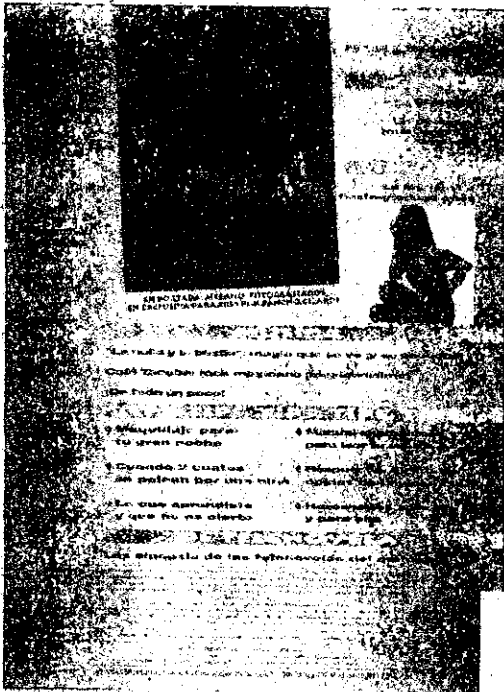
En seguida ilustramos algunas portadas para que descubras qué datos generales ofrecen:



Notaste que cualquier portada incluye el nombre o logotipo de la revista, la fecha, título de algunos textos, fotografías o ilustraciones. Sus contenidos son variados y, de acuerdo con ellos, pueden clasificarse en semanales de análisis político, mensuales de literatura, quincenales juveniles, mensuales femeninas, etcétera.

En las primeras páginas de las revistas encontrarás un índice o sumario que informa del contenido; descubrirás que algunas tienen secciones fijas y columnas de colaboradores permanentes. A continuación te presentamos algunos ejemplos para que determines de qué tipo es, con qué secciones cuenta, columnas fijas, etcétera.





COSMOPOLITAN

contenido

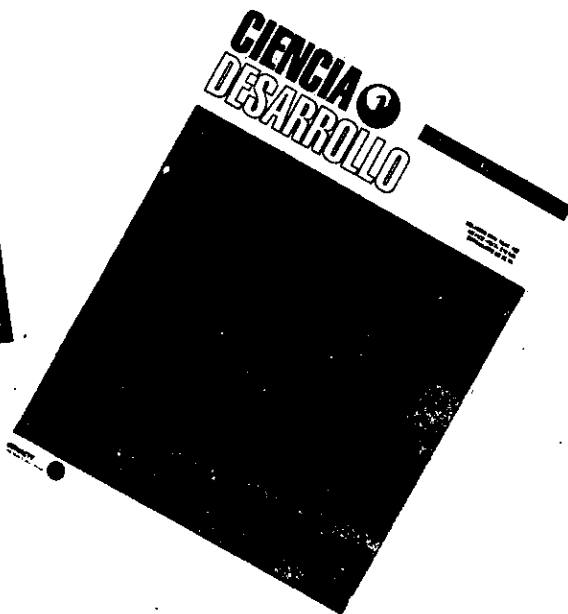
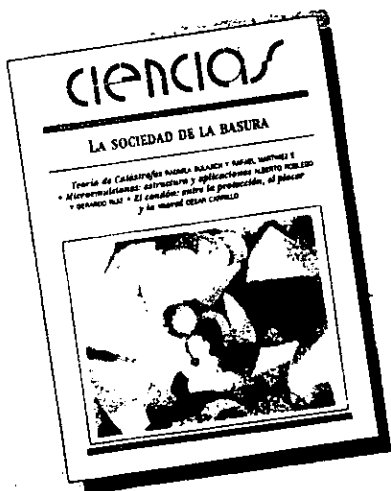
20 **ARTÍCULOS**
 20 **El arte de la mujer**
 21 **El arte de la mujer**
 22 **El arte de la mujer**
 23 **El arte de la mujer**
 24 **El arte de la mujer**
 25 **El arte de la mujer**
 26 **El arte de la mujer**
 27 **El arte de la mujer**
 28 **El arte de la mujer**
 29 **El arte de la mujer**
 30 **El arte de la mujer**
 31 **El arte de la mujer**
 32 **El arte de la mujer**
 33 **El arte de la mujer**
 34 **El arte de la mujer**
 35 **El arte de la mujer**
 36 **El arte de la mujer**
 37 **El arte de la mujer**
 38 **El arte de la mujer**
 39 **El arte de la mujer**
 40 **El arte de la mujer**
 41 **El arte de la mujer**
 42 **El arte de la mujer**
 43 **El arte de la mujer**
 44 **El arte de la mujer**
 45 **El arte de la mujer**
 46 **El arte de la mujer**
 47 **El arte de la mujer**
 48 **El arte de la mujer**
 49 **El arte de la mujer**
 50 **El arte de la mujer**
 51 **El arte de la mujer**
 52 **El arte de la mujer**
 53 **El arte de la mujer**
 54 **El arte de la mujer**
 55 **El arte de la mujer**
 56 **El arte de la mujer**
 57 **El arte de la mujer**
 58 **El arte de la mujer**
 59 **El arte de la mujer**
 60 **El arte de la mujer**
 61 **El arte de la mujer**
 62 **El arte de la mujer**
 63 **El arte de la mujer**
 64 **El arte de la mujer**
 65 **El arte de la mujer**
 66 **El arte de la mujer**
 67 **El arte de la mujer**
 68 **El arte de la mujer**
 69 **El arte de la mujer**
 70 **El arte de la mujer**
 71 **El arte de la mujer**
 72 **El arte de la mujer**
 73 **El arte de la mujer**
 74 **El arte de la mujer**
 75 **El arte de la mujer**
 76 **El arte de la mujer**
 77 **El arte de la mujer**
 78 **El arte de la mujer**
 79 **El arte de la mujer**
 80 **El arte de la mujer**
 81 **El arte de la mujer**
 82 **El arte de la mujer**
 83 **El arte de la mujer**
 84 **El arte de la mujer**
 85 **El arte de la mujer**
 86 **El arte de la mujer**
 87 **El arte de la mujer**
 88 **El arte de la mujer**
 89 **El arte de la mujer**
 90 **El arte de la mujer**
 91 **El arte de la mujer**
 92 **El arte de la mujer**
 93 **El arte de la mujer**
 94 **El arte de la mujer**
 95 **El arte de la mujer**
 96 **El arte de la mujer**
 97 **El arte de la mujer**
 98 **El arte de la mujer**
 99 **El arte de la mujer**
 100 **El arte de la mujer**



© 1984 por Cosmopolitan Inc. Todos los derechos reservados. Este periódico es propiedad de Cosmopolitan Inc. y se publica en los Estados Unidos y en otros países. No se permite la reproducción total o parcial de este periódico sin el consentimiento escrito de Cosmopolitan Inc. Printed in the U.S.A.

Por cierto, muchas revistas se utilizan como fuentes de investigación documental, y algún día tendrás que recurrir a ellas. Por ejemplo, ¿tu maestro te pidió investigar sobre la contaminación en la Ciudad de México o sobre el sida? Entonces debes saber que existen magníficas revistas de difusión científica nacionales editadas por el Conacyt y las universidades:

CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología



INFORMACION *

**CIENTIFICA
Y TECNOLÓGICA**

¿El maestro de Ciencias Sociales te solicitó investigar sobre las elecciones, repercusiones de la política gubernamental en la sociedad o temas de este tipo? Para documentarte puedes consultar diversas revistas importantes de información y análisis político:

Motivos

proceso

Mira

nexos

EL DISCURSO PERIODÍSTICO

anuncio rojo
verde azul

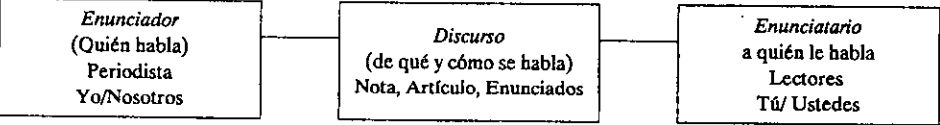
Como ya se mencionó, el hecho o suceso se convierte en *noticia* cuando es actual, verdadero e interesa a un gran número de personas. Sin embargo, estos elementos son relativos, porque al preguntarse: ¿para quién es interesante?, ¿respecto a qué momento es actual?, y ¿para quién es verdadero?, observamos que hay muchas respuestas, todas determinadas por el periodista o reportero que recogió, organizó y jerarquizó la información y por el órgano informativo que responde a ciertos intereses sociales, culturales, políticos, comerciales, etc. En este fascículo lo más importante es que te acerques a los textos periodísticos, realices una *lectura* de ellos y obtengas puntos de vista, opiniones y algunas conclusiones.

La *lectura* que te proponemos es una lectura del discurso periodístico; es decir, una lectura que te permita distinguir los elementos que intervienen tanto en la producción como en la expresión y que determinan la especificidad del texto periodístico. Para auxiliarte en la lectura de los discursos periodísticos te presentamos el siguiente conjunto de preguntas guía: ¿quién habla?, ¿a quién le habla?, ¿de qué se habla?, ¿cómo se habla?, ¿para qué se habla? Es en este sentido que tomamos la noción de *discurso periodístico*; en el contexto de la práctica, un periodista utiliza la lengua de modo particular y distinto a como lo hace un científico o un historiador, aunque hablen del mismo tema.

Discurso periodístico: Es la manifestación escrita de un hecho o suceso que, antes de su difusión, se ha jerarquizado y estructurado de acuerdo con criterios del periodista, redactor u órgano informativo.

ENUNCIADOR Y ENUNCIATARIO

Todo texto ha sido elaborado por alguien que en un acto individual y de apreciación de la lengua manifiesta su posición de *enunciador* (*quién habla*) mediante indicios y procedimientos específicos. En el discurso, el enunciador puede aparecer de manera más o menos evidente a través de formas lingüísticas. Los pronombres y los adjetivos demostrativos son formas evidentes con las cuales aparece el enunciador: Yo-Tú; Éste-Aquél; Aquí-Allá. El enunciador implanta, explícita o implícitamente un *enunciario* (*a quién le habla*), es decir, alguien a quien se dirige, lo escucha o lo lee. Por ejemplo, el enunciado: ¡Cierra la puerta! incluye, implícitamente, un enunciador y un enunciatario. Yo te digo a tí (*Tú*) que cierras la puerta; además lo digo como una orden y no como una petición o súplica. Veámoslo con un esquema y después con el ejemplo de un discurso periodístico:



<i>Enunciador</i>	<i>Discurso</i>	<i>Enunciario</i>
Guadalupe Loaeza	<p>Pero... tengo una duda, una terrible duda... Si se ha visto que más de un millón de vehículos han dejado de circular diariamente y que a pesar de eso no ha cedido la contaminación, ¿tendremos los automovilistas ganas y energía para hacer el amor los días que no circulamos? Por favor, que nadie me conteste. Prefiero quedarme con la ilusión de que el amor es más fuerte que cualquier contaminación en el mundo, por atroz que ésta sea. Pero... la de la ciudad de México, ¿será todavía más fuerte que el amor? Por favor, que nadie me conteste, porque... hoy estoy optimista.</p> <p>(<i>La Jornada</i>, 28 de marzo de 1992)</p>	Lectores, en particular automovilistas.

En el ejemplo anterior encontramos algunas marcas discursivas que identifican al enunciador: «me conteste», «prefiero», «quedarme», «hoy estoy». En este mismo sentido, la conjugación del verbo en primera persona del singular postula de manera implícita a la periodista y a sus lectores: *Yo te digo a Tt* que «tengo una duda». A su vez, en el texto está una marca discursiva con la que la periodista se incluye a un grupo y precisa a sus enunciarios: «tendremos los automovilistas». En ocasiones, el enunciador pluraliza de manera intencional para incluir a los lectores en su discurso y hacerlos sentir parte de su grupo. Ésta es una estrategia discursiva que utilizan frecuentemente los periodistas para convencer a los lectores de su propio enfoque. Veamos otro ejemplo:

<i>Enunciador</i>	<i>Discurso</i>	<i>Enunciario</i>
Demetrio Sodi de la Tijera	<p>En los últimos días, los habitantes de la ciudad hemos vivido una verdadera pesadilla ecológica. Los niveles que han alcanzado los índices de ozono son una advertencia de lo que puede enfrentar la ciudad de no tomarse medidas que vayan al fondo del problema y que incorporen a todos los sectores y ciudadanos en solución.</p> <p>(<i>La Jornada</i>, 4 de abril de 1992)</p>	Lectores, en particular habitantes de la ciudad.

De nuevo, la principal marca discursiva del enunciador es el verbo conjugado en la primera persona del plural: «hemos vivido». Del mismo modo que en el ejemplo anterior, el enunciador incluye el enunciario en un discurso y lo refuerza con elementos de tiempo y de lugar: «en los últimos días» y «de la ciudad», que sirven para que el lector se reconozca como «habitante» de la ciudad, que, en este caso, es, por supuesto, la de México.

Marca discursiva. Es todo elemento lingüístico que define o caracteriza el sentido del discurso; por ejemplo: un pronombre (yo, tú, nosotros, ustedes); un adjetivo («rojillos», «un puñado de agitadores»); un sustantivo (comunista, capitalista, demócrata, independiente).

EL REFERENTE

En los textos periodísticos, el enunciador se manifiesta a través de su discurso y da a conocer un hecho real. Tal hecho es significativo para el enunciatario y éste busca que también lo sea para el enunciatario. Esto, que es común para los dos elementos, se llama *referente*. El *referente* es «lo real», aquello *de que se habla*, que puede existir o ser creado. En los textos periodísticos se pueden dar los dos casos. Sin embargo, el enunciador utiliza recursos lingüísticos para ocultar su presencia y posición en el discurso. Para localizar el referente en un texto hay que plantearse la pregunta: *¿de qué se habla?* Observa el siguientes ejemplo:

Alonso Urrutia y
Angélica Enciso

A pesar de la vigencia de la fase II del Programa de Contingencias Ambientales (PCA) en la ciudad de México, ayer se registraron altos niveles de contaminación que alcanzaron los 250 puntos de ozono. Paralelamente, el Departamento del Distrito Federal (DDF) notificó que las disposiciones de emergencia se mantendrán debido a que las condiciones atmosféricas favorecían la formación de ozono.

(La Jomada, 22 de marzo de 1992)

Referente
(De qué se habla)
(...) «en la ciudad de México»
(...) «ayer se registraron altos niveles de contaminación».

Las dos frases anteriores son claros indicios que permiten ubicar a quién habla, desde dónde habla y de qué habla. Sin embargo, el texto comienza con una conjunción subordinante: «A pesar de (...)», que introduce la visión y la perspectiva de quién habla. Es decir, el enunciador afirma que *no obstante*, que *por más que* el gobierno haya aplicado «la fase II del Programa de Contingencias Ambientales (PCA)», el problema de la contaminación sigue, y más aún, aumenta. El uso de esta conjunción permite dudar, entonces, de la eficacia de tal programa y de las medidas adoptadas.

Hasta aquí solo hemos visto ejemplos donde el periodista es, de manera manifiesta, el enunciador; sin embargo, en los textos periodísticos no siempre sucede así. Lee el siguiente texto y contesta las preguntas: *¿quién habla?*, y *¿de qué habla?*

● Alejandro Caballero, enviado. *Uruapan, Mich., 21 de marzo*. El problema de la contaminación ambiental no se resuelve con la inmovilidad de la vida ciudadana y económica del centro del país, consideró aquí el presidente nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, y urgió a las autoridades a que tomen medidas “enérgicas”

para abatir los índices de infición, al tiempo que demandó se instalen los ventiladores ecológicos que propone Heberto Castillo.

(*La Jornada*, 24 de marzo de 1992)

Puedes encontrar notas o artículos en donde el enunciador no sea el periodista sino una persona involucrada en el hecho, quien afirme, niegue o proceda a manifestarse como el enunciador y convenza al público. ¿Quién habla en el texto anterior? Por supuesto que Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, presidente nacional del Partido de la Revolución Democrática (PRD). ¿De qué habla? De «el problema de la contaminación ambiental»; y de que «no se resuelve con la inmovilidad» sino con «medidas energicas» y con «ventiladores ecológicos». Ahora lee el siguiente texto y realiza lo mismo que con el anterior; para ayudarte utiliza el esquema:

Enunciador
¿Quién habla?

Discurso
¿Qué y cómo habla?

Referente
¿De qué habla?

Víctor Ballinas. El jefe del Departamento del Distrito Federal (DDF), Manuel Camacho Solís, advirtió ayer que "la lucha contra la contaminación sólo la puede ganar toda la ciudad unida y participando, pues no hay posibilidad de avanzar si no se logra que el comportamiento general se mueva en la dirección que se necesita, y la ciudad no estaba acostumbrada a eso".

(*La Jornada*, 24 de marzo de 1992)

Seguramente tu respuesta a la columna ¿Quién habla? es el jefe del Departamento del Distrito Federal (DDF), Manuel Camacho Solís. Y a la columna ¿de qué habla? respondiste: «la lucha contra la contaminación (...)» Quizá pienses que los dos enunciadores hablan de lo mismo: la contaminación ambiental. Te sugerimos que vuelvas a leer los dos textos y que los compares; observa y cuestiona con más detenimiento la columna del referente.

Como podrás observar en la columna del referente, para los enunciadores (Camacho y Cárdenas) el problema es el mismo: la contaminación ambiental. Sin embargo, los dos discursos se mueven en sentidos opuestos; mientras que para uno es un «problema», para otro es «la lucha»; para Cárdenas la posición discursiva es desde fuera del problema; mientras que para Camacho es desde dentro, es decir, desde la posibilidad de tomar medidas. Al enfocar las soluciones, Cárdenas descalifica las medidas tomadas y califica como «energicas» las medidas que se deben tomar, aunque no especifica ni aclara cuáles deben ser; al mismo tiempo, plantea una proposición muy concreta: los ventiladores ecológicos de Heberto Castillo. Por su parte, Camacho pide la unión y participación de todos los ciudadanos y los conmina a «moverse en la dirección que se necesita»; al no aclarar cómo deben participar los ciudadanos ni en qué dirección moverse, deja implícito que debe ser la que el gobierno solicite. Esto último lo refuerza con la frase «la ciudad no estaba acostumbrada a eso», que implica que el gobierno toma medidas conforme aparecen los problemas.

EFECTO DE SENTIDO

Si nos preguntamos: ¿cuál es la finalidad de cada enunciador?, ¿a qué responde que cada enunciador cree su propio referente o le atribuya sus propias valoraciones y perspectivas?, podemos determinar que cada enunciador tiene una o varias finalidades. Esto se conoce como *efecto de sentido*. El enunciador se dirige al enunciatario para producir en él un efecto de sentido. El efecto en los textos periodísticos puede ser de conocimiento, cuando por la información el enunciatario o lector aprende a partir de ella.

Ejemplo:

Víctor Ballinas. A partir de hoy y durante las próximas 672 horas —28 días— se aplicará de manera parcial la fase II del Programa de Contingencias Ambientales (PCA), esto es, 223 industrias reducirán sus actividades productivas en 30 por ciento; a través del programa *Hoy no circula*, los automóviles no transitarán dos días a la semana y también sábados y domingos se restringirá la circulación de vehículos.

(*La Jornada*, 23 de marzo de 1992)

CONOCIMIENTO
reconocimiento
¿qué si se puede
se sea

En otro caso, el efecto puede ser de *reconocimiento*, cuando el lector encuentra en la información marcas con las cuales se identifica y la acepta o la rechaza; así se forma una opinión a partir de lo que el texto periodístico le propone.

José Ureña. La contaminación capitalina exige “medidas más enérgicas y drásticas en todos los sentidos”, pero no aumentará a tres días semanales el programa *Hoy no circula*, opinó ayer el líder de la Asamblea de Representantes (ARDF), Juan José Osorio Palacios.

(*La Jornada*, 22 de marzo de 1992)

También se presenta una combinación de las dos anteriores, la más común en el periodismo actual. Aunque esta característica se analizará más adelante, cuando hablemos de la objetividad y subjetividad de la nota informativa, se ilustra un ejemplo:

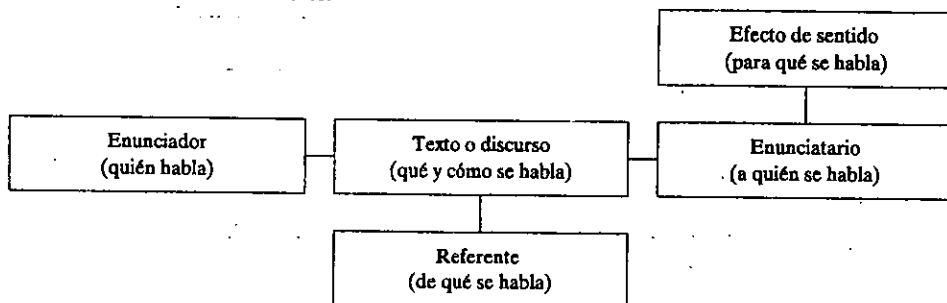
Víctor Ballinas. “El más ambicioso y radical programa anticontaminante para la industria” se presentará hoy ante el presidente Carlos Salinas de Gortari, a las 13:00 horas, anunció el jefe del Departamento del Distrito Federal (DDF), Manuel Camacho Solís.

(*La Jornada*, 29 de marzo de 1992)

El periodista entrecuñó lo que para él no es información sino adjetivación y valoración del hecho, deslindándose con este recurso lingüístico de la calificación que el enunciador realiza. Sin embargo, la mayoría de los lectores de periódicos no la perciben.

El informador logra cualquiera de los efectos anteriores utilizando el lenguaje y formas expresivas de un modo particular. De esta manera, nos acerca o nos aleja del hecho en la medida en que su información sea más o menos objetiva. Todo esto es intencional y lo hace de acuerdo con su propia valoración del hecho. A su vez, el tratamiento de la información y las intenciones en cuanto efecto de sentido pueden observarse y analizarse en la nota informativa a partir del tipo de formas lingüísticas utilizadas.

1. Observa el siguiente diagrama en donde se esquematiza todo lo mencionado anteriormente y trata de definir de manera oral cada elemento.



2. Realiza una lectura global de la siguiente nota:

398 puntos de ozono; cierre de escuelas; doble hoy no circula

Reducen actividades hasta 75% las 192 Industrias contaminantes

Paran vehículos oficiales; ayer, la peor infición

David Cano/Javier Mejía

Al registrarse ayer por primera vez una contaminación de 398 puntos de ozono, hoy se aplicará el Plan de Contingencias en su fase II que consiste en suspender las clases en las dos mil preprimarias, primarias y secundarias oficiales y privadas; aplicación del programa *Hoy no circula* a los vehículos con engomado azul, además del rosa; reducir la actividad de 192 empresas entre 75 y 50 por ciento; suspensión de las tareas de asfalto, pintura y bacheo de calles, además de mantener 50 por ciento de los vehículos oficiales fuera de circulación.

Estas medidas contenidas en el Plan de Contingencias Ambientales permitirán frenar la contaminación por ozono, que ayer alcanzó el máximo nivel registrado en el Valle de México durante los últimos seis años.

Al informar lo anterior, la Comisión Metropolitana de Prevención y Control de la Contaminación en el Valle de México destaca que los inconvenientes de suspender las clases se compensan con la protección a la salud, especialmente la de los niños.

Con estas medidas dejarán de circular este martes más de un millón de vehículos, 192 empresas contenidas en el plan disminuirán su actividad, entre ellas: las dos termoeléctricas, industrias químicas, huleyas, fundidoras, papeleras, cartoneras y químicas.

(Uno más Uno, 17 de marzo de 1992)

3. Observa que dos reporteros firman la nota: David Cano y Javier Mejía. Sin embargo, en ella no encontramos ninguna marca discursiva que los haga aparecer como los enunciadores. Para comprobarlo, lee otra vez la nota y busca pronombres, adjetivos o sustantivos.
4. Lee el párrafo tres y explica qué función cumple el organismo que se menciona; guíate por la frase introductoria: «Al informar lo anterior...»
5. Lee el encabezado y el sumario y explica las siguientes frases:

398 puntos de ozono _____

doble Hoy no circula _____

para vehículos oficiales _____

ayer, la peor infición _____

6. Explica brevemente a quién consideras que va dirigida la nota.
7. De acuerdo con la información que proporciona la nota, determina si el efecto de sentido es de reconocimiento o de conocimiento.
8. Anota lo que corresponde a cada uno de los siguientes elementos:

<i>Enunciador</i>	quién habla _____
<i>Discurso</i>	qué y cómo se habla _____
<i>Enunciatorio</i>	a quién se habla _____
<i>Referente</i>	de qué se habla _____
<i>Efecto de sentido</i>	para qué se habla _____

Pronombres azul us
 Adjetivos amarellu xxx
 Sustantivos rojo =

4 que aprendí.
 Para aprender

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

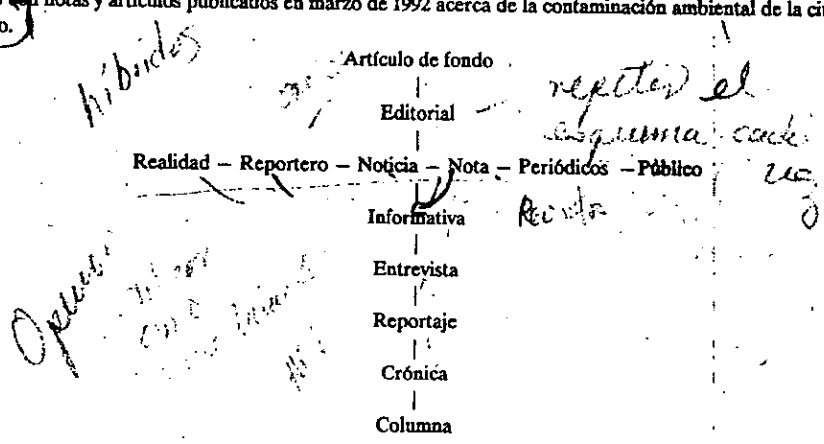
Aunque este tema se estudiará con mayor detenimiento en otro fascículo, es importante observar las diferencias discursivas en los géneros periodísticos, lo que es muy útil para la mayor comprensión de la nota informativa.

Es conveniente recordar que la *noticia* es dada en primera instancia al público en forma de nota informativa. La noticia y la nota informativa son generadoras de una avalancha de artículos en torno del mismo hecho. A través de la historia, los géneros se diferenciaron de manera gradual; sin embargo, en la actualidad existen dificultades para delimitar las diferencias entre uno y otro género. En ocasiones, el propio periodista es quien mezcla características de varios géneros para que su discurso sea más eficaz. A continuación se presenta una clasificación de los géneros en tres categorías principales: informativos, de opinión e híbridos.

- Integración de los Cuadros

Géneros periodísticos		Objetivos o finalidades
Informativos	{ Nota informativa	informar
Híbridos	{ Entrevista Crónica Reportaje Columna	informar y opinar
De opinión	{ Editorial Artículo de fondo Crítica Ensayo	opinar y formar opinión

Como ya se vio, en la práctica periodística las líneas de diferencia entre los géneros son tan débiles que se confunden o se mezclan. Con el mismo enfoque con el que vimos los elementos del discurso periodístico en general, veremos ahora los de la nota informativa en particular. Observa el siguiente esquema, el cual se ejemplifica un poco con notas y artículos publicados en marzo de 1992 acerca de la contaminación ambiental de la ciudad de México.



NOTA INFORMATIVA

La *nota informativa* es la presentación sencilla y objetiva del acontecimiento; en ella no hay lugar para comentarios o juicios del reportero. Proporciona al lector elementos clave como fecha, lugar, suceso, protagonistas, circunstancias y, a veces, consecuencias; debe ser breve, oportuna y exacta.

Además del cuerpo de la nota, la mayoría de los periódicos agregan algunos elementos gráficos y lingüísticos para reforzar la presentación de la información. En este caso tenemos el *balazo*, el *encabezado* o *titular* y el *sumario*. La función de estos tres elementos es *sintética* y tienen como objetivo impactar al lector para incitarlo a leer la nota.

Observa y lee la siguiente nota informativa:

El nivel de ozono llegó a 310 puntos a la una de la tarde

Se aplicó ayer nuevamente la fase I del Plan de Contingencias Ambientales

Se puso en marcha a la 14:30 horas; se mantendrá hasta las 2 de la tarde de hoy

Enrique Garay y Víctor Ballinas. Por segunda ocasión en este año y en este mes, fue necesario aplicar el Plan de Contingencias Ambientales en su Fase I, el cual se mantendrá vigente durante todo el día de hoy. Ayer a las 14:30 horas se puso en marcha dicho dispositivo en virtud de que desde las 13:00 la concentración de ozono alcanzó 310 puntos de Índice Metropolitano de Calidad del Aire (Imeca) en el suroeste de la ciudad de México, con lo que se rebasó el límite *permisible* de ese contaminante.

(La Jornada, 19 de febrero de 1992.)

Encabezado

La noticia es:

"Se aplicó (...) la fase I del Plan de Contingencias Ambientales"

Tiempo, fecha en la que ocurrió el suceso

"(...) ayer nuevamente"

Balazo

Causa

"El nivel de ozono llegó a 310 puntos a la una de la tarde"

Sumario

Información sobre el hecho, Cuándo sucedió

"Se puso en marcha a las 14:30 horas"
"Se mantendrá vigente durante todo el día de hoy"

La nota informativa se divide en dos partes perfectamente diferenciadas: la entrada o *lead*, y el cuerpo de la información.

La entrada es el párrafo inicial que en ocasiones se distingue en lo tipográfico del resto de la nota. La función de la entrada es describir en forma escueta y objetiva un hecho; en ella se contesta a todas o la mayor parte de las preguntas *qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué*. Si observaste bien los anteriores elementos (balazo, encabezado y sumario) habrás notado que ya se da una respuesta a estas preguntas. Veamos con más detenimiento la entrada:

Por segunda ocasión en este año y en este mes, fue necesario aplicar el Plan de Contingencias Ambientales en su Fase I, el cual se mantendrá vigente durante todo el día de hoy. Ayer a las 14:30 horas se puso en marcha dicho dispositivo en virtud de que desde las 13:00 la concentración de ozono alcanzó 310 puntos del Índice Metropolitano de Calidad del Aire (Imeca) en el sureste de la ciudad de México con lo que se rebasó el límite permisible de ese contaminante

Qué

suceso, hecho
o acontecimiento

Cuándo

Fecha

Por qué

Razones, causas

Dónde

Lugar, sitio

Por qué

Como puedes observar, los reporteros ordenaron y jerarquizaron la información de acuerdo con su propio criterio y con lo que consideran que es más importante destacar. Y aunque una de las características de la nota informativa es la objetividad, ésta empieza a perderse ya desde este primer tratamiento de la noticia. Si profundizamos un poco podemos abundar en este punto. La nota comienza con: «Por segunda ocasión en este año y en este mes» y al final de la entrada, la palabra «permisible» está en otro tipo de letra (cursiva). Estos son los elementos intencionales por parte del reportero para llamar la atención del lector y que entienda que su nota tiene un enfoque de alerta o alarma. Fíjate en la fecha en que sucedió este acontecimiento. Todavía no llegaba lo peor.

En el cuerpo de la nota, los reporteros abundan en datos y responden a otras preguntas de la fórmula *qué, quién, etcétera*.

Se aplicó ayer la fase I del Plan

A las 14 horas la concentración de ozono se redujo a 274 puntos Imeca, y media hora después se aplicó el dispositivo cuya entrada en vigor está prevista para los casos en que se registra 250 puntos Imeca. Entre las zonas más afectadas figuran Plateros y Pedregal de San Ángel.

Fernando Menéndez Garza, secretario técnico de la Comisión Metropolitana para la Prevención y el Control de la Contaminación Ambiental del valle de México, indicó que la fase I se implantó ayer "sólo de manera preventiva". Sin embargo, el Plan de Contingencias obliga a la autoridad a poner en marcha el dispositivo al rebasarse los 250 puntos Imeca.

Debido a que el pronóstico del clima señala que las condiciones atmosféricas serán adversas por la mañana, esto es, no habrá corrientes de aire, la Comisión Metropolitana decidió prorrogar la fase I y advirtió que probablemente a partir de mañana se anunciarán otras medidas contra la contaminación.

La fase I considera la reducción del 30 por ciento de la actividad productiva en cinco mil de las 35 mil industrias que se ubican en el Valle de México; restringe al 50 por ciento la circulación de vehículos de dependencias oficiales, excepto los de servicios de urgencia; suspende inmediatamente

de las tareas de asfaltado, pintura y reparación de calles, y prevé un dispositivo especial para agilizar el tránsito vehicular.

Al mismo tiempo hubo dos incendios en los que se quemaron extensiones sembradas con pasto, uno en la carretera federal a Cuernavaca y el otro en ciudad Nezahualcóyotl. Las corrientes de aire llevaron los contaminantes producto de esos incendios hacia el suroeste de la zona metropolitana, lo que complicó la situación.

Presuntamente, tanto funcionarios de la Comisión Metropolitana como de la Sedue se comunicaron por teléfono y por fax a distintas fábricas para notificarles la ejecución de la fase I del Plan de Contingencias, y en algunas de ellas se corroboró la suspensión parcial de actividades.

A pesar de que desde a las 13:00 la calidad del aire era no satisfactoria y el reporte Imeca había excedido en 60 puntos el límite para poner en marcha el Plan de Contingencias, sólo hora y media más tarde funcionarios de la Comisión informaron que en ese momento (a las 14:30 horas) entraba en operación la fase I del Plan de Contingencias.

La primera vez que se ejecutó la fase I en este año fue el día 6 de febrero, cuando el índice Imeca superó los 345 puntos de ozono. El programa funcionó sólo esa tarde en virtud de que el pronóstico del clima para el día siguiente era favorable.

"se aplicó el dispositivo cuya entrada en vigor está prevista para los casos en que..."

Qué

"entre la zona más..."

Dónde

Fernando Menéndez Garza

Quién

ACTIVIDAD

1. Lee las siguientes notas y realiza la actividad que se pide:

Alcanza casi 400 puntos la contaminación Emergencia en el DF y 17 municipios del EdoMex

- Suspendidas hoy las clases en jardines de niños, primarias y secundarias
- No circularán los vehículos de calcomanías rosa y azul ● Reducen su actividad hasta en un 75 por ciento 250 industrias de las más contaminantes
- Fuera de circulación el 50 por ciento de las unidades gubernamentales

José REYEZ y Carina GARCÍA

Ante el estado de emergencia ambiental por la excesiva concentración de contaminantes, que vive desde ayer por la mañana la zona metropolitana de la ciudad de México, al registrarse casi 400 puntos Imeca de ozono —398 en la parte suroeste de la capital— el gobierno del DDF y del estado de México determinaron anoche la aplicación del Plan

de Contingencia Ambiental, por primera vez en su segunda fase, que incluye las siguientes medidas:

* Se suspenden las clases en las escuelas preprimaria, primaria y secundaria públicas y privadas ubicadas en el Valle de México.

* Hoy no circularán los vehículos con calcomanía rosa, cuyas placas terminan en 7 y 8, ni los automotores con engomado azul con placas y terminación 9 y 0.

* 250 industrias de las más contaminantes incorporadas al programa, mantendrán reducida su actividad entre un 50 y 75 por ciento.

* Se mantendrán fuera de la circulación el 50 por ciento de los vehículos de las entidades gubernamentales, con excepción de los destinados a servicios básicos y de emergencia.

* Continuará en operación el dispositivo para agilizar el tránsito vehicular en la zona metropolitana.

* Se mantendrá la suspensión de los labores de asfalto, pintura y bacheo de calles.

(EL Día, 17 de marzo de 1992)

Sin precedente: 398 puntos Imeca en el suroeste

Emergencia ambiental

Los vehículos con calcomanías rosa y azul no circularán hoy

Reducirán entre un 50 y 75 % su actividad más de 200 industrias

No habrá clases en preescolar, primarias y secundarias

Cuarta vez en el año que se superan los 300 puntos de ozono. Desde ayer se aplica parcialmente la fase II del Programa de Contingencias. Hoy a las 14:30 horas se evaluará si continúa o se levanta la emergencia ambiental. Se prevé que se mantengan este día las malas condiciones atmosféricas. La suspensión de clases incluye a escuelas oficiales y particulares en la zona metropolitana. El martes 24 anunciará el DDF nuevas medidas contra la contaminación.

Angélica Enciso y Víctor Ballinas

Ayer se registraron los índices de contaminación más altos en la historia de la ciudad de México, 398 puntos Imeca de ozono, lo que obligó a la aplicación de la fase II del Programa de Contingencias Ambientales. Para hoy continúa esta fase, que prevé la suspensión de clases en la zona metropolitana, desde preescolar hasta secundaria; por primera ocasión el programa. *Hoy no circula* se aplica a dos colores, rosa y azul, y 200 empresas reducen sus labores productivas de 50 a 75 por ciento durante todo el día.

Manuel Camacho Solís, jefe del Departamento del Distrito Federal, indicó que en los próximos días se tomarán "importantes decisiones adicionales" y anunció que el próximo martes 24 se dará a conocer un paquete de "gran significado" para la calidad del aire.

Durante este año se han presentado en cuatro ocasiones niveles mayores a 300 puntos de ozono: el 6 de febrero hubo 342 puntos en la

zona noroeste, por lo que se puso en marcha la fase I; el 11 de febrero se registraron en la zona suroeste 332 puntos y no se aplicaron medidas de contingencia, pues se consideró que "las condiciones ambientales eran favorables" para la dispersión de contaminantes; el 18 de febrero se llegó a 310 puntos de ozono y se aplicó el PCA y ayer, con 398 puntos, se aplicó la fase II.

A las 12 horas los niveles de ozono en la zona suroeste alcanzaron 321 puntos, lo que llevó a la instrumentación de la fase II, que incluye reducir actividades en las industrias críticas hasta en 75 por ciento y hasta 50 por ciento en el resto de las factorías; suspender actividades en escuelas, oficinas públicas, cines, teatros, centros nocturnos y centros comerciales; ampliar a dos días el programa *Hoy no circula*, suspender demoliciones y construcciones, dejar fuera de circulación a vehículos oficiales y aplicar un dispositivo para agilizar el tránsito.

Sin embargo, hoy sólo se aplicarán las siguientes acciones: la industria incorporada al PCA reducirá su actividad entre 50 y 75 por ciento (en total serán alrededor de 200 industrias); se suspenderán clases en preescolar, primaria y secundaria (escuelas oficiales, federales y privadas) y dejarán de circular vehículos cuyas placas terminen con 7, 8, 9 o 0.

De las 12 a las 15 horas los índices Imeca se mantuvieron sobre los 350 puntos; en la zona suroeste. A las 13 horas, 390 puntos; a las 14 horas, 398 y a las 15 horas 358. A las 16 horas bajó a 307. Sin embargo, se pronostica que continuarán las condiciones adversas para la dispersión de contaminantes, por lo que la fase II se mantendrá hoy todo el día.

Estas condiciones, según explicó el reporte del Imeca, se debieron de que el aire tropical dominó el Valle de México y provocó estabilidad atmosférica, fuerte insolación y vientos débiles que favorecieron la concentración de contaminantes y la formación de ozono.

(La Jornada, 17 de marzo de 1992)

Sumario

Entrada

DE LA NOTA INFORMATIVA A LA OPINIÓN SOBRE LOS HECHOS

Con seguridad, luego de la actividad anterior pensabas dar tu opinión acerca de la contaminación ambiental, y aun es posible que hayas comentado sobre el hecho con algún compañero. También en los periódicos y revistas sucede lo mismo. Una vez que se conoce la noticia y que se da cuenta de ella a través de la nota informativa, los periódicos tienen la inclinación y el interés de dar sus opiniones, enfoques o comentarios acerca del hecho. Para realizarlo, utilizan no sólo otro tipo de técnicas periodísticas para obtener más información: entrevista, investigaciones, datos de archivo, etcétera, sino que también recurren a otro tipo de escritura. Observa el siguiente ejemplo:

Atmósfera Envenenada

El incontrolable mal de la contaminación se acerca peligrosamente a niveles letales. La realidad demuestra que las medidas no pudieron contener el deterioro causado por el crecimiento depredador de la capital de la República. Las circunstancias — ayer el aumento de partículas tóxicas llegó a 398 imecas — obligaron a las autoridades capitalinas a aplicar dos días a la semana el *Hoy no circula*. Ante el nivel histórico alcanzado por la contaminación, fue puesta en práctica la Fase II del Programa de Contingencia Ambiental en el Valle de México. ¿Habrá esperanzas de que las circunstancias no activen las etapas subsiguientes?

Por lo pronto, la Comisión Metropolitana para la Prevención y el Control de la Contaminación, reunida de urgencia, ya encendió los focos rojos y puso en alerta a los hospitales del Sector Salud. Sin embargo, es

evidente que las medidas tienen un alta posibilidad de que se repitan con frecuencia, pues la estructura de la ciudad y el consumo social casi no se han alterado, siguen funcionando de un modo depredador.

La realidad demuestra que el gobierno debe imponer medidas más estrictas y profundas, tanto en el control de emisiones como en la desconcentración industrial. Un programa que no considere la reestructuración de la planta económica y el consumo social llevará a la urbe hacia la parálisis. Lo peor de todo estriba en que está en juego la salud y hasta la vida de millones de personas. La naturaleza ya no puede digerir los daños de una sociedad así. Urgen programas eficaces para evitar una tragedia de dimensiones alarmantes.

(*Excelsior* (editorial), 17 de marzo de 1992)

ACTIVIDAD

1. Lee el texto y subraya las marcas discursivas con las que aparece el enunciador.

2. Elabora una lista de aquellos elementos que nos permiten determinar cuál es el referente.
3. Menciona quién es el enunciario.
4. Explica cuál es el efecto de sentido que se quiere producir y por qué.
5. Realiza un resumen del texto, de un párrafo como máximo.

OTRAS FORMAS Y RECURSOS PERIODÍSTICOS: ENTREVISTA Y REPORTAJE

Algunas técnicas que utilizan los reporteros para obtener información son la *entrevista* y el *reportaje*. Con ellas, el reportero obtiene datos más precisos e incluso indaga a fondo las razones y posibles soluciones del problema que está investigando. Observa y lee los siguientes artículos:

Es necesario cambiar la mentalidad del conductor para proteger a los ciclistas

El uso de la bicicleta, una alternativa ante la contaminación: Calderón

Hay que ir ganando espacio en las calles con la colaboración de las autoridades

Abril del Río/1. Tiempos de contaminación extrema, de sobrepopulación y congestión. En las ciudades de las grandes potencias, éstas habrían sido desde hace tiempo, las causas y el momento preciso para retomar el uso de la bicicleta como lo propone el Movimiento Bicicletaero, al organizar paseos ciclistas o proponer planes para facilitar el acceso a las bicicletas. Una parte de la población, tal vez pequeña por ahora, se ha sumado a la naciente campaña.

No obstante, existe un claro temor entre quienes han siquiera imaginado trasladarse a sus lugares de trabajo o estudio en una jaca, un artefacto indefenso ante el violento comportamiento vial, y en que el tripulante, se supone, viaja más expuesto a sufrir los daños de la polución.

Las razones para no tomar la bicicleta sobra, pero todas son cuestionables, indica Enrique Calderón Alzati, a quien un grupo de personas en pro del uso de la bicicleta ha decidido nombrar presidente del Movimiento Bicicletaero. Previa advertencia de que ese no es un organismo de estructura piramidal partidista, Calderón expone que el temor a conducir una bicicleta como alternativa vial en esta metrópoli tiene diversas caras:

"Es el miedo a lo desconocido, que principalmente obedece a un problema cultural; un modelo de comportamiento impuesto desde el exterior por intereses económicos, que no es sino el mercado de la industria automotriz y su respectiva campaña en favor del automóvil. De ahí surgen actitudes como el qué dirá mi jefe si me ven llegar en bicicle-

ta; van a pensar que no tengo dinero; que estoy amolado".

Calderón Alzati, un científico que ha vivido más de medio siglo, pregona con el ejemplo, como lo hacen los que se han unido a la propuesta al trasladarse en bicicleta a su trabajo, por lo menos los días que descansan sus autos y aunque vivan en Satélite y su despacho esté en la colonia Roma, además de contar con otra jaca en su oficina para llegar a citas cercanas.

La contaminación, asegura, no es un factor que influya de forma negativa en el uso de la bici, porque: "Si uno va a menos de 15 kilómetros por hora, prácticamente no se hace esfuerzo, porque no se está cargando el cuerpo entero: el trabajo es menor que ir caminando. Y sí es conveniente para un mejor funcionamiento del sistema cardiovascular, entre otros muchos beneficios. El número de calorías que se gastan por kilómetro son tan pocas, que se consume muy bajo porcentaje de oxígeno".

"Claro, existen horas de mayor riesgo ambiental, en las que no es conveniente recorrer grandes distancias, como no lo sería la idea de habitar esta ciudad. Inversiones térmicas, un fenómeno independiente a la contaminación, las va a seguir habiendo, y son muy tocasas al combinarse con la existencia de contaminantes. Las horas de mayor riesgo, en promedio, se han registrado al mediodía".

Ante el riesgo que implica el rodar por la ciudad, Calderón es realista: "Es riesgoso. Lo es, como cualquier otra actividad en la ciudad, y de eso, es necesario que estén cons-

cientes, más que nadie, los conductores, de ir ganando espacios en las calles, mediante la colaboración de las autoridades".

La intrépida actitud no es sino, el intento de retomar esa idea de que México ha sido un país, como muchos otros, de tradición bicicletaera, y de cambiar esa actitud de uso indiscriminado del coche, "que la gente vea en la bicicleta algo razonable. Pero lo que hay que cambiar es la cultura del conductor, no la de los bicicletaeros", asegura Calderón, quien insiste en marcar como antecedente el uso de los autos, que se hizo patente a finales de los años 50, con la debacle de la industria de tanques y parque militar, y se abre el camino al mercado automotriz:

"Los autos se nos metieron hasta por las orejas. ¿Cómo?, frenando el crecimiento del transporte público; retrasando la entrada del metro hasta 15 años, es decir, hubo una serie de acciones que no son coincidencia, y que dejaron a un lado a la bicicleta".

Señala que consecuencia ahora es la actitud de poder ante la comodidad y el lujo, que el ciudadano común ha adquirido a bordo de un último modelo, al tiempo que el concepto bicicleta se ha degradado al máximo, y por eso al llamarse bicicletaeros, "que no sea un despectivo, una palabra que usamos cuando queremos denigrar a un pueblo. Es importante retomar este vehículo, y despojarnos de lo absurdo que es trasladar los 60 y 80 kilogramos que pesa nuestro cuerpo, a bordo de dos toneladas que puede llegar a pesar un auto".

(La Jornada, 24 de marzo de 1992)

Tiene un elemento que aumenta el ozono

Humberto Bravo Álvarez: necesario, cambiar la composición de la gasolina

Georgina Saldierna. Al destacar que situaciones de emergencia como la del lunes se pueden repetir hasta que se inicie la temporada de lluvias, Humberto Bravo Álvarez, jefe del departamento de Contaminación Ambiental del Centro de Ciencias de la Atmósfera de la UNAM, dijo ayer que para reducir la polución de la ciudad de México es necesario modificar la composición de la gasolina, cuya forma actual contiene un elemento «misterioso» que incrementa la producción del ozono.

Destacó que desde 1987, los investigadores universitarios solicitaron al Instituto Mexicano del Petróleo (IMP) la mencionada composición; sin embargo, hasta la fecha no se ha entregado por un «malentendido amor a la camiseta», pues creen que «queremos hacerlos quedar mal».

En entrevista, aseveró que los universitarios lo único que harían es identificar el elemento que está causando la elevación del ozono, pero quienes harían la reformulación serían los petroquímicos.

Miembro del grupo asesor de la comisión intersecretarial para la Prevención de la Contaminación en el Distrito Federal y la Zona Metropolitana, Bravo Álvarez aseveró que en otros países la reformulación de la gasolina es una medida que se efectúa desde hace varios años, y que en México es necesario aplicarla ya.

El científico explicó además que el índice de ozono registrado el lunes —398 puntos Imeca— se originó en la alta emisión de óxido de nitrógeno e hidrocarburos reactivos, que se combinaron con la gran cantidad de luz solar y vientos de baja intensidad. Mencionó que estos últimos dos elementos se presentan de octubre a marzo, por lo cual se estima que seguirán observándose problemas como el de anteaer.

De acuerdo con el investigador, la situación de emergencia ha obligado a acelerar algunas medidas en contra del deterioro ambiental, como sería reciclar el vapor de las gasolinas en el momento en que se distribuye

a los automotores, y suplir el uso de combustible de origen fósil, por gas butano natural.

En este sentido, indicó que se tiene prevista la sustitución de la gasolina en 5 mil vehículos de alto kilometraje, entre los que se encuentran peseros.

También reconoció que el incremento de la contaminación tiene efectos sobre la salud del capitalino, aunque con los índices registrados el lunes «nadie se va a morir». Entre los males que se multiplican se encuentran el asma, problemas en las vías respiratorias y en los ojos, y mareos continuos.

Aseveró que las opciones tomadas el lunes en contra de la infición son las adecuadas, en la medida que ayudaron a reducir la emisión de contaminantes provenientes de los autos y la industria.

Por último, mencionó que la instalación de ventiladores gigantes —propuesta por el líder perredista Heberto Castillo— no ayudará a resolver la polución, pues lo ideal es atacar directamente las fuentes de la contaminación.

ACTIVIDADES

1. Subraya en los textos quiénes son los entrevistados y qué puestos ocupan, así como a qué institución representan.
2. Numera los párrafos de cada uno de los textos.
3. Elabora un cuadro en el que vacíes la siguiente información: el hecho o acontecimiento, propuesta(s) y argumentos a favor y en contra. Ejemplo:

Hecho	Propuesta	Argumentos a favor	En contra
Tiempos de contaminación extrema.	Retomar el uso de la bicicleta.	Conveniente para un mejor funcionamiento cardiovascular.	Miedo a lo desconocido.

Ahora confirmas que ese motor que es la nota informativa genera una gran cantidad de información en torno a ella. Y a partir de los datos que aporta, el reportero se dedica a buscar más elementos y a profundizar en ellos. Recuerda:

Reportaje: Combina distintos géneros. Se elabora para ampliar, completar y profundizar. En el reportaje se investiga, se describe y se documenta una información.

Entrevista: Es la conversación entre un periodista y un entrevistado; entre un periodista y varios entrevistados o entre varios periodistas y varios entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, opiniones, juicios o interpretaciones.

EXPRESIÓN ORAL

ELEMENTOS PARA EL MANEJO DEL AUDITORIO

Quizá para ti la escritura es una actividad pasiva y leer un discurso ante un auditorio un hecho que no quieres enfrentar. Aunque, por más que no te guste hablar en público o manifestar tus opiniones o puntos de vista ante grupos de personas, por reducidos que sean, lo tienes que hacer, ya que nuestra sociedad y nuestra cultura tienen en la difusión oral de los mensajes uno de sus soportes más firmes y continuos.

En efecto, gran cantidad de información nos llega de manera oral y produce en nosotros distintas sensaciones y/o efectos. Con el lenguaje manifestamos nuestros conocimientos y nuestras sensaciones. Si bien es cierto que muchas veces el lenguaje corporal o los gestos no necesitan de palabra alguna, también lo es que muchas veces una palabra ayuda a tranquilizar, irritar o relajar; con el lenguaje podemos producir reacciones, cambios de actitud o de mentalidad. Inténtalo, fíjate en todas las situaciones de comunicación oral en las que tengas oportunidad de participar y observa los elementos que intervienen en el proceso. Auxíliate de la siguiente guía: *quién dice, qué, a quién, con qué intenciones o efectos*.

No desperdicies ninguna oportunidad. Guardando las debidas proporciones, tanto el merolico de la calle como un político o un líder en una tribuna pública tienen la intención de manejar a un auditorio.

ACTIVIDAD

Observa y lee los siguientes textos:

— (Voz muy amable y gentil). "Ya sé que tienen ustedes mucho trabajo. Créame que la considero. Yo en su lugar me volvería loca con todas las quejas. Ay, pobre de usted. Entiendo. Bueno, como sea, aproveché que tengo 5 minutos libres para saludarla y de paso reportar mi teléfono. Qué linda señorita, ya sé que no es su culpa. Muchas gracias".

— (Voz de una americana con mucho acento). "¿Hello? Perdone señorita, yo querer reportar teléfono. Por favorcito componerlo pronto. Yo haber hablado muchas, muchas veces con US y siempre decir "mañana, mañana". En mi país componer teléfono descomponer luego luego. Okey ¿Seguro? Muchas gracias".

— (Voz de una señorita histérica y prepotente). "¡Señorita!, estoy harta lo que se dice ¡hasta! En este país no funciona nada. O me componen mi teléfono o soy capaz de pedir una cita con el Presidente para que se de cuenta de que la modernización no funciona en un país tercermundista como éste. ¿Que ya quedó reportado? No le creo nada. Adió".

— (Voz de una secretaria muy aliviada). "Ay, manita, no seas malita y componme el teléfono de la casa de mi jefe. Su esposa está loquita. Ahí te lo encargo, ¿no? Es que a mi me van a correr, manita. ¿Tú crees que no me creen que ya lo reporté un millón de veces? Bueno, gracias manita, eres bien chula. Adió, allí viene mi jefe".

(La Jornada, 28 de abril de 1990)

Contesta de manera oral las siguientes preguntas sobre cada uno de los textos:

- ¿Quién habla?
- ¿Qué dice?
- ¿A quién le habla?

– ¿Con qué intenciones o efectos?

Las cuatro personas anteriores tienen la intención de producir un efecto en el receptor, y aunque todas tienden a lo mismo, utilizan distintas palabras y maneras de organizar su discurso para convencer, solicitar, pedir, exigir o suplicar la compostura del teléfono.

En la comunicación oral es muy importante tener una idea clara de quién es el receptor para de esta manera organizar el discurso y producir el efecto deseado. No es lo mismo dirigirse a nuestros compañeros de clase que a un grupo de estudiantes de otro nivel o a un grupo de obreros o de campesinos. Factores como edad, ocupación, valores, creencias, etc., determinan la forma en que hay que estructurar el discurso y las palabras que hay que utilizar.

Como ya lo hiciste con anterioridad, observa distintas situaciones de comunicación oral y elabora el siguiente cuadro:

<i>Situación de comunicación</i>	<i>Elementos del público</i> (edad, sexo, clase socioeconómica, ocupación e intereses)

Evalúa y valora los elementos del público y si se cumplieron o no los efectos que el emisor deseaba producir en el receptor.

Ahora realiza una actividad de manejo de auditorio; sigue los pasos que te proponemos:

1. Utiliza la nota informativa que elaboraste en el inciso anterior.
2. Realiza una caracterización del público al que te vas a dirigir.
3. A partir del inciso anterior, efectúa los ajustes necesarios a la redacción de tu nota informativa.
4. Realiza la lectura frente a un grupo de compañeros o en clase.
5. Verifica los efectos que produjo la lectura de tu nota.

RECAPITULACIÓN

En esta parte se presentan de manera global, resumida y esquemática los principales contenidos que abordamos.

del

Estructura y organización de los periódicos y revistas

<i>Criterio</i>	<i>Periódico</i>	<i>Revista</i>
Periodicidad	Diarios o semanarios.	Semanales, quincenales, etcétera.
Presentación	Conjunto de hojas sueltas en papel periódico. Primera plana y secciones.	Encuadernación con papel más fino. Portada y secciones.
Contenido	Información reciente.	Comentan, investigan y analizan la información.
Formato	Clásico o estándar: 58 × 39cm, 8 columnas. Tabloide: 38 × 29cm, 4 columnas.	Variable.
Elementos de la primera plana y portada	Primera plana: Logotipo o título, fechario: número, fecha, año y tomo, nombre del director, fotografías y textos periodísticos.	Portada: Logotipo o título, fecha y número. Algunas señalan el nombre del director, fotografías, caricaturas y títulos de la información más relevante.
Secciones	Información general, política, económica, espectáculos, cultura deportes, etcétera.	Depende del tipo de publicaciones: políticas, femeninas, etcétera. Secciones fijas.
Tipos	Información general, deportivos, etcétera.	Divulgación científica, femeninas, políticas, etcétera.

Discurso periodístico

En todo Discurso Periodístico están presentes los siguientes elementos:

	Referente: hecho o significado (qué)	
Enunciador o periodista (quién habla)	Texto o discurso (cómo) Marcas discursivas: – pronombres – adjetivos – sustantivos	Enunciario o lectores (a quienes se dirige el texto)
Efecto de sentido: qué busca el enunciador en el enunciatario		

Géneros periodísticos

Los textos periodísticos tienen diferentes finalidades y formas de presentación, y se clasifican en:

Géneros periodísticos

	<i>Nota informativa</i>	<i>Híbridos</i>	<i>Opinión</i>
Finalidad	Informar	Informar y opinar	Informar, opinar formar opinión
Géneros	– Nota informativa	– Entrevista – Crónica – Columna – Reportaje	– Editorial – Ensayo – Crítica – Artículo de fondo

Nota Informativa

Es la presentación sencilla y objetiva de un acontecimiento, que informa sobre el suceso, sus protagonistas, lugar, fecha, causas y consecuencias.

<i>Elementos de la nota informativa</i>	<i>Función</i>	<i>Objetivo</i>
Balazo Encabezado o titular Sumario	Sintetizar	Llamar la atención Impactar al lector Invitar a leer
Entrada o <i>lead</i>	Descripción objetiva y escueta de un hecho (que, quién cuándo, dónde, por qué)	Señalar un hecho, su fecha, lugar, causa
Cuerpo de la información	Ampliar la información	Abundar datos

Expresión oral: Elementos para el manejo del auditorio

Es necesario tener una idea clara de quiénes son los receptores de nuestro discurso para adecuarlo y lograr una buena comunicación que realice el objetivo o efecto que deseamos producir. Te recordamos algunos elementos que debes tener en cuenta para organizar la exposición oral: edad, ocupación, sexo, situación socioeconómica, e intereses del público.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACIÓN

Sólo te proponemos una actividad de consolidación: elabora un periódico o revista a tu gusto, pero debes incluir todos los elementos que aprendiste en este fascículo. Puedes utilizar recortes o elementos propios, siempre y cuando tomes en cuenta lo expuesto con anterioridad.

LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACIÓN

En la elaboración de tu periódico o revista debiste considerar lo siguiente:

Para periódico	Formato: clásico o tabloide
	Logotipo o título
	Fecha: fecha, año, número, nombre del director
	Titulares o encabezado
	Textos y fotografías
Para revista	Secciones
	Géneros periodísticos
	Portada: logotipo o título
	fecha
	títulos de los artículos más importantes
Sumario	
Secciones	
Textos y fotografías	

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Plata, Blanca: *La noticia y la nota informativa*. México, UNAM, 1988.
- Dallal, Alberto: *Lenguajes periodísticos*. México, UNAM, 1989. 110 pp.
- Leñero, Vicente, y Carlos Marín: *Manual de periodismo*, 4a. ed. México, Grijalbo, 1986, 315 pp.
- Marín, Marcos: *Comentarios de lengua española*. España, Alhambra, 1983, 267 pp.
- Martínez Albertes, José Luis: *Redacción Periodística*. España, ATE, 1974, 254 pp.
- McEntee de Madero, E.: *Comunicación oral*. España, Alhambra, 1989, 287 pp.
- Orive, Pedro: *Estructura de la información periodística*. España, Pirámide, 1977, 173 pp.
- Rebeul, Olivier: *Lenguaje e ideología*. México, FCE, 1986, 242 pp.
- Simpson, Máximo: *Géneros periodísticos*. México, UNAM, 1983, 72 pp.
- Verón, Eliseo: *Construir el acontecimiento*. España, Gedisa, 1981, 201 pp.

Taller de Lectura y Redacción I, fascículo VI:
Investigación Documental se terminó de
imprimir en octubre de 1992.
La edición consta de
10 000 ejemplares.

COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA
COORDINACION DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION I
MODULO 4
DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION
MASIVA Y CULTURA DE MASAS

Pilar Rodriguez Juárez
Martha Mendez Vazquez

I N D I C E

PRESENTACION GENERAL	III
PRESENTACION	IV
PROPOSITO	VI
INTRODUCCION	VII
CUESTIONAMIENTO GUIA	1
I. SISTEMAS DE COMUNICACION PUBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS.	2
a) Comunicación asamblearia	4
b) Comunicación por emisarios	5
c) Comunicación por redes de distribución de mensajes	5
d) Comunicación de masas.	5
II. ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS	9
1. Medios Impresos	9
a) La prensa en la época colonial	9
b) La prensa en el siglo XIX	10
c) La prensa en el porfiriato	10
d) La prensa en el siglo XX	11
2. Medios radiofónicos	22
3. Medios televisivos.	23
III. CONCEPTOS DE CULTURA Y CULTURA DE MASAS	30
RECAPITULACION	43
ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION	44
AUTOEVALUACION	47
ACTIVIDADES DE GENERALIZACION	49
NOTAS	50
BIBLIOGRAFIA	51

PRESENTACION GENERAL

El Colegio de Bachilleres, dentro de su plan de trabajo 1991-1994, consideró necesario impulsar la actualización y homogeneización de los programas de su plan de estudios, en sus modalidades esclarecida y abierta.

Con este propósito, y con una amplia participación de maestros del Colegio, se desarrollaron los trabajos de actualización, orientados al fortalecimiento de la formación propedéutica universitaria de sus egresados, de tal manera que nuestra Institución responda mejor, desde su ámbito de competencia, a los requerimientos del país.

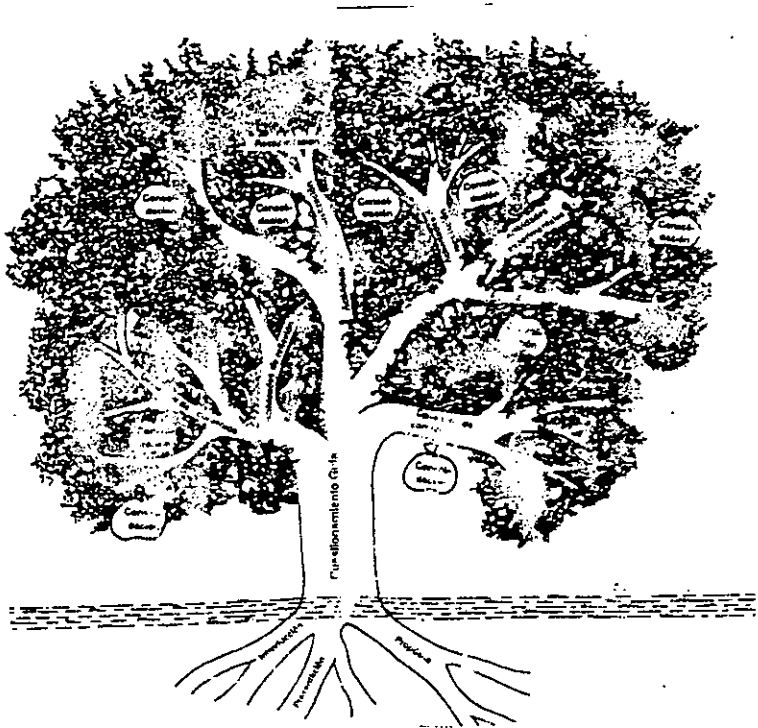
Como fruto de ese esfuerzo académico de profesores del Colegio de Bachilleres, en Colaboración con asesores psicopedagógicos y de contenido, se proporcionan a nuestros estudiantes estos fascículos de apoyo al aprendizaje, los que en forma dinámica se irán mejorando en la medida que se recojan las experiencias directas y enriquecedoras que aporta el ejercicio educativo.

DIRECCION GENERAL

P R E S E N T A C I O N

El Colegio de Bachilleres, en apoyo a su programa "Actualización y Homogeneización de los programas del Plan de Estudios", preparó el presente fascículo: Desarrollo de los Medios de Comunicación Masiva y Cultural de Masas. el cual constituye el cuarto de una serie de seis que integran la asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación I.

En su contenido se analizan diversos elementos de manera que te facilitan el aprendizaje y la construcción del conocimiento para que, al finalizar el estudio puedas aplicar lo aprendido en las diferentes actividades de tu vida diaria. Estos elementos son:



**PRESENTACION
PROPOSITO
INTRODUCCION
CUESTIONAMIENTO GUIA**

Te ponen en contacto con lo que vas a aprender, cómo lo vas a lograr y la utilidad que obtendrás con su estudio; además te indican cómo se organiza el material invitándote a reflexionar sobre lo que vas a aprender.

**DESARROLLO DE CONTENIDO
ACTIVIDADES
EXPLICACIONES INTEGRADORAS**

Te permite analizar y aplicar los contenidos para que los construyas y reconstruyas y de esta manera los hagas tuyos, y seas un arquitecto del conocimiento.

RECAPITULACION

Te proporciona una síntesis al relacionar los conceptos relevantes de los temas tratados en el fascículo.

**ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION
LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACION**

Te posibilita aplicar los conocimientos construidos a través de interrogantes y situaciones problemáticas para que integres lo aprendido y así confirmes tus conocimientos.

**ACTIVIDADES DE GENERALIZACION
GLOSARIO
BIBLIOGRAFIA**

Son elementos que te permiten aclarar conceptos técnicos y especializados propios de la asignatura, además de proyectar los contenidos del fascículo hacia otros campos científicos y tecnológicos.

P R O P O S I T O

En este fascículo conocerás el origen y el desarrollo del sistema institucionalizado de Comunicación Pública dominante en nuestros días: los Medios de Comunicación de Masas, y la función que cumplen en una sociedad capitalista como la mexicana. También estudiaremos el concepto de "cultura", en sus diferentes manifestaciones y entenderás cómo los Medios de Comunicación Masiva son empresas transmisoras y generadoras de una "cultura de masas".

A través de la evolución histórica que han tenido los medios, te darás cuenta como llegan a formar parte de tu vida cotidiana.

Podrás analizar de manera crítica los mensajes que transmiten los medios y como éstos forman tu cultura.

I N T O D U C C I O N

En los contenidos que se abordaron en otros fascículos se encuentra el tema de los tipos de Comunicación: privada y pública. En este fascículo se ampliará el tema de la Comunicación Pública, al caracterizar a los sistemas sociales de comunicación y los sistemas institucionalizados de Comunicación Pública. Esta contextualización te permitirá analizar el surgimiento de las empresas de Comunicación de Masas. Para comprender la situación actual de los Medios de Comunicación Masiva estudiaremos la evolución histórica de los diversos medios: impresos, radiofónicos y televisivos, señalando su inserción en la sociedad mexicana. Como verás, el desarrollo de los Medios de Comunicación de Masas estuvo marcado por el impulso que les dió el Estado, pero principalmente por los intereses de grupos empresariales; que crearon los monopolios comunicativos que dominan actualmente en nuestro país.

También abordaremos el concepto de "Cultura", y sus diversas formas, para entender críticamente la idea de "Cultura de Masas" que transmiten y generan, justamente, los Medios de Comunicación de Masas.

CUESTIONAMIENTO GUIA

Es importante que antes de comenzar el estudio de este fascículo reflexiones sobre lo siguiente:

En la materia de Taller de Análisis de la Comunicación buscamos que te vuelvas un receptor crítico de los mensajes que son difundidos a través de la televisión, el radio, la prensa, y, en general, de los Medios de Comunicación de Masas. Tratando de alentar esta reflexión crítica, te preguntamos: ¿cuál es la importancia de los Medios de Comunicación de Masas en una sociedad como la nuestra? ¿Cuál es la función de estos medios en las sociedades contemporáneas?

Seguramente el examen del origen y desarrollo de estos Medios de Comunicación de Masas puedan proporcionar elementos para responder a las anteriores interrogantes. ¿Sabes cuándo y cómo se originaron la prensa, el radio y la televisión en México?

Tú tienes una relación directa y cotidiana con estos medios, con la televisión y el radio, principalmente, pero ¿podrías señalar la forma y los contenidos primordiales que difunden tales medios comunicativos? ¿En manos de quiénes está la prensa, el radio y la televisión?

Tal vez tú tengas una noción de "cultura", más ¿sabías que existen muchos tipos de cultura?, ¿Que la televisión y el radio también transmiten cultura?. Habría que aclarar entonces un significado general de "cultura" y especificar lo que es la "cultura de masas" y cómo se genera.

Conforme te vayas adentrando paulatinamente en la asimilación de la información podrás inferir las respuestas a los anteriores cuestionamientos que en su conjunto sintetizan el contenido medular de este fascículo.

Inicia tu estudio después de haber reflexionado sobre los aspectos anteriores, porque esto te permitirá ir relacionando el contenido del presente fascículo.

DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA Y CULTURA DE MASAS

I. SISTEMA DE COMUNICACION PUBLICA Y MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

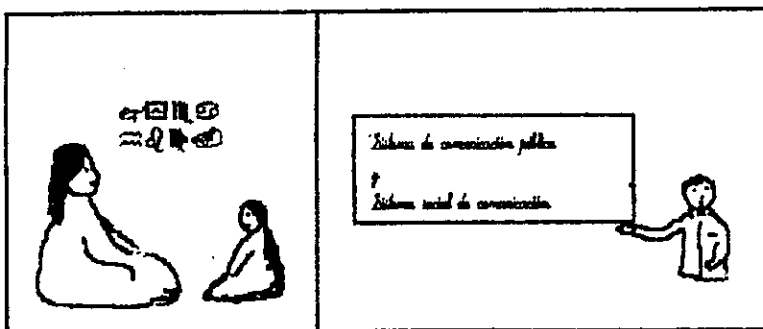
En tu vida diaria estás inmerso en múltiples situaciones de comunicación: por ejemplo, los miembros de tu familia se comunican entre sí para comentar los acontecimientos del día o para ponerse de acuerdo en el cumplimiento de las normas familiares; en la escuela los maestros transmiten conocimientos e informan sobre las tareas que como alumno tienes que hacer, también cuando te encuentras escuchando el radio o viendo la televisión recibes comunicaciones -- diversas. Para que inicies la reflexión sobre la comunicación pregúntate sobre la función de la relación comunicativa y sobre el carácter distintivo de la Comunicación de Masas. De estas cuestiones trataremos en este apartado.

Todas las relaciones y actividades sociales se basan en la comunicación entre los hombres. Por consiguiente, todo vínculo social se establece siempre como una relación comunicativa, sea en el ámbito familiar, productivo, político, artístico, etc. Esta diversa relación que se da entre los hombres, y que posibilita la interacción comunicativa entre los mismos, gracias a la producción y distribución de mensajes, se puede estudiar bajo el enfoque de dos grandes sistemas de comunicación: el sistema social de comunicación y el sistema institucionalizado de comunicación pública.

Los sistemas sociales de comunicación se pueden considerar como las organizaciones sociales en las que se establecen interacciones comunicativas que proporcionan la información necesaria para la reproducción de la sociedad en su conjunto. Estas formas de comunicación se manifiestan en la familia, la escuela, etc.

Observa el siguiente dibujo, que te ilustra esta forma de comunicación.

Sistemas de Comunicación Social



Una madre que enseña a su hija a comportarse como mujer, reproduce una forma de ser, de pensar y actuar.

Un maestro que enseña a los estudiantes reproduce una determinada forma de ser.

Los sistemas institucionalizados de Comunicación Pública son las organizaciones especializadas, con recursos materiales y humanos, que tienen a su cargo la producción, distribución y uso de la información que interesa o afecta a la sociedad entera. (1)

La Comunicación Pública, entonces, aparece cuando se institucionaliza en una organización especializada en producir, distribuir y usar los productos comunicativos destinados a toda la sociedad. Se sirve de medios, instrumentos y tecnologías que permiten una rápida y multiplicada producción, una amplia distribución y una extensa y pronta recepción de los productos comunicativos. Transmiten una determinada cultura, elaborando representaciones ideológicas colectivas, es decir, difunde una visión del mundo determinado por la clase o grupo social que controla la Comunicación Pública.

Un ejemplo de institución especializada de Comunicación Pública es la "empresa cultural" de

TELEVISA

Está organizada para producir, distribuir y usar los productos comunicativos que elabora: los diversos mensajes televisivos.

Cuenta con sus propios recursos materiales y humanos para producir y difundir mensajes televisivos que interesan o afectan a todos.

Transmite una "Cultura de Masas" cargada por los intereses ideológicos de sus dueños



En las sociedades primitivas no existían sistemas institucionalizados de Comunicación Pública.

Toda la información necesita para la reproducción del sistema social se hacía a través de los sistemas sociales de comunicación, es decir, a través de las relaciones de parentesco y comunitarias. Con el desarrollo histórico, las sociedades se fueron haciendo más complejas apareciendo junto con las clases sociales y el Estado, los sistemas institucionalizados de Comunicación Pública que fueron adoptados en las diferentes sociedades a través de la historia.

En estos sistemas sobresalen cuatro tipos(2):

a) Comunicación Asamblearia

Es aquella Comunicación Pública en la que los miembros de una comunidad o sus portavoces se reúnen en un mismo lugar y en una misma ocasión en una ASAMBLEA, en la que cada cual o sólo determinados actores comunicantes, se dirigen a los demás para tratar un problema colectivo y buscar soluciones.

b) Comunicación por Emisarios.

Es aquella Comunicación Pública en la que los mensajeros (por ejemplo, un pregonero) transportan y difunden comunicados a los restantes miembros de la sociedad o sus delegados.

Estos sistemas todavía se utilizan en comunidades campesinas y en organizaciones sociales democráticas.

c) Comunicación por Redes de Distribución de Mensajes.

Es aquella Comunicación Pública en la que los mensajes informativos circulan a través de mensajeros que difunden comunicados sólo a ciertos miembros de la colectividad, elegidos por la posición que ocupan o por las funciones que desempeñan. Este sistema es característico de las sociedades donde existen clases sociales con relaciones de dominio y explotación y regímenes con jerarquías rígidas. Este sistema sobreviven en nuestros días en empresas que dan un servicio privado.

d) Comunicación de Masas.

Es aquella Comunicación Pública en la que los mensajes informativos se manejan recurriendo a las tecnologías de producción y distribución que ofrecen los Medios de Comunicación de Masas: medios impresos, medios radiofónicos, medios cinematográficos y medios televisivos. Este sistema se constituye en las sociedades capitalistas y predomina en las sociedades industriales.

Nuestro objetivo de estudio es el sistema de Comunicación Pública dominante en nuestras estructuras sociales en esta época: los MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. El capitalismo ha determinado tanto el desarrollo de los Medios Comunicativos como sus rasgos fundamentales. Para entender esta interrelación entre el sistema social capitalista y la Comunicación de Masas es necesario -- hacer una breve caracterización del capitalismo:

El capitalismo es un sistema económico cuyas características principales son las siguientes:

- a) la propiedad privada de los medios de producción (fábricas, máquinas, tierras) en manos de los capitalistas;
- b) la explotación de la fuerza de trabajo de los obreros y campesinos;
- c) la producción ilimitada de mercancías para realizar las ganancias. (3)

Puesto que las ganancias del capitalista se incrementan al aumentar la producción de mercancías, el sistema capitalista de producción ha impulsado permanentemente el desarrollo industrial y tecnológico. A lo largo del desenvolvimiento capitalista, se han incorporado los adelantos tecnológicos que promueve la industria a los sistemas institucionalizados de Comunicación Pública. Gracias a las innovaciones tecnológicas promovidas en la era del capitalismo se ha constituido, unificado e institucionalizado una comunicación por técnicas de producción y distribución masiva de información: la Comunicación de Masas. Determinado por las fuerzas sociales capitalistas, los Medios Masivos de Comunicación han adquirido los siguientes rasgos esenciales:

- 1) Fabrican y distribuyen masivamente sus mensajes. Por eso son conocidos como Medios de Comunicación de Masas.
- 2) Están constituidos como empresas privadas, propiedad de grupos empresariales, que elaboran y difunden masivamente sus productos comunicativos mercantilizados para obtener ganancias. Si son empresas estatales, están en manos del grupo dominante y se rigen por el formato definido por las empresas privadas. (4)
- 3) Los mensajes, informaciones y relatos, que producen y difunden estos medios son mercancías vendidas, compradas y consumidas; en consecuencia, no dependen tanto de su calidad como de las leyes de la oferta y la demanda: lo más valioso es lo que más se compra.
- 4) Los productos comunicativos que difunden siempre concuerdan con los intereses y la ideología de los grupos dominantes, quienes se han apropiado de los Medios y los tienen bajo su control. (5)

5) Los mensajes que transmiten son unidireccionales, autoritarios y verticales; se imponen desde los Medios Comunicativos al público, sin posibilidad alguna de interacción comunicativa o réplica. (6)

6) Los Medios de Comunicación de Masas convierten los diferentes hechos y sucesos de la realidad en informaciones y relatos que tienen un valor comercial y un uso organizativo para la producción y para el control político de la sociedad.

7) Los Medios de Comunicación de Masas funcionan para reproducir la sociedad elaborando mensajes persuasivos con finalidades comerciales (promover el consumo de mercancías), propagandísticas (imponer ideas políticas que legitiman el orden establecido), o ideológicas (transmitir valores y modos de vida de los grupos dominantes), de modo que homogenizan los gustos existentes, vulgarizan y mercantilizan la cultura y el arte, promueven el entretenimiento superficial, sobrevaloran la noticia de actualidad y transmiten una visión tendenciosa, acrítica y ahistórica del mundo. (7)

ACTIVIDADES

1) Una escuela y un periódico son Sistemas de Comunicación, transmiten informaciones para la reproducción de la sociedad. Para distinguir estos Sistemas responde las siguientes preguntas:

-¿En cuál se establece una comunicación interpersonal y en cuál una comunicación pública?

-¿A quiénes pertenece el periódico? ¿Tiene alguna finalidad lucrativa?

-¿Cuáles son emisores y los receptores en la escuela? ¿Es posible la interacción comunicativa en la escuela?

-¿Qué medios se utilizan en la escuela y qué medios se usan en el periódico?

2) Proporciona un ejemplo de tipo de comunicación Asamblearia que se practique actualmente.

3) Señala los rasgos de los MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS en el capitalismo y relaciónalos con la Televisión.

EXPLICACION INTEGRADORA

Sistema de Comunicación Pública y Medios de Comunicación de Masas

Sistemas Sociales de Comunicación	Familia Escuela Trabajo
Sistemas Institucionalizados de Comunicación Pública.	Comunicación Asamblearia Comunicación por Emisarios Comunicación por Redes de Distribución de Mensajes. Comunicación de Masas
Medios Masivos y Capitalismo	Distribución masiva de mensajes Mensajes se convierten en mercancías Mensajes unidireccionales

II ORIGEN Y DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE MASAS

¿Sabes cuándo aparecieron los periódicos en México y cómo eran? ¿No sería interesante conocer cómo se desarrollaron el radio y la televisión en nuestro país? Los Medios de Comunicación de Masas te siguen y establecen una comunicación contigo de un modo u otro, pero ¿qué pretenden, quiénes los controlan y qué tipo de comunicaciones producen y difunden?.

En este apartado revisaremos la evolución de los Medios de Comunicación de Masas, concluyendo con una descripción global de la situación actual de cada medio.

1. Medios impresos.

Los medios de comunicación de masas impresos fueron posibles a partir de la imprenta de Gutenberg (1456). En sus primeros años se utiliza la prensa para la alfabetización masiva y la capacitación de la fuerza de trabajo, subordinada a la censura del Estado y la Iglesia. De 1550 a 1600 la prensa se expande en las principales metrópolis europeas; en 1621 se publican en Inglaterra los primeros periódicos llamados "Cronatos" y en 1641 el parlamento inglés dicta la primera reglamentación de la "libertad de Prensa".

Medios impresos en México

a) La Prensa en la época Colonial (1521-1818)

La primera imprenta de América se instaló en nuestro país en 1529, publicando hojas volantes informativas sin ninguna periodicidad. En 1666 aparece el primer papel con el nombre de Gaceta. En 1722 apareció la primera publicación periódica: La Gaceta de México y Noticias de la Nueva España. Posteriormente surgen otras gacetas y el periodismo de la Colonia adquiere sus propias características: se convierte en un ejercicio burocrático pues queda limitada a los estruchos márgenes de libertad de opinión que absolutismo borbónico concedía, sin comentarios o críticas al orden político, divulgando noticias sobre cuestiones científicas, comerciales y, principalmente, religiosas. En 1805 aparece el primer periódico cotidiano de la Nueva España, el Diario de México, y en 1818 se publica la Gaceta del Gobierno de México, publicada por Manuel Antonio Valdés, periódico que se convirtió en un instrumento del poder político y que comenzó a difundir una mayor

variedad informativa. (8)

b) La Prensa en el siglo XIX

En el siglo XIX la prensa mexicana adquirió un claro carácter político y partidario. A través de ella se plantearon y difundieron proyectos políticos nacionales en pugna con otras tendencias políticas. Sin embargo, aquella prensa mexicana, en un país mayoritariamente analfabeta, era elitista y minoritaria. Una visión global de la prensa de este período nos lo ofrece la investigación.

Fátima Fernández en las siguientes palabras: "El Siglo XIX se caracteriza por la búsqueda del modelo de organización política que seguirá el México Independiente. En la definición de este modelo intervienen proyectos distintos: por un lado el federal-liberal republicano y por otro el central conservador monárquico". El periodismo de este siglo es reflejo de esta búsqueda. En las páginas de los diversos diarios encontramos predominantemente discursos políticos, crónicas parlamentarias, ataques a la oposición, proyectos de nación. Y en un porcentaje reducido, anuncios publicitarios, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. En una palabra, podemos decir que el siglo XIX se caracteriza por tener un periodismo partidista." (9)

Por este carácter político, la prensa jugó un importante papel en la sociedad mexicana, pese a sus limitados tirajes y al inmenso analfabetismo: la cultura oral multiplicaba la influencia de la prensa en todos los sitios del país; los valientes impresores y periodistas de esa época desempeñaron una importante -- función educativa y política y, al mismo tiempo, padecieron cárceles y persecuciones. Al calor de esas pugnas políticas, los medios impresos ganaron y definieron un espacio constitucional formal: la libertad de imprenta y expresión, que en su práctica real siempre ha estado en disputa. Ejemplos de esta prensa son: El -- Ateneo Mexicano, El Federalista, La República, La Orquesta, etc. Sin embargo, pese a las garantías constitucionales, se registraron permanentes violaciones, cen~~sur~~ando y prohibiendo la publicación de escritos. (10)

c) La Prensa en el Porfiriato.

En este período la prensa se polarizó: por un lado se mantenía la prensa liberal e intransigentemente crítica y política, enfrentada a la dictadura de

Porfirio Díaz. La dictadura la combatió por todos los medios: prohibiéndola, -- corrompiéndola, reprimiendo a los periodistas opositores con multas, castigos corporales, confiscaciones, cárceles y asesinatos. Esta indoblegable prensa política, con sus tirajes limitados y bajo la represión, cumplió una función fundamental en la impugnación a la Dictadura de Porfirio Díaz, crítica que alimentó a la Revolución Mexicana. Ejemplos de esta prensa son *Regeneración*, el *Hijo del Ahuizote*, *El Diario del Hogar*, *El Colmillo Público*, etc. Pero, por otro lado, también se constituyó un periodismo sometido al poder gubernamental, una prensa oficialista. Esta prensa oficialista y porfirista inició la modernización de los medios impresos en México. Bajo el patrocinio directo del dictador Díaz, apareció *El Imparcial*, dirigido por Rafael Reyes Spíndola, que utilizó por primera vez en México la rotativo de alta velocidad, abaratando su precio y aumentando notablemente su tiraje a cien mil ejemplares diarios, por ejemplo, el importante periódico *El Siglo XXI* de los liberales no rebasó nunca los mil ejemplares y *Regeneración de Flores Magón* con dificultades llegó a publicar su revista con 30 mil ejemplares. *El Imparcial* se convirtió en el primer diario industrial con tirajes masivos, otorgando importantes espacios a la publicidad y a las noticias oficiales en su formato, regido por intereses económicos, que atacó tanto a Madero como a Zapata y Villa. A esta prensa mercantil se dirigieron los grupos políticos que llegaron al poder, para subordinarla y ponerla a su servicio.(11)

d) La Prensa en el siglo XX

La consolidación del capitalismo en México en la fase posrevolucionaria afirmó las tendencias que ya se prefiguraban en el porfiriato respecto a la transformación de los medios impresos mexicanos: la producción periodística se industrializó y masificó; los medios impresos dejaron de ser publicaciones de opinión pública, elitista y sostenidos por grupos políticos que exponían sus proyectos nacionales partidistas; ahora se conciben, se organizan y funcionan como empresas que producen masivamente mercancías para obtener ganancias. Las funciones de los periódicos se redefinen: 1. apoyan y fomentan el consumo de otras mercancías con la publicidad, y 2) crean una opinión pública afin al sistema social, a través tanto de los contenidos que difunden como de la manera en los presentan. Aunque la Revolución Mexicana consagra en la Constitución de 1917 la libertad de imprenta, tal legislación resulta anacrónica ante los grupos empresariales que concentran y centralizan los medios impresos de nuestro país, es decir, que monopolizan la prensa mexicana. Si la prensa mexicana del siglo XIX fue política y partidista,

la prensa del siglo XX, después de la revolución, se volvió mercantil y oficialista, no sólo por convertirse en un conjunto de empresas comerciales carentes de proyectos políticos nacionales, sino también por su subordinación a la política oficial estatal.

En conclusión, la prensa se convirtió en una industria capitalista, con una producción y difusión masiva de diarios, mercantilizando sus productos comunicativos y modernizando los formatos periodísticos al incluir diversas secciones y publicidad. Como empresas mercantiles, se crearon importantes periódicos nacionales conectados con grupos políticos. (:2)

EL UNIVERSAL Lo fundó en 1916 Félix Palavicini, ex-director de **El Imparcial**, carrancista e integrante de la Constituyente de 1917.

EXCELSIOR Lo funda en 1917 Rafael Alducin, vinculado a la fracción conservadora del Congreso de 1917. Siguiendo los métodos norteamericanos de publicidad, instituye el 10 de mayo como Día de las madres y premios a la mejor foto de niño recién nacido, al mejor nacimiento de Navidad, etc. También introduce la noticia sensacionalista y amarillista en nuestro país.

EL NACIONAL Se fundó en 1929 como el periódico del Partido Nacional Revolucionario (antecesor del PRI), convirtiéndose en el órgano informativo del gobierno.

Durante la presidencia de Cárdenas se creó la infraestructura para el desarrollo de los medios impresos al fundar la Productora e Importadora de Papel, S.A., impulsar la alfabetización y respetar la libertad de opinión. En la administración de Miguel Alemán aparecen los rasgos esenciales que conserva la prensa mexicana: al ser una empresa capitalista su formato sigue el modelo norteamericano (primera plana, con declaración oficial en ocho columnas, secciones, publicidad, tamaño clásico, corresponsales, etc.), se renovan tecnológicamente y se subordinan al poder político. Deslegitimado el régimen por la represión de 1968, los Presidentes posteriores promueven la reforma política y una más amplia libertad de prensa, abriéndose espacios democráticos independientes en los medios impresos. No por ello medios periodísticos críticos al régimen dejan de sufrir represiones, como el golpe a la dirección del **EXCELSIOR** (1976), o la oficialización que sufrió

UNOMASUNO en el sexenio de Miguel de la Madrid. (13)

Tendencias actuales:

En toda la república mexicana se publicaban, en 1982, 371 periódicos; la mayor parte de títulos aparece en el Distrito Federal. Ver tabla. (14)

Distribución regional de los medios de difusión masiva en México (1982)

Estado	Radio		TV	Hab. (en miles) 1980	Estados (% del territorio = 1 958 201 km ²)	
	AM	FM				
Aguascalientes	3	9	0	3	504	0.3
Baja California N.	12	26	13	6	1226	3.6
Baja California S.	5	5	1	1	221	3.7
Campeche	3	9	1	2	372	2.6
Coahuila	24	40	13	9	1558	7.6
Colima	10	7	0	1	339	0.3
Chiapas	11	20	3	3	2097	3.8
Chihuahua	14	46	7	13	1934	12.5
Distrito Federal	37	32	21	5	9373	0.1
Durango	7	6	0	4	1160	6.3
Guanajuato	19	33	7	5	2044	1.5
Guerrero	21	16	6	8	2174	3.3
Hidalgo	5	5	0	0	1517	1.1
Jalisco	8	40	19	7	4294	4.1
Estado de México	10	6	3	5	7546	1.1
Michoacán	22	31	4	3	3049	3.1
Morelos	4	4	8	1	931	0.2

Distribución regional de los medios de difusión masiva en México (1982)

Estado	Radio		TV	Hab. (en miles) 1980	Estados (% del territorio = 1 958 201 km ²)	
	AM	FM				
Nayarit	6	12	1	3	730	1.4
Nuevo León	10	25	13	4	2463	3.3
Oaxaca	7	17	1	3	2518	4.8
Puebla	8	18	11	2	3280	1.7
Queretaro	5	7	1	3	726	0.6
Quintana Roo	3	4	0	1	210	2.6
San Luis Potosí	9	14	6	2	1671	3.2
Sinaloa	21	28	2	7	1880	3.0
Sonora	18	40	4	15	1499	9.3
Tabasco	5	11	3	2	1150	1.3
Tamaulipas	23	41	12	13	1925	4.0
Thaxcala	1	2	1	0	547	0.2
Veracruz	32	56	12	10	5265	3.7
Yucatán	3	13	2	4	1035	2.0
Zacatecas	5	12	0	3	1145	3.7
Suma	371	635	175	148	67383	100.0

Los Medios Impresos en México se han desarrollado paralelamente al --- capitalismo dependiente que caracteriza a nuestro país, por lo que son dependientes en la infraestructura tecnológica, en las inversiones o la publicidad de empresas transnacionales, así como en las noticias que compran a las agencias extranjeras de información.

La Prensa mexicana florece de acuerdo al desarrollo de ciertos polos - regionales, concentrándose en monopolios vinculados a los grupos dominantes.

Los rasgos formales de los diez principales periódicos matutinos del D.F., modelos principales de la Prensa mexicana, son los siguientes:

4.- Predomina el tamaño estándar (57x38 cm), con un promedio de 70 páginas, divididas en varias secciones, son diarios tradicionales que se tienen que desplegar y separar por secciones para ser leídos; cuentan con un gran número de informaciones, más de 200 notas y mucha publicidad (en la mayoría rebasa el 30% y en alguno alcanzó hasta el 50%). Muchos remiten las informaciones a otras páginas, lo que dificulta la continuidad de la lectura; la mitad de estos diarios tomados como muestra cuenta con una sección de sociales, es decir, refieren las fiestas y --- diversiones de la élite dominante, y le dan más espacio a la información deportiva y espectáculos que a la referente a la realidad nacional. En la primera plana, la mayoría de titulares se refieren a informaciones nacionales y oficiales, esto es: le dan mayor relevancia a una noticia sobre el país según la versión que el propio gobierno proporciona, ya sea a través de las oficinas de prensa oficiales o por --- declaraciones y/o acciones de personajes de las esferas gubernamentales. El género periodístico básico y mayoritario de todo diario es la nota informativa. En --- una proporción menor abundan las columnas y los artículos. En el 50% de los diarios predomina la información noticiosa internacional. Se manejan pocos reportajes.(15)

Respecto a sus contenidos, se transmiten fundamentalmente informaciones sobre acontecimientos actuales: los diarios vigilan los acontecimientos del entorno social, seleccionan lo noticioso y lo difunden masivamente, sobre todo bajo la --- forma de notas. Las noticias son seleccionadas por los directivos de los periódicos; ya en esa simple selección se introducen opiniones e ideologías sobre lo que es importante para la sociedad: se puede decidir informar en las páginas de sociales sobre la boda y la fiesta de un gran empresario, omitiendo toda la información relativa a las huelgas que estallaron en las fábricas del mismo industrial. En --- cada periódico existe una línea editorial a partir de la cual se seleccionan las noticias y, en general, el contenido de los diarios. Las noticias abordan los --- acontecimientos de actualidad refiriéndolos escuetamente y prescindiendo de contextos, explicaciones o análisis, de modo que la información noticiosa siempre --- resulta superficial; además, pese a la pretensión de formar secciones informativas,

las noticias se presentan de modo desorganizado, proporcionando una versión del mundo desarticulada e insustancial. Sobre nuestra realidad nacional también existen muchas noticias, además de columnas, artículos, editoriales y crónicas. Si se revisan los titulares de los diarios y el conjunto de informaciones que difunden sobre México, se llega a la misma conclusión: predomina una visión ideológica del grupo político en el poder. Las declaraciones del presidente ocupan inmediatamente los titulares, así sea una opinión sabida y repetida; también se destacan las informaciones de los secretarios de estado o de los líderes del partido en el poder. Estos son los personajes y fuertes principales de las noticias sobre nuestro país; el tratamiento periodístico los convierte en hombres-mito, -- infalibles y providenciales. La versión oficial de la realidad nacional que difunden estos diarios, pinta un México ideal, siempre en progreso económico y plenamente democrático. Se dibuja un país donde la oposición casi es traición nacional o vocación por el caos y la anarquía, mientras que los gobernantes, patriotas -- ejemplares, están profundamente preocupados por las mayorías. Son pocos los diarios en nuestro país que son verdaderamente críticos e independientes, como LA JORNADA o EL FINANCIERO. Sin embargo, predominan los que son claramente oficialistas y proempresariales, como EL HERALDO, EL NOVEDADES y muchos otros.

ACTIVIDADES

1) De los siguientes ejemplos, identifica la época a la que pertenecen así como -- las características de la prensa de ese período

16 DE SEPTIEMBRE DE 1810

Los pueblos dignos, no pueden soportar cadenas. Cuando los déspotas oprimen, los pueblos parecen como que se conforman con la opresión, pero en realidad, en los cerebros germina, inconscientemente, la noción de algo que se opone a la opresión, de algo que está en abierta pugna con la tiranía, y ese algo imposible de definir cuando está en embrión, se incendia en todos los cerebros cuando una voluntad superior lanza potentes y viriles ideas redentoras.

Hidalgo fue la voluntad viril que difundió la idea de nuestra independencia que alumbró todas las inteligencias y tuvo eco simpático en los pechos de los buenos mexicanos. La idea se expandió, pero, porque los pueblos dignos no pueden soportar cadenas, no pueden ser esclavos y estallar, y en su explosión arrastran los vicios solios de los déspotas.

El poder del pueblo no puede ser avasallado por nadie. La tiranía más ruda y feroz tiene que someterse a la voluntad del pueblo porque el pueblo es el soberano. Y cuando los tiranos se oponen a que el pueblo haga su voluntad, cuando poseen los caracteres de un Jefe inerte de poderío y grandezas, se atreven, en su locura, a envainar las aspiraciones populares, los cerros son destruidos y se avasallan los tronos, irguiéndose sobre las ruinas roinas y las quebrantadas cadenas, la libertad, que es la aspiración suprema de las democracias.

15

REGENERACIÓN N° 56. 15 Septiembre 1901

Regeneración.

SEMANARIO DE POLÍTICA Y ECONOMÍA

SEMANARIO DE POLÍTICA Y ECONOMÍA

SECRETARÍA

Dr. José Flores Magón - Dr. Abel de la Cruz - Ricardo Flores Magón

Oficina Central: Secretaría de Gobernación, C. P. México, D. F. Teléfono No. 5111

CONTENIDO

Este periódico, que nació en 1910, tiene un programa de regeneración política y económica. Su objetivo es el de servir a la patria, a la cultura y a la justicia social. En sus páginas se publican artículos de opinión, estudios, noticias y crónicas. El periódico es de libre acceso y no cobra nada por suscripciones. Se publica los días martes y viernes.

Este periódico, de un espíritu más moderno, es la expresión de todos los cambios. Su objetivo es el de servir a la patria, a la cultura y a la justicia social. En sus páginas se publican artículos de opinión, estudios, noticias y crónicas. El periódico es de libre acceso y no cobra nada por suscripciones. Se publica los días martes y viernes.

LA DEMOCRACIA Y EL MOTIN

La democracia, en su esencia, es un sistema de gobierno que se basa en la voluntad popular. El motín, por el contrario, es un acto de rebelión que busca derrocar a un gobierno legítimo. Ambos fenómenos son contrarios a los principios de la democracia.

Practicar las doctrinas maoístas en nuestro país, ahora que todos los pueblos, con los más avanzados, tratan de dar instrucción a las bases como sociales, es simplemente un atentado contra los ideales del siglo, es retroceder contra los ideales de nuestros referentes. Que quieran hacer un movimiento o un acto del que hay un caso de rebeldía y sublevarse.

"EL UNIVERSAL"

Si nuestro reformista hubiera pensado como El Universal que habría dejado la Constitución de 1957 por el contrario, registrar los artículos de esos artículos y el hecho que sigue siendo esclavo de hecho, lo seguiría siendo de derecho.

Si no se dan las condiciones de instrucción a nuestro país, a cada uno de los sectores laborales, intelectuales, como el periódico que es la República, sería de hacerlos con confianza, libertad, independencia, paz y bienestar de su hogar.

Según El Universal, el pueblo, ese pueblo que ha derramado su sangre por la libertad, no necesita libertades políticas, no necesita que se le enseñe a practicar la democracia, no necesita saber leer.

Hay que saber escribir de democracia en nuestro país es aprender. Es el proceso histórico, que es general. Muchos hombres en México han salido de esa zona popular y la que ahora quiere El Universal dejar pasar es la más completa ignorancia.

2) Adquiere el periódico NOVEDADES, que tiene una difusión nacional y un gran tiraje de ejemplares, y confirma los rasgos señalados sobre las tendencias actuales de la prensa mexicana. Mide cuánta publicidad y propaganda difunde; identifica sus secciones y señala a cuáles les da más importancia. A qué agencias informativas recurre (AFP, UPI, REUTERS, ANSA, etc.). Verifica si su titular se refiere a una declaración oficial de un funcionario público (el presidente o un secretario de estado) o a un acontecimiento internacional.

2. Medios radiofónicos

La invención de la radio constituyó uno de los avances más notables y revolucionarios de la historia de la humanidad, su nacimiento estuvo muy ligado al desarrollo del telégrafo, apoyado por el deseo de imperio Británico de mejorar la comunicación de la Marina, mediante investigaciones sobre transmisiones inalámbricas. En ese contexto, el gobierno inglés apoyó los experimentos radiofónicos de Guillermo Marconi quien en 1899 realizó la primera transmisión telegráfica inalámbrica a larga distancia. En 1900 Fessenden logró transmitir la voz humana por medio de ondas electromagnéticas. En 1907 Lee de Forest perfeccionó las técnicas de emisión y recepción de las señales radiofónicas, lo que permitió que en la década de 1910 se llevaran a cabo las primeras emisiones radiofónicas. En 1915 los avances tecnológicos permitieron hablar mediante radiotelefonía entre Nueva York y París. En 1919 se obtuvo el primer contacto radiotelefónico entre una estación de tierra y un avión. En Norteamérica el descubrimiento y perfeccionamiento de la radio interesó a importantes empresas como la United Fruit Co., la General Electric, la A.T.T. y la Westinghouse, las cuales se apropiaron del innovador instrumento comunicativo y lo convirtieron en la base de una próspera industria privada que ya en 1919 se organizó como la Radio Corporation of América (RCA), que comenzó a florecer en 1920 con el establecimiento de la primera estación de radio con servicio regular, conocida como la KDKA de Pittsburg. Durante el período de 1920 a 1922 se experimentó un "boom" radial en Estados Unidos que derivó en la construcción masiva de aparatos receptores, de 50 mil que existían en 1921, aumentaron para el año siguiente a 600 mil, en 1929 llegó a 9 millones y en 1933 alcanzó la cifra de 17 millones. La definitiva intervención del medio empresarial en este naciente medio comunicativo de masas le imprimió un carácter comercial a la radio que se desarrolló a Estados Unidos. Se organizó como una empresa privada para obtener ganancias por la venta de publicidad, tratando de ganar audiencia mediante la transmisión de música y espectáculos de masas. A partir de 1923 se iniciaron las transmisiones en cadena en los Estados Unidos, colocando con ellos las bases para la formación de las grandes corporaciones monopolísticas norteamericanas que controlan hasta la fecha los medios radiofónicos y televisivo de ese país. En 1926 se formó la poderosa NBC, contando como socios accionistas a la RCA (50%), la General Electric (30%), y la Westinghouse (20%).

Dos años más tarde se organizó la CBS como otro importante monopolio competidor de la NBC. En este proceso de expansión, la industria del medio radial no solamente se centró en la creación y posesión de radiofusoras, sino que el capital se extendió a las agencias de publicidad, encargadas de hacer la programación, a los sindicatos de artísticas y escritores, las compañías de discos, los servicios de mercancías, las revistas del ramo, etc. Gracias a todo este poder económico, las empresas radiofusoras en los Estados Unidos lograron tener en este país una notable influencia en el campo político y económico. (16)

La radiofusión en México

En la década de los veinte, las corporaciones de los Estados Unidos que controlaban los medios de comunicación, se extendieron fuera de sus fronteras, instalaron estaciones de radio y agencias de venta de radios por toda Latinoamérica. En 1926, por ejemplo, el 90% de la radio de los 25 mil receptores en uso en México eran exportados de E.U. El equipo de producción y transmisión radiofónica igualmente tenía origen estadounidense. La mayoría de estaciones de radio pioneras en nuestro país fueron establecidas, como en E.U., por agencias de venta de aparatos de radio subsidiarias de los fabricantes norteamericanos; incluso algunas estaciones pertenecían directamente al capital extranjero como la estación de radio General Electric. Por eso, casi todas las trece radiofusoras que operaban en 1925 en México reproducían el modelo comercial que predominaba en Estados Unidos. Las empresas radiofónicas se originaron bajo la influencia directa, económica y cultural, de la industria radiofónica de E.U. (17) Hasta donde se sabe, las pruebas iniciales de radiofusión en el país, se llevaron a efecto en los comienzos de ese siglo. Las primeras transmisiones datan de la década de 1910. En 1921 se organizó una transmisión desde la Dirección General de Telégrafos Nacionales --- comentando noticias. Ese mismo día, los hermanos Gómez Fernández realizaron una transmisión privada que consistió en 2 canciones. A partir de 1923 se comenzaron a poner los cimientos de la industria radiofónica en nuestro país. En marzo de ese año, la estación de radio J-H instalada por José de la Herrán, bajo el patrocinio de la Secretaría de Guerra y Marina, inició con transmisiones regulares de música y otros contenidos. También en ese mismo año, se instalaron las dos primeras estaciones conocidas de radio: 1. CYL, establecida por Raúl Azcarraga propietario de la casa del radio, asociado con El Universal de Felix Palavacini; y la

CYB propiedad de la cigarrera El Buen Tono, vinculada con importantes empresas mexicanas. De hecho, "la radiodifusión comercial nació y se desarrolló en manos de una fracción de la burguesía tradicional porfiriana -como las familias Milmo, y -Tárvana- y de la nueva burguesía, como la familia Azcarraga, asociada a la primera y a las corporaciones transnacionales provenientes del país que se mergía ya como la primera potencia mundial, Estados Unidos". (18)

El Estado político posrevolucionario permitió el florecimiento de una Radio Comercial en México. Desde 1922 se formaron organizaciones de radioemisores, constituyendo en 1923 la Liga Central Mexicana de Radio que comenzó a presionar al Estado a fin de reglamentar jurídicamente la radiofusión preservando su sentido mercantil. En 1926 el presidente Calles decretó una legislación sobre la radio, Ley de las Comunicaciones Eléctricas, que al tiempo que pretendió limitar la formación de monopolios a la ingerencia extranjera en ese medio, al no hacer referencia sobre el contenido de las transmisiones, posibilitó la imposición al modelo de radiofonía comercial dominante en E.U. En los primeros años de la industria de la radio se promovió el establecimiento de estaciones ligadas al gobierno; la más importante en aquellos días fue la CZE, de la SEP, inaugurada en 1924 cuya programación fue muy completa pues transmitía durante todo el día: en las mañanas las emisiones se enfocaban hacia la mujer (orientaciones sobre precios de productos básicos, cocina, gimnasia, economía doméstica), en las tardes se impartían clases técnicas, informaciones varias, cuentos infantiles; en las noches se alternaban música clásica y popular y conferencias. Esta estación fue la antecesora de la actual XEEP Radio Educación. (19) En provincia se organizaron otras estaciones gubernamentales como la XEFO inaugurada a finales de 1930 cuyos objetivos fueron la difusión de la doctrina del partido oficial, informar de sus gestiones, e incorporar a las masas proletarias al arte y a la literatura. Durante el período de Cárdenas se crearon 14 estaciones de radio en el país, impulsoras de un proyecto cultural del Estado. Al finalizar el sexenio cardenista se experimentó un viraje político y económico que modificó el proyecto cultural del Estado. En consecuencia, la XEFO fue entregada por Miguel Alemán a concesionarios privados en 1946. Así mientras el Estado reducía su presencia en los medios radiofónicos, la radio comercial en México continuaba su expansión y consolidación. La industria de la radiodifusión en su proceso de gestación y desarrollo quedó en poder de una fracción de la

burguesía porfiriana -los Tarvana, pero principalmente Patricio Milmo y su yerno, Emilio Azcárraga- la cual tenía importantes inversiones en tabacaleras, bancos, ferrocarriles, minería, etc. Esta acumulación de capital desarrollada bajo el régimen porfirista se vió afectada por el caos provocado por la Revolución Mexicana y por lo inestables gobiernos posrevolucionarios, por lo que decidieron dirigirla a la naciente industria radiofónica -donde el Estado no tenía control ni participación alguna-imprimiéndole un carácter comercial y ligándose a las poderosas corporaciones estadounidenses. En general, se reconoce que Emilio Azcárraga contribuyó a la consolidación, promoción y expansión del modelo comercial de la radiofusión en México. Su hermano Raúl fue uno de los pioneros radioemisores y -el propio Emilio fue empleado de la RCS; ligado con la familia Milmo fundó la estación radiofónica más importante de la época, la XEW "la voz de América Latina desde México" y una cadena de emisoras a lo largo y a lo ancho de nuestro país. Con una concesión a largo plazo la XEW se inauguró en 1930, afiliada a la NBC, división radio de la RCA -que era el principal accionista (87.5%) a través de la Compañía México Music. La XEW fue la estación más potente e influyente del país durante esos años. Desde 1923 el grupo Azcárraga organizó estaciones de radio en provincia. En 1938 junto con la CBS, Azcárraga inauguró otra importante emisora radial, la XEQ. Tanto la XEW como la XEQ fundaron cada una de ellas cadenas radiofónicas nacionales. En 1941 el grupo Azcárraga organizó Radio Programas de México (RPM) agrupando a las redes de radio que encabezaban la XEW y XEQ. Otra cadena radiofónica importante en aquellos años es la que se deriva de otra estación pionera de la radio comercial, la CYB propiedad de capitales franceses, que hasta 1944 agrupaba 17 estaciones encabezadas por la XEB. También existía Radio Mil, asociada al Mutual Broadcasting y System de E.U. El grupo Azcárraga diversificó sus intereses e inversiones: con la RKO Pictures impulsó la industria cinematográfica mexicana fundando los Estudios Churubusco y salas de cine por todo el país, intervino también en los medios impresos (periódicos como Novedades, revistas y comics), en radioemisoras en E.U., en hoteles, la industria automotriz, etc., a mediados de la década de los cuarenta retira inversiones de la radio para canalizarlas a la creación de la industria televisiva.(20)

"Un aspecto relevante que hay que destacar es que, durante las décadas de 1930 y -1940 y parte del cincuenta, se considera que floreció la época de oro de la música popular mexicana, la XEW en particular fue el más importante vehículo promotor de los músicos, cantantes y compositores mexicanos hoy considerados clásicos dentro del género popular. Paradójicamente, los principales promotores de este ascenso de la música nacional eran empresas con fuerte capital extranjero, como hemos visto ya. Posteriormente, en la medida en que el patrón de desarrollo dependiente estaba en proceso en el país, la inversión extranjera directa se hizo menos aparente en los medios electrónicos, mientras la presencia cultural se haría más evidente, en un proceso de transnacionalización cultural. El impulso de la música mexicana se explica, entre otras razones, a que para cumplir con eficiencia su función publicitaria la radio tenía que transmitir el tipo de programación que atrajera audiencia amplia y en esos años la música mexicana era considerada apropiada para lograrlo. De cualquier manera, aunque la música mexicana predominase, habrá que recordar que los formatos de la mayoría de los programas más populares de entonces fueron casi copia al carbón de los de la radio norteamericana. La radio vela fue durante años un género muy popular en la radio mexicana".(21)

Aunque se pensó que la televisión desplazaría a la radio, lo cierto es que ésta se mantuvo permanentemente: de 70 estaciones existentes en el sexenio de Miguel Alemán (1946-1952) aumentaron a 112 estaciones en el sexenio de Echeverría (1970-1976). UNA vez que el grupo de Azcarraga invirtió sus capitales en la televisión, sin abandonar sus redes radiofónicas, otros grupos monopolizaron la industria de la radio: Radio Cadena Nacional (RCN), Radiofusores Asociado, S.A., (RASA) Radiofusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), ACIR, Radiofusores Mexicanos, S.A. (RADINSA), Corporación Mexicana de Radiofusión (CMR), etc. Para 1976 siete grupos controlaban el 61% de las radio-emisoras comerciales de AM y FM del país. Sus --ganancias también se mantuvieron altas, vinculadas estrechamente a las agencias de publicidad y a las compañías disqueras.

Tendencias actuales:

Para 1985 se calculaba que había 865 estaciones de radio en la República Mexicana, 660 de amplitud modulada, 196 de frecuencia modulada y se estimaban 11059 370 radiogares es decir, 9 de cada 10 personas tienen acceso a radio. Las empresas radiofónicas concentran en monopolios entre los que destacar el grupo Radiorama con 115 estaciones de radio, OIR, con 96 estaciones, ACIR con 80 radiofusoras. (ver tabla 1)

TABLA 1

Principales cadenas radiodifusoras y número de emisoras AM y FM*
(total 1964 - 659)

1. RADIORAMA	115
2. CIR	96
3. ACIR	88
4. RASA	65
5. ARTSA	55
6. KAVEPSA	44
7. SOMER	43
8. FIRMESA	37
9. RPM	33
10. RCH	32
11. PROMOMEDIOS	31
12. CHR	27
13. RADIO S. A.	26
14. FM GLOBO STEREO-REY	24
15. MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	12
16. RADIO CENTRO (DF)	8
17. NRM (DF)	7
18. SISTEMA RADIOPOLIS (TELEvisa)	7
19. RADIO FORMULA (DF)	7
20. IMER	6
21. ENRIQUE YNESTA	5
22. SISTEMA RADIOFÓNICO NACIONAL	4

* Las cadenas de las cadenas concentran el 75% del total de las emisoras.
Fuente: Medios Publicitarios Mexicanos, diciembre 1964.

En el D.F. existen 57 estaciones de radio distribuidas en dos frecuencias: AM y FM, de las cuales sólo hay 4 estaciones culturales: Radio Educación (AM), Radio URAM (AM y FEM), Radio XLA (AM) y Estéreo Mil (FM).

La radio difunde principalmente música mercantilizada, generalmente grabada; las letras de las canciones tienden a ser repetitivas y estandarizadas en temas, melodías, frases e ideas, manifiestan una pobreza en su lenguaje y significado; en menor medida transmiten conciertos en vivo; transmiten publicidad para la promoción de productos o servicios con una duración de 10 a 60 segundos por cada comercial; difunden programas radiofónicos periodísticos en los que se transmiten noticias, entrevistas, artículos y mesas redondas entre otros; las informaciones que difunden dependen de las agencias de noticias o de las oficinas de prensa gubernamentales, su presentación es breve y aislada de muchos acontecimientos sociales; también son transmitidos programas de entretenimiento como los radiodramas (relatos literarios sobre conflictos humanos) que pueden presentarse como radioteatro, radiocuento y radionovela; otro tipo de programas radiofónicos son los deportivos de concurso y, esporádicamente en las estaciones comerciales, se difunden contenidos culturales de tipo científico, artístico, o político.

La radio se ha constituido como el medio de comunicación de mayor cobertura, sin embargo ha sido un medio mercantilizado cuyo potencial cultural y educativo ha sido desaprovechado, ha funcionado principalmente para vender bienes y servicios y para promocionar discos.

ACTIVIDADES

En la ciudad de México existen una gran cantidad de estaciones radiofónicas. Escucha la radio y realiza un "análisis del cuadrante", AM o FM, apoyándote en el siguiente cuadro:

Nombre de estación. /Grupo. /Tipo de Música. /Comercial-Cultural. /Programas. /Publicidad.

Con la información que obtengas tendrás un panorama de la Radio en México.

3. Medios televisivos

Las transmisiones de imágenes se experimentaron desde los años veintes. En Inglaterra los trabajos más importantes en emisiones televisivas fueron los de J.L. Baird, el cual fue contratado en 1926 por la BBC para realizar transmisiones de televisión experimental. De este modo, la BBC se impuso durante el decenio de 1940 en la Europa Occidental un sistema de radio y televisión que se caracterizó por: a) no ser comercial, pues no vendía publicidad para obtener ganancias sino que recibía un subsidio estatal o una suma periódica pagada por los televidentes; b) por establecer una relación mixta entre lo estatal y lo privado (medios comunicativos privados pero controlados por el Estado; o estatales pero sin depender del grupo gobernante); y c) por impulsar una programación cultural y de alta calidad. Pese a que la Segunda Guerra Mundial limitó el desarrollo de este medio de comunicación, en 1950 se organizó Eurovisión como la red Europea de Televisión.

a) La Televisión en México.

En México como en E.U. la industria televisiva nació y se desarrolló apoyándose en los grupos capitalistas que controlaban la industria radiofónica, marcándola desde sus orígenes como una empresa privada y comercial. La RCA con-

taba en los treir a con un importante equipo de investigación tratando de desarrol-
liar las transmisiones televisivas. En esa misma época, el ingeniero Guillermo
González Camarena también llevaba a cabo innovadores experimentos sobre el medio
televisivo, respaldado en un principio por el partido oficial, el PNR, al que le
interesaba organizar una estación de televisión; posteriormente los trabajos de
González Camarena fueron impulsados por la industria radiofónica de Azcárraga. -
En E.U. las grandes corporaciones norteamericanas que controlaban los medios ra-
diofónicos de comunicación de masas -la NBC y la CBS- se apropiaron tanto de las
emisoras televisivas como de la producción de aparatos receptores de televisión.
Sobre el monopolio radiofónico se levantó el imperio televisivo de la NBC y la
CBS por todos los rincones de E.U., extendiéndose más allá de sus fronteras. En
los sexenios posteriores al del presidente Cárdenas, al mismo tiempo que el Esta-
do cede terreno en la comunicación de masas (así por ejemplo, privatiza la emiso-
ra radial del partido oficial y abandona su proyecto de organizar una estación te-
levisiva), las cadenas radiofónicas de Azcárraga dirigen sus inversiones al medio
televisivo y presionan para abrir emisoras comerciales de televisión. En 1947,
tomando en cuenta las solicitudes de concesiones para introducir la televisión de
México, el Presidente Miguel Alemán nombró a una comisión, formada por el escri-
tor Salvador Novo y el Ingeniero González Camarena, para estudiar los dos princi-
pales modelos de televisión -el privado comercial de E.U. y el cultural de la --
BBC- y así determinar cuál se impulsaría en nuestro país. Mientras Novo se incli-
nó por el sistema de la BBC, el ingeniero González Camarena apoyó al de E.U. Lo
cierto es que el gobierno de Miguel Alemán optó por dejar este importante medio
de comunicación de masas en manos de empresas privadas, con un claro carácter co-
mercial.(23) En octubre de 1949, la compañía de Televisión de México, S.A. de Ró-
mulo O'Farril, recibió la primera autorización oficial para explotar comercialmen-
te una estación de televisión en México: XHTV, Canal 4, comenzó sus operaciones
regularmente el primero de septiembre de 1950 al transmitir el informe presidencial
El 21 de marzo de 1951, desde Televisión, inició sus transmitir XEW-TV, Canal 2,
propiedad de Emilio Azcárraga. El 10 de mayo de 1952 empezó a funcionar XHGC, -
canal 5, de Guillermo González Camarena. México fue la primera nación en Latino-
américa en tener televisión comercial. Mientras en E.U. había más de 10 y medio
millones de televisores, en México existían cerca de 1300; en los años siguientes
el número de televisores aumentó vertiginosamente gracias a las importaciones pro-

venientes de E.U. A partir de 1952 O'Farril y Azcárraga organizaron estaciones televisivas por todo el país. Asimismo se relacionaron con las grandes corporaciones estadounidenses: el canal 2 con la NBC, el 5 con la CBS y el 4 con la ABC. Después de tres años de intensa competencia entre los canales de la metrópoli: 2, 4 y 5 se organizó el 23 de marzo de 1955 el primer monopolio televisivo: Telesistema Mexicano, S.A. Los propietarios principales fueron Azcárraga y O'Farril. A partir de esta empresa monopólica se extendió la televisión por todo el país, se establecieron repetidoras de los principales canales 2 y 4, se organizaron nuevas estaciones afiliadas a Telesistema Mexicano, se produjeron y exportaron programas televisivos a otros países. Para principio de la década de los 60 había 28 canales televisivos, y 22 de ellos eran controlados por Telesistema, cuando existían ya más de un millón de televisores en el país. En esos años de industrialización, la función publicitaria de la televisión fue muy importante. Las industrias que se gestaban y se desarrollaban en México, así como las agencias publicitarias que se organizaron en esa época, pagaron generosamente los servicios publicitarios del monopolio televisivo. En diciembre de 1958 se le asignó a la SEP el canal 11 de la Ciudad de México, pero la Secretaría de Educación se lo transfirió al IPN. Este canal se definió como una emisora educativa, cultural y de orientación social, siempre ha contado con recursos y personal insuficiente como para ser una estación importante y alternativa a los poderosos canales comerciales. En 1960 se legisló sobre los medios radiofónicos y televisivos en México, después de presiones de los empresarios de estos medios sobre representantes del gobierno, el 8 de enero de 1960 se expidió la Ley Federal de Radio y Televisión, totalmente satisfactoria para los intereses de los empresarios de la radio y la televisión. Se les respetó la función predominantemente lucrativo que se le habían asignado a los medios electrónicos y se impidió cualquier limitación a la propaganda comercial. En 1968 se crearon otros dos canales comerciales en la ciudad de México: XHTM Canal 8, y XHDF canal 13. Sin embargo, este canal padeció graves problemas financieros hasta que en 1971 el Estado se convirtió en su propietario. El canal 8 estuvo apoyado por el grupo empresarial Monterrey y estableció una feroz competencia con los canales de Azcárraga, dejando la programación en la búsqueda del auditorio y de la venta de publicidad. Otra vez, la solución a tal competencia fue la salida monopólica. A finales de 1972 se fusiona Telesistema Mexicano (la red televisiva propiedad de Azcárraga y O'Farril, con el canal 2 a la cabeza) y Televisión Independiente de México (la red televisiva del Grupo Monterrey, con el canal 8 como punta de lanza) en una sola adminis-

tración. Así nació TELEvisa, Televisión Vía Satélite, S.A., cuyas acciones en ese momento pertenecían un 75% al grupo Azcárraga-O'Farril y en un 25% a Televisión Independiente de México. Con los años Televisa formaría un gigantesco monopolio que, en 1976 poseía ya 78 de las 85 estaciones de televisión existentes, el 91.77% de la televisión mexicana. Además comenzó a difundir su programación a todo el país a través de estaciones y repetidoras; organizó 8 canales de televisión por cable con sede en el Distrito Federal y dos complejos sistemas de comunicación internacional -Univisión y Galavisión-, los que conectados a satélites de comunicación difunden actualmente la imagen de Televisa en el extranjero, principalmente entre la población de habla hispana de E.U. El monopolio Televisa ha extendido su campo de acción a la venta de programas televisivos, la televisión por cable (1979), el control de la industria del videocassette, tiene intereses además en la industria radiofónica, en la producción disquera, en periódicos y revistas; en empresas vinculadas al turismo, los espectáculos, la minería, el deporte (propietaria del club de fútbol América).

25) Televisa está asociada con 47 empresas en su mayoría relacionada con la comunicación de masas. En 1983 convirtió el canal 8 en una estación cultural que tres años más tarde se transformó en el canal 9, de breve existencia pues luego volvió a cobrar un carácter comercial, reciclando viejos programas y películas mexicanas. A partir de 1980 el Estado comenzó a participar de manera más activa en el medio televisivo. Fortaleció al canal 13 con repetidoras 42 por toda la república. Fundó 990 estaciones a través de la Televisión de la República Mexicana y en 1985 creó el canal 7 en el Distrito Federal. Sin embargo, a principios de los noventa con la ola neoliberal y privatizadora, el Estado mexicano puso a la venta sus emisoras televisivas (junto con el periódico EL NACIONAL y la Compañía Operadora de Teatros, en mayo de 1993).

Tendencias actuales:

Situación actual de la industria televisiva en México:

- Existen 247 estaciones de televisión en toda la república mexicana. Cubren todo el país.
- Se calculan 4913286 telehogares: tres de cada diez hogares tienen televisión
- 130 estaciones= 123 comerciales
7 culturales
- Es un medio con mayor penetración que los impresos y con menor que los radiofónicos.
- En el DF se cuenta con 6 estaciones, cinco comerciales y una cultural.

- Es un medio con mayor penetración que los impresos y con menor que los radiofónicos.
- En el DF se cuenta con 6 estaciones, cinco comerciales y una cultural.
- Las estaciones comerciales están monopolizadas por TELEvisa:
 - Canal 2, con 177 repetidoras (todo México)
 - Canal 5, con 38 repetidoras
 - Canal 4, con 2 repetidoras
 - Canal 9, con 3 repetidoras
- Las estaciones restantes son estatales
 - Canal 11 (administrado por el IPN)
 - Canal 13 y 7 (Radio televisora del centro vendida) a Salinas Priego en 1993
- En provincia, si la inversión es privada, la televisión regional adopta para sobrevivir el modelo clásico de repetidora de una estación nacional privada (de Televisa), con una porción pequeña de programación producida localmente. La mayoría son estaciones comerciales que obtienen ganancias vendiendo publicidad
- La televisión difunde programas de tipo promocional, de entretenimiento, periodístico y cultural.

En esencia, los programas de televisión buscan el entretenimiento ideológico y el fomento del consumo de productos. Existe una cantidad notable de programas de Estados Unidos y son contados los que se transmiten en vivo. La programación está orientada a públicos específicos, con un formato uniforme y repetitivo. Las informaciones que transmite se presentan descontextualizadas y alejadas de la realidad, sin posibilidades de un serio análisis de la situación nacional o internacional.

ACTIVIDADES

1) Seguramente eres un "adicto" a la tele y te dedicas varias horas al día a estudiarla. Para mejorar tu recepción, cuenta el número de anuncios por programa y mide cuánto tiempo efectivo de publicidad se intercala en cada programa. Para profundizar, critica sus falsedades y exageraciones, así como las maneras en que tratan de persuadirte.

2) Uno de tus canales favoritos, confíésalo, es el Canal 5. Vuelve a estudiarlo

y contesta las siguientes preguntas: ¿de dónde vienen la mayoría de programas que transmite? ¿qué valores inculca a los niños que lo ven por horas y horas? ¿Cómo está configurada su programación nocturna y que tipo de vida presenta?

Explicación Integradora

Prensa.

Colonia Primera imprenta de América
1521-1818 libertad de expresión condi-
 cionada Ascencia de crítico
 político.

Siglo Apegada a grupos políticos (liberales-conservadores)
XIX Los periodistas sufrieron persecuciones y cárcel
 Temas: políticos crónicos parlamentares

 Prensa sometida al poder gubernamental
 La prensa se convirtió en una empresa mercantil
 Empleo de rotativas servicios noticiosos

Siglo 1917 nació el Excelsior.
XX 1929 surgió el Nacional, periódico del Partido Nal.
 Cárdenas creó la infra-estructura para el desarrollo
 de los medios impresos
 Durante el período de Miguel Alemán, surgen los
 rasgos que conserva la prensa actual.
 Durante Echeverría proliferaron los grupos político
 que abren espacios independientes.

RADIO

Las primeras transmisiones en el país datan de 1910, pero es hasta 1923 cuando se ponen los cimientos de la industria radiofónica nacional. Las dos primeras estaciones comerciales establecidas fueron la CYL y CYB, y paulatinamente fue creciendo esta industria apoyada fuertemente por capital privado

TELEVISION

En 1950 se comenzaron las transmisiones regulares de televisión en México impulsadas principalmente por las empresas privadas. En 1955 se expande en el país la red televisiva guiada por Telesistema Mexicano S.A. primer monopolio televisivo.

Actualmente la radio y televisión producen y distribuyen sus mensajes a lo largo y ancho del país con una manifiesta concentración monopólica.

Concentración monopólica radio

Grupo RCN
Grupo RASA
Grupo RUMSA
Grupo ACIR
Grupo CMR

Concentración monopólica televisión

Televisa

Canal 2	177 repetidoras
Canal 5	38 repetidoras
Canal 4	2 repetidoras
Canal 9	3 repetidoras
Canal 2 Veracruz (4)	

Radio televisora del centro
Canales 13, 7 con 42 repetidoras

IPN

Canal 11 red nacional

III CONCEPCIONES DE CULTURA Y CULTURA DE MASAS

Has escuchado acerca de que los Medios de Comunicación de Masas transmiten una "cultura" porque difunden información, entretenimiento, reportajes, noticias - acerca del arte, normas de comportamientos y valores, música, etc., y porque - además provocan actitudes y costumbre, por ejemplo promueven "gustos" musicales, artistas que se convierten en modos de comportamientos a imitar, etc.

En la primera parte del fascículo definimos a los Medios de Comunicación de Masas, su origen y desarrollo. En esta parte revisaremos algunas concepciones de "cultura", para entender cómo los Medios la difunden y generan.

En el estudio de la cultura podemos considerar tres enfoques principales.(25):

1. La corriente idealista
2. La antropología social
3. El marxismo.

1. La Corriente Idealista que reduce la "cultura" a la esfera del espíritu y de la Razón, tiene sus antecedentes en los griegos, con todas sus manifestaciones artísticas que buscaban la perfección; posteriormente Hegel, Cassirer y Kant - ven el quehacer cultural como una respuesta a las necesidades del hombre pero de manera ideal, como un logro de la excelencia del espíritu y del pensamiento. Cuando el hombre comienza a transformar la naturaleza, cuando el espíritu se - impone sobre lo natural, se da lugar a la cultura.

Hombre= es capaz de hacer cultura.

Cultura= es producto del espíritu, de manera individual no colectiva, con ayuda de objetos materiales.

2. La Antropología social considera al hombre como el único animal capaz de crear "cultura", ya que transforma la naturaleza en beneficio propio. Entre sus representantes están Tyler, Malinowsky y Levi-Strauss.

Civilización= es un proceso, un momento determinado de la cultura, no es estática.

Cultura= es todo lo creado por el hombre: desde un lápiz hasta una computadora, leyes códigos, etc.

3. A pesar de que se hable de una corriente marxista, Marx nunca habló específicamente de la "cultura", se refirió al ser humano como un ser social productivo; quienes hablan de cultura son sus seguidores: Lenin, Trosky y muchos otros, a quienes se debe el nombre de esta corriente. Para ellos la cultura no es algo innato a los hombres, el hombre crea cultura tanto por su capacidad de transformar (praxis) las cosas como por las determinaciones sociales en que se desarrolla su existencia, de modo que la cultura se presenta como producto superestructural que se levanta sobre las estructuras materiales-económicas. En la medida en que el hombre cobre conciencia de sus intereses y necesidades va a ser creador de una cultura en la que se reconozca, por eso debe tener una visión del cambio social que se requiere para apropiarse colectivamente de la cultura, material y espiritual, que ha creado el ser humano, así como para generar una nueva cultura.

Cultura= participación comunitaria de todos.

Existe una falsa conciencia o cultura (ideología) cuando es producto no de los hombres mismos, sino que es impuesta por un grupo o clase social dominante para subordinarlos. En ese sentido, algunos marxistas hablan de una "Cultura de Masas", controlada e impuesta por el grupo dominante para manipular los intereses y la conciencia de las clases subordinadas, para mantener y reproducir estructuras de explotación y dominio, en la que se producen en serie, sin creatividad ni autenticidad, productos comunicativos (música comercializada, informaciones tendenciosas, valores, normas sociales, etc.) que legitiman y reproducen el sistema social.

Retomaremos algunos aspectos de esta concepción marxista de la "cultura" como superestructura ideológica que reproduce y justifica al sistema social, o que lo cuestiona apuntando a su transformación.

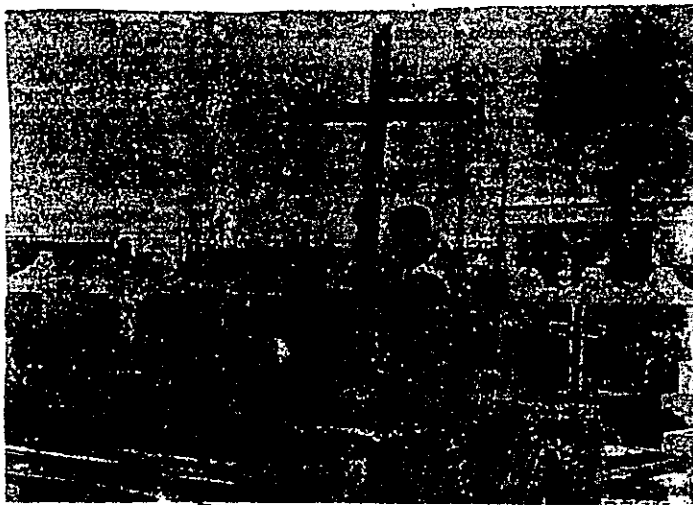
Por su parte los comunicólogos manejan varias concepciones de "cultura"; Antonio Pasquali, por ejemplo, define a la cultura como síntesis de patrimonio espiritual de una comunidad, con todos los valores concretos y abstractos, manteniendo una relación dialéctica con la comunicación. Ve al hombre como un ser social que se comunica e intercambia cultura y a los Medios de Comunicación de Masas como agentes transmisores de saberes que deben posibilitar un diálogo entre la cultura, pero que por desgracia no lo permiten ya que promueven mensajes unidireccionales. Néstor García Canclini, proporciona una definición de la "cultura" en los siguientes términos: "preferimos reducir el uso del término - cultura a la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a reproducir o transformar el sistema social." (26) Por su parte, Gilberto Giménez (27) entiende por cultura el conjunto de significados que constituyen la identidad y las actividades de un grupo humano; es la visión del mundo y de la vida a partir de las cuales los hombres dan sentido a su quehacer y definen su lugar en la historia. Esta aparece en la relación del hombre con los demás hombres y en la relación del hombre con la naturaleza.

Podemos referirnos a la cultura considerando los diferentes aspectos señalados: como la capacidad del hombre para transformar la sociedad y a sí mismo, como la producción de algo nuevo, distinto, que se agregará al plano de conocimiento del hombre sin perder sus principios y tradiciones, sino todo lo contrario, que afirman su ser social, como hombre e individuo que es capaz de desarrollar todas sus capacidades. También como el conjunto de representaciones ideológicas que contribuyen a reproducir y legitimar el sistema social establecido, o cuestionarlo y transformarlo. Existen dos elementos de la cultura: lo espiritual. El primero se relaciona con todos los bienes materiales que el hombre produce para satisfacer sus necesidades; el segundo comprende la suma de todos los conocimientos, de las formas del pensamiento y en general de la esfera de la concepción del mundo.

Las formas generales en que se presenta la cultura son:

- a) Cultura popular.
- b) Folklore.
- c) Cultura Nacional
- d) Cultura de masas

a) La cultura popular debe su nombre a que es producida por las capas o sectores populares, responde a las necesidades de estos grupos; no construyen una de definición precisa de cultura pero sí tienen un objetivo, una meta, una base que los representa e identifica. La conforma un conjunto coordinado de manera de pensar, sentimientos sobre la vida, la muerte, el tiempo, el amor, la autoridad, la justicia, las reglas, etc., constituyendo así mitos, leyendas, costumbres, tradiciones, que dan lugar a proverbios, corridos, festividades religiosas, musicales, etc., lo que se define como arte popular, como es la celebración de día de muertos en Mixquic.



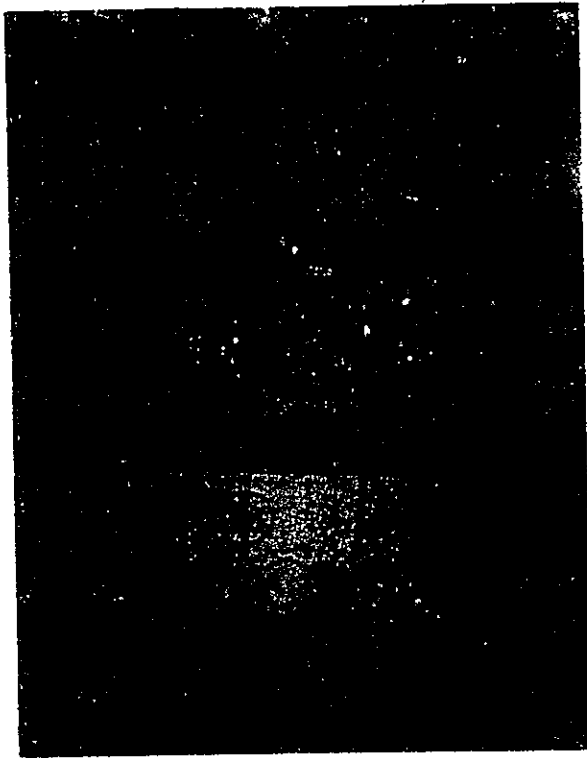
Mixquic, lugar donde convergen dos culturas, la prehispánica y la católica, es aquí precisamente donde fue el templo de los agustinos, donde se localizó el primer altar de Cuetzpalóatl.

UNO MAS UNO. 2 de noviembre de 1987

b) Folklore es un conjunto de creencias de un pueblo que son heredadas a partir de la tradición, lo conforman las canciones, danzas, vasijas, tejidos, etc., y que la sociedad saca de su contexto, absorbiendo todas estas manifestaciones - artísticas, de uso común volviéndolas mercancías de consumo artesanal, de adorno, típico o lujo, trastocando su forma cultural particular, como es esta calavera en papel mache.



c) La Cultura nacional es la integración de costumbre, tradiciones, leyes, --- creencias de varios pueblos o grupos que viven en un determinado territorio con siderado como suyo, que en el ámbito cultural forman una unidad que los identi fica como una lengua, educación, símbolos (bandera, escudo, héroes, himno, his- toria y religión tomando en cuenta sus diferentes matices, la familia que permi- te el desarrolló de los patrones culturales, como lo puedes ver en la siguiente ofrenda donde se integran varios elementos de la cultura nacional.



Fotografía: Ofrenda del día de muertos en un hogar mexicano.

d) La Cultura de masa es producto de todo el desarrollo económico industrial, que estandariza al hombre, homogenizando sus ideas, fomentando el fenómeno del consumismo, desplazando la creatividad y el pensamiento, proporcionando algo ya establecido, de manera que se despersonaliza a los seres humanos y se les descontextualiza y maneja como un grupo sin cara y cuerpo, es decir, se les convierte en una masa donde prevalece la repetición de patrones, la producción en serie. El producto cultural está estrechamente determinado por su carácter industrial o artículos de consumo con un sistema específico de proyecciones e identificaciones.

El hombre se vuelve pasivo, no crea, usa y repite algo que ya esta dado por otros, como la moda, los artículos chatarra, los gustos preestablecidos por las empresas culturales, etc, un ejemplo lo tenemos en la fiesta de halloween.

REVENTÓN DE HALLOWEEN

Por Elizabeth Flores

¿Qué es la fiesta de Halloween?

Es la "Noche de brujas" más macabra y misteriosa del año, en donde los fantasmas y las brujas festejan la llegada de la hora en que liberan a sus amigos, los espíritus en pena. En esta noche, se preparan los más efectivos hechizos del más allá, por lo que hay que organizar una fiesta muy especial. Imagínate un reventón en donde vas reunir a todos los vampiros, fantasmas y monstruos que conozcas. ¿Listo? Pues ¡manos a la obra!

"Ponche de miedo"

Ingredientes:

- Canela en raja
- Azúcar al gusto
- Pasas y ciruelas pasas
- Agua

Para preparar el ponche de miedo, pon a hervir el agua, agrega poco a poco el azúcar y la canela. Cuando esté hirviendo, agrega las frutas. Tiene que estar al fuego mucho tiempo hasta que las frutas estén blandas. Cuando estén blandas, prueba el ponche a cada rato y cuando tenga un agradable sabor afrutado, estará listo. Recuerda que tiene que tomarse bien caliente.

Fuente: ERES, 16 de octubre, 1991.

En síntesis, cuando la cultura es producto de un grupo social y responde a sus necesidades, se habla de cultura popular porque es el resultado de su creatividad, es una manifestación artística que lo identifica, pero si se comercializa, se le saca de su contexto, pierde su objetivo para lo cual fue creada y se convierte en folklore o, peor aún, puede llegar a ser cultura de masas, perdiendo su originalidad, de modo que se vuelve una repetición de patrones y hay una producción en serie; ahora bien, esta manifestación cultural puede ser nacional si es la expresión de todo un pueblo.

En todo este proceso pueden o no influir los Medios de Comunicación Masiva. Veamos cómo las distintas manifestaciones culturales se dan en la tradición de día de muertos, que es toda una expresión de cultura popular ya que conforma una participación comunitaria, es un complejo de creencias, costumbres y tradición. Es popular cuando cada grupo social la hace suya con sus variantes y características específicas: en Uruapan, Michoacán, en Mixquic, Distrito Federal, etc.; puede llegar a ser folklore en tanto que hay toda una venta de productos artesanales de temprada; papel picado, calaveras, etc.; y puede llegar a ser cultura de masas cuando homogenizan la tradición y trasgreden otras culturas periféricas y se hacen fiestas de "halloween", se come pan de muerto, dulces de calabaza, de camote, calaveras, sin ningún sentido o propósito. Es cultura nacional porque identifican la tradición con las calaveras, la flor de cempazuchil con la República Mexicana y brujas y fantasmas con Norteamérica. Así toda una tradición puede manifestarse en varios aspectos o formas culturales.

Actividades:

1) Observa cuidadosamente los mensajes que te presentamos a continuación:

a) Señala a que grupo social van dirigidos.

b) A que manifestación de la cultura pertenecen (cultura popular, folklore, cultura nacional o de masas), argumenta tu respuesta.



FUENTE: TV Y NOVELAS No. 15

2) Señala a que manifestación cultural pertenecen los siguientes personajes de - televisión, radio, cine y revistas. Argumenta tu respuesta:

- a) Los danzantes que bailan en la Basílica de Guadalupe.
- b) La figura de Mike Mause.
- c) Julio César Chaves, boxeador.
- d) El personaje de Cantinflas.
- e) El baile de los Viejitos o la danza de los Venados.

En el desarrollo del arte y la cultura, ésta se ve ultrajada por la inter-
vención de las técnicas industriales por una determinación comercial y una concen-
tración consumista. Se da entonces una situación conocida como cultura de masas
que tiene lugar en el momento histórico en que las masas entran como protagonis-
tas en la vida social y participan en las cuestiones públicas. Al universalizar
las relaciones sociales, económicas y políticas no sólo se da un intercambio de
mensajes, información, imágenes, culturas, a través de los Medios de Comunicación
de Masas, también se da un proceso de integración internacional, sin perder los -
rasgos culturales nacionales, es un proceso que si no se defienden las bases y -
raíces de la cultura propia hay la posibilidad de someterse una cultura diferente
y más dominante. Así los Medios de Comunicación de Masas son mantenidos por gran-
des empresas comerciales e industriales, sin armonizadas con el sistema social y
económico en curso, de tal manera que los Medios llegan a contribuir al manteni-
miento de dicho sistema ya que difunden manifestaciones culturales masificadas,
en muchas ocasiones legitima el sistema, impone o promueve algunas normas socia-
les, crea ídolos populares. La cultura de masas es verdaderamente una cultura,
está constituida por un cuerpo de símbolos, mitos, imágenes que se refieren a la
vida práctica y a la vida imaginaria, un sistema específico de proyecciones e -
identificaciones. Es consumida a lo largo de todas las horas del día, gracias a
los Medios de Comunicación Masiva que la difunden y la proyectan socialmente.
Los Medios transmiten de manera masiva normas, conductas, roles, funciones que -
cumplir, a través de sus programas, mensajes, comerciales que el público hace -
suyos, así que repite comportamientos, forma: de vestir, conductas propuestas en
las series televisivas o en telenovelas donde las presentan como modelos o idea-
les a seguir; consume los productos que publicitan o venden, aunque en ocasiones

no entiendan su significado, compran las réplicas de pinturas famosas, la colección "Exclusiva" de discos o compacs de música clásica que promueven las tiendas de autoservicio como "Promociones Culturales", y los hace sentir personas más completas, conocedoras porque tienen la colección de libros en su biblioteca personal.

Actividades

Observa el siguiente mensaje y señala que elementos de la cultura de masas encuentras en él, notarás que forman parte de tu vida cotidiana.



FUENTE: SOMOS No. 56

Se presenta de esta manera una situación singular: los Medios de Comunicación Masiva difunden y generan una cultura de masas en cuyo ámbito las personas consumen modelos culturales ajenos, creyéndolos una expresión propia cuando no tienen ninguna conexión con su situación real, pero para ellos los productos comunicativos de la cultura de masas son modelos a seguir, aunque presenten estereotipos de mujer ajenas a su cultura nacional (esbelta, rubia, ojos claros), que no tienen nada que ver con la mujer mexicana. La cultura de masas es un hecho industrial que como tal experimenta muchos condicionamientos típicos de cualquier actividad industrial. Esta cultura es en su mayor parte producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, y consumo de los demás productos -- industriales, donde el público debe ser inducido a un recambio progresivo de productos. Pero también los Medios pueden ayudar (aunque en nuestro país en raras ocasiones lo hacen) a difundir conocimientos del hombre mismo, sus costumbres, creencias y tradiciones, difundiendo reportajes y documentales donde den a conocer las raíces culturales de grupos populares, promoviendo una integración nacional con algunos mensajes o divulgando obras culturales que se creían selectas o exclusivas para un grupo reducido de personas, etc. En conclusión, los Medios de Comunicación de Masas transmiten cultura pero también la generan.

EXPLICACION INTEGRADORA

CULTURA	Es la capacidad del hombre de transformar a la naturaleza y así mismo en su ámbito social y conceptual creando algo nuevo.
CULTURA POPULAR	Es el producto de capas o sectores populares que responde a sus necesidades, los representa e identifica.
FOLKLORE	Es una cultura sacada del contexto que le - dió origen, que se comercializa como una <u>ma</u> nifestación artística.
CULTURA NACIONAL	Es unidad cultural de varios grupos, de un mismo territorio que los integra e <u>identi</u> ca como uno sólo.
CULTURA DE MASAS	Producto del desarrollo económico industrial como un artículo de consumo que estandariza al hombre y lo descontextualiza.

COLEGIO DE BACHILLERES
COORDINACION DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA
DIRECCION DE PLANEACION ACADEMICA

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II
MODULO 3
EL DISCURSO CINEMATOGRAFICO

Pilar Rodríguez Juárez

Alfonso Pérez Morales

ASESOR DE CONTENIDO
Patricia Fernández Hernández

ASESOR PEDAGOGICO
Zafira Paula Meza Monge

INDICE

Presentación General	I
Presentación	II
Propósito	IV
Introducción	V
Cuestionamiento Guía	1
1. ¿Qué es el Cine?	2
2. Orígenes y Desarrollo del Cine en México.	8
2.1 Inicios del Cine en México (1896-1930)	8
2.2 Comienzos de la Epoca Sonora (1929-1936)	13
2.3 Epoca de Oro (1935-1955)	14
2.4 Crisis del Cine Mexicano (1955-1970)	21
2.5 El Cine y el Estado (1970-1990)	25
3. El Discurso Cinematográfico.	30
3.1 Funciones	30
3.1.1 Función Comercial	33
3.1.2 Función Expresiva o Artística	35
3.1.3 Función Educativa	35
3.1.4 Función Propagandística.	37
3.2 Elementos.	40
3.2.1 El Significante Visual.	41
3.2.2 El Significante Sonoro.	55
4. Metodología para la Recepción Crítica del Cine.	58
4.1 Primera Lectura o Lectura Ingenua.	58
4.2 Identificación de los Elementos de la Comunicación.	59
4.3 Identificación de Representaciones Ideológicas.	65
Recapitulación	69
Actividades de Consolidación.	71
Lineamientos de Autoevaluación.	72

Actividades de Generalización.	74
Notas Bibliográficas	75
Bibliografía.	76

PRESENTACION GENERAL

El Colegio de Bachilleres, dentro de su plan de trabajo 1991-1994, consideró necesario impulsar la actualización y homogeneización de los programas de su plan de estudios, en sus modalidades escolarizada y abierta.

Con este propósito, y con una amplia participación de maestros del Colegio, se desarrollaron los trabajos de actualización, orientados al fortalecimiento de la formación propedéutica universitaria de sus egresados, de tal manera que nuestra Institución responda mejor, desde su ámbito de competencia, a los requerimientos del país.

Como fruto de ese esfuerzo académico de profesores del Colegio de Bachilleres, en Colaboración con asesores psicopedagógicos y de contenido, se proporcionan a nuestros estudiantes estos fascículos de apoyo al aprendizaje, los que en forma dinámica se irán mejorando en la medida que se recojan las experiencias directas y enriquecedoras que aporta el ejercicio educativo.

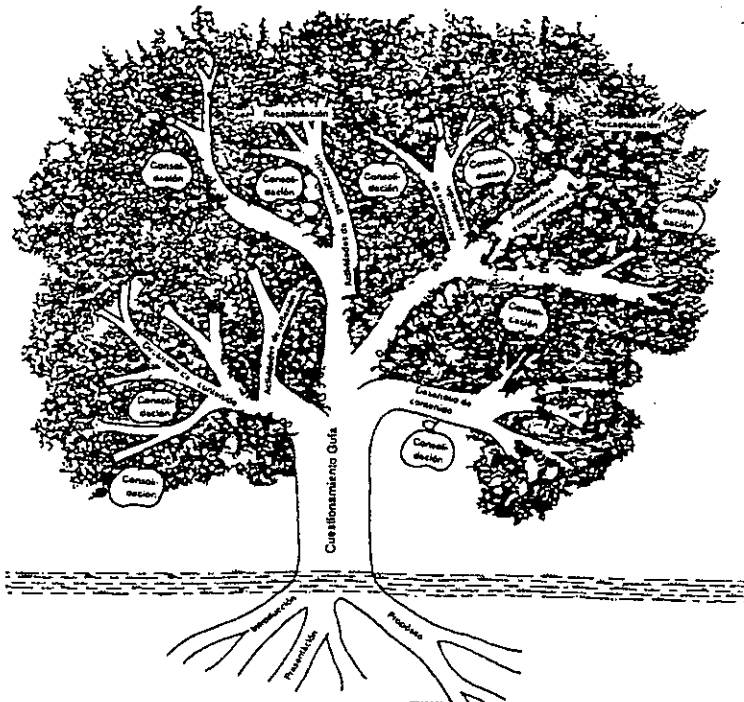
DIRECCION GENERAL

P R E S E N T A C I O N

El Colegio de Bachilleres, en apoyo a su programa "Actualización y Homogeneización de los programas del Plan de Estudios", preparó el presente fascículo: El Discurso Cinematográfico.

el cual constituye el tercero de una serie de cuatro que integran la asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación II.

En su contenido se utilizan diversos elementos de manera que te facilitan el aprendizaje y la construcción del conocimiento para que, al finalizar su estudio puedas aplicar lo aprendido en las diferentes actividades de tu vida diaria. Estos elementos son:



**PRESENTACION
PROPOSITO
INTRODUCCION
CUESTIONAMIENTO GUIA**

Te ponen en contacto con lo que vas a aprender, cómo lo vas a lograr y la utilidad que obtendrás con su estudio; además te indican cómo se organiza el material invitándote a reflexionar sobre lo que vas a aprender.

**DESARROLLO DE CONTENIDO
ACTIVIDADES
EXPLICACIONES INTEGRADORAS**

Te permite analizar y aplicar los contenidos para que los construyas y reconstruyas y de esta manera los hagas tuyos, y seas un arquitecto del conocimiento.

RECAPITULACION

Te proporciona una síntesis al relacionar los conceptos relevantes de los temas tratados en el fascículo.

**ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION
LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACION**

Te posibilita aplicar los conocimientos construidos a través de interrogantes y situaciones problemáticas para que integres lo aprendido y así confirmes tus conocimientos.

**ACTIVIDADES DE GENERALIZACION
GLOSARIO
BIBLIOGRAFIA**

Son elementos que te permiten aclarar conceptos técnicos y especializados propios de la asignatura, además de proyectar los contenidos del fascículo hacia otros campos científicos y tecnológicos.

PROPOSITO.

¿Qué vas a aprender?

El contenido de este fascículo te permitirá:

- Entender qué es el cine y cómo se originó.
- Conocer los antecedentes históricos del cine en México, sus aspectos económicos y las diversas etapas de su desarrollo.
- Manejar los elementos del discurso cinematográfico, ubicando las intenciones de los emisores así como las representaciones ideológicas que proponen.
- Analizar diversas producciones cinematográficas.

¿Cómo lo vas a lograr?

- Identificando al cine como una industria cultural que ha tenido un desarrollo particular.
- Reconociendo las estructuras discursivas a partir del significante sonoro y del visual.
- Mediante el análisis e integración de los antecedentes históricos de la industria filmica con los elementos del discurso cinematográfico en una lectura crítica del cine.

¿Para qué te va a servir?

- Te permitirá conocer y comprender la estructura actual de la industria cinematográfica.
- Te posibilitará reconocer las estructuras discursivas del lenguaje cinematográfico, además de ubicar las intenciones de los emisores y sus representaciones ideológicas, para una mejor apreciación y goce de este fenómeno comunicativo cultural.
- Te dará elementos para asumir una postura crítica como receptor de films cinematográficos.

INTRODUCCION

En los anteriores fascículos has analizado mensajes cuyo principal lenguaje es el verbal y/o escrito. En este fascículo hablaremos del Cine como una industria cultural que llegó a nuestro país a finales del siglo XIX y tuvo su auge en la llamada "Epoca de Oro" del cine mexicano, de 1935 a 1955; después de atravesar por un largo período de crisis, la industria cinematográfica en México llega hasta nuestros días con un importante resurgimiento.

Otro aspecto que encontrarás en tu fascículo son las distintas funciones que cumple el cine en nuestra sociedad (comercial, expresiva o artística, educativa, y propagandística).

Asimismo te daremos elementos para que puedas realizar un análisis del discurso cinematográfico a partir del estudio de los significantes visuales y sonoros.

En la última parte de este fascículo abordaremos los pasos que debes seguir para realizar una lectura crítica del cine, que va desde una recepción ingenua de la película hasta la confrontación de los elementos históricos y del discurso cinematográfico para ampliar tu apreciación y tus capacidades críticas.

CUESTIONAMIENTO GUIA

Sin lugar a dudas, a la largo de tu vida, has ido al cine muchas veces, ya sea acompañado de tus amigos, de tus familiares o de tu novio(a); en incontables ocasiones has comentado las películas que te han inquietado, las has valorado e incluso recomendado. ¿Nunca has sentido que te faltan elementos para analizar y valorar las películas?

Pero no sólo las salas de cine te han acercado a las películas: desde niño has visto en la televisión muchas viejas películas, tanto mexicanas como extranjeras, pero ¿conoces cómo se originó el cine?

También has notado que muchas películas han ido acompañadas de amplias campañas propagandísticas, manejándose como mercancías que sólo pretenden obtener ganancias. ¿Por qué el cine es y ha sido principalmente una industria y cuál ha sido su desarrollo?

El cine no es sólo entretenimiento, cumple diferentes funciones en nuestra sociedad, ¿podrías mencionar algunas?

En los anteriores fascículos aprendiste distintos tipos de discursos (el publicitario, el propagandístico, el radiofónico), ¿podrías explicar los rasgos del discurso cinematográfico?

Finalmente te preguntamos: ¿sabes cómo ver cine?

Esperamos que al leer este fascículo tengas los argumentos necesarios para contestar todas tus dudas.

1. ¿QUE ES EL CINE?

La pregunta que encabeza este apartado te parecerá una cuestión de fácil respuesta: tú, como todos, desde pequeño has disfrutado y frecuentado las salas cinematográficas o visto decenas de películas en la televisión. Sin duda eres un conocedor de este popular medio de comunicación de masas, por eso fácilmente reconocerás de lo que estamos hablando al explicar lo que es el cine.

El CINE se basa en una rápida sucesión de fotos fijas proyectadas discontinuamente (24 cuadros por segundo), reflejadas en una pantalla y percibidas por el espectador como una ilusión de movimiento continuo; el CINE narra historias con un conjunto de medios de expresión propios, a saber:

- a) utiliza imágenes que pueden reproducir fielmente a la realidad externa, pero que también pueden evocar lo interno y surreal: emociones, sueños, fantasías, etc.;
- b) reproduce el movimiento real, el devenir de la vida en sus actos;
- c) recrea el mundo por composiciones de imágenes, dosificando y valorando nuestra percepción de lo real gracias al montaje y al ritmo cinematográfico;
- d) emplea movimientos de cámara, con el objetivo de crear relaciones espaciales sensibles o de expresar la tensión personal de un personaje;
- e) recurre a la profundidad de campo, a la apariencia de un fondo tridimensional que da densidad a la narración y sitúa a los

espectadores en la acción que se proyecta;

f) hace uso del primer plano que permite destacar el rostro humano o la intimidad de las cosas;

g) introduce música como fondo que acompaña la narración.

El CINE transmite mensajes en diversos lenguajes (verbal, acústico, con imágenes) que cautiva a los receptores en esa ilusión de movimiento que narra historias que **nos entretienen o nos transmiten conocimientos**, que **expresan artísticamente** al ser humano o que **sirven para reproducir ideológicamente** a la sociedad. Aunque las películas pueden ser documentales o de ficción, el CINE moderno se ha desarrollado principalmente como ficciones que recrean mundos imaginarios.

Hablaremos del cine como una manifestación artística y como una industria cultural de los medios de comunicación de masas, ya que es, al mismo tiempo, una manifestación comunicativa y una expresión artística; tiene, en consecuencia, un doble carácter:

1) Por un lado, el CINE es un **producto artístico**: representa y expresa al ser humano, crea y recrea una realidad humanizada en la que el hombre cobra autoconciencia. La ilusión de movimiento del cine le permite poseer un código artístico propio, que estudiaremos con más detalles en la tercera parte de este fascículo, un discurso relacionado primordialmente con la pintura y la fotografía, ya que, como estas prácticas artísticas, es un arte representativo que incorpora el sentido de la composición, pero también el de la iluminación, los colores y las texturas; igualmente está vinculado a la literatura, especialmente con la novela, en tanto que narración de historias largas y complejas que

crean personajes y mundos propios: "La continuidad -dice Marcel Martin-, la participación casi sensible en sueños encarnados, la subjetividad de la narración pudiendo el espectador asimilarla fácilmente, el rescate de la servidumbre de la temporalidad, son factores que concurren a hacer del film, como de la novela, una forma de arte profundamente adoptada a la corriente de la conciencia". Además, el cine no deja de tener su relación con la música, incorporándola en su narración; aunque cercano al teatro, se distingue de éste porque varía el encuadre o ángulo visual y la distancia entre el espectador y la escena mientras ésta se desarrolla, subdivide la escena completa en diversas imágenes y las ordena o monta en una unidad, a diferencia del teatro, que presenta al espectador la escena en su totalidad, a una distancia y desde una perspectiva invariable."(1)

2) Por otro lado el CINE es una **industria cultural de los Medios de Comunicación de Masas**, en la que las empresas invierten dinero para elaborar productos comunicativos con una finalidad comercial; desde este punto de vista, se hace cine para ganar dinero, y por ello sólo les interesa a las grandes compañías productoras los resultados económicos, esto es, que sea un éxito de taquilla. La industria cinematográfica tiene varias ramas: la producción, la distribución, la exhibición y las industrias técnicas especializadas en la producción de medios y recursos necesarios para filmar las películas, distribuir las y exhibirlas. Como en otros Medios de Comunicación de Masas, la industria estadounidense predomina en el mundo monopolizando la producción y la distribu-

ción de las películas. Las grandes producciones cinematográficas, las que requieren inversiones elevadas, se clasifican como de primera categoría, como **films A**, mientras que los **films B y C** son realizados a menor costo. La producción de casi todos los **films A y B** están en manos de ocho monopolios de Hollywood. "Un **film A** -explica G. Sadoul- no alcanza necesariamente una gran calidad artística. A la inversa, un **film B** puede resultar notable. En 1955 solamente 350 000 dólares fueron invertidos en la producción de Marty y sin embargo esta película americana ganó, por la calidad de su argumento y de su interpretación, numerosos grandes premios internacionales. Talento y capital no siempre van a la par."(2)

Si el carácter industrial y mercantil predomina en el producto cinematográfico, difícilmente podrá ser considerado una obra de arte y será, en cambio, una obra de entretenimiento y de enajenación, de evasión e incluso ideología reproductora de la sociedad establecida. Si en el film se expresa de manera personal y creativa una concepción compleja y profunda del ser humano, realizada con maestría y belleza, con innovaciones formales o de contenido, puede ser valorada como obra de arte y, en consecuencia, ampliar y ahondar nuestra autoconciencia, ser subversiva y crítica.

"La riqueza del cine -dice el crítico Leonardo García Tsao-, su magia, le permite ser arte, técnica, mercancía, sueño, concientizador social, placer, enajenación...y más. Como todo arte, nos muestra lo mejor de nosotros mismos. O, como dicen por ahí, 'el cine es mejor que la vida'." (3)

El CINE es una obra colectiva en la que se consideran las siguientes fases para hacerlo:

1) El período previo a la producción del producto cinematográfico, en el que se parte de temas o ideas para hacer las películas, las cuales pueden ser tomadas de obras teatrales, cuentos, novelas o de la realidad. Esas ideas y temas se escriben en un libreto, el cual consiste en una construcción narrativa y dramática, es decir, el libreto cuenta el desenvolvimiento de un conflicto (con su introducción, desarrollo y desenlace), de manera comprensible y verosímil, fusionando la forma y el contenido en un lenguaje filmíco: considerando los encuadres, las escenas, la actuación de los personajes, etc. Cuando el libreto es aceptado para hacer una película se convierte en guión técnico, en una narración visualizada, dialogada, describiendo los personajes y los lugares, con todas las indicaciones técnicas, planos y secuencias, que se requieren para realizar el trabajo coordinado de la filmación.

2) El período de producción que, como dice Alicia Poloniato, "supone una gran organización financiera, artística y técnica, pero lamentablemente las dos últimas están subordinadas a la primera" (4)

El apoyo financiero puede ser proporcionado, como en Hollywood, por las industrias que monopolizan la producción cinematográfica de Estados Unidos; o bien, puede depender, como sucede en algunos países europeos y latinoamericanos, de pequeños empresarios entusiastas del cine o del Estado. Estas

diferencias en financiamiento repercuten en la producción y dirección de las películas: en Europa, por ejemplo, el director también es productor y puede volverse así un verdadero autor, seleccionando e interviniendo en el libreto, el guión técnico, dirigiendo a los actores, etc. En Estados Unidos, en cambio, los ejecutivos y el consejo de producción de las grandes industrias de cine monopólicas deciden qué películas se hacen, quiénes dirigen, actúan y trabajan en esta industria. Contratan a productores -que se encargan de la ejecución de los filmes- a los directores - que sólo se ocupan del rodaje de la película- así como a los actores y técnicos que intervienen en la producción. El contrato se mantiene si los productos fílmicos son exitosos económicamente, razón por la cual se repiten fórmulas que han producido beneficios y no se arriesgan a hacer innovaciones. Los buenos directores no se subordinan a los dictados de la industria y logran expresarse de manera personal, imprimiendo un sello y una visión del mundo peculiar. Los actores, dice Leonardo García Tsao, "son el rostro y la voz de las películas"; los técnicos que se destacan en el producto fílmico son el guionista -ya que es más fácil que un mal director haga una buena película a partir de un buen guión que un buen director realice un buen film basándose en un mal guión-, el director de fotografía -quien lleva la responsabilidad de la calidad de las imágenes: la atmósfera, tono, iluminación, encuadre, etc.-, el editor -quien arma las diferentes tomas filmadas de manera comprensible y dramática- y la dirección artística -encargada de la escenografía, el vestuario, la decoración, el maquillaje y los aspectos visuales de la película.

2. ORIGENES Y DESARROLLO DEL CINE EN MEXICO

Los fundadores del cine fueron los franceses Lumière y Mèlies, a finales del siglo pasado y apoyados en las innovaciones técnicas de la fotografía, la película instantánea y la linterna mágica. En 1895 Louis Lumière patentó "un aparato que servía para obtener y proyectar imágenes cronofotográficas" y ese mismo año organizó la primera función de cine en París, proyectando la Salida de los obreros de la fábrica Lumière. Sin embargo, fue Gerge Mèlies el que fundó al cine como lo conocemos; como espectáculo y como negocio:

"Hombre de espíritu inquieto y sagaz, aplicó sus energías y fortuna a la empresa. A él se debe la mayor parte de los trucos cinematográficos (fundidos, sobreimpresión sobre fondo negro, desdoblamiento de personajes). Muchas de sus películas son verdaderas creaciones fantásticas en las que se revela una rica imaginación la cual le permitió trasladar al cine sus habilidades de prestidigitador. Buen ejemplo de ello es El viaje a la luna. (...) Desde 1895 hasta 1914 produjo unas 450 películas, que le significaron la admiración pero no la fortuna, pues no estaba en condiciones de competir con el monopolio Edison." (5)

2.1 Inicios del Cine en Mexico (1896-1930)

El 14 de agosto de 1896 se realizó en México la primera proyección cinematográfica en la Droguería Plateros. El programa consistió en nueve vistas o películas mudas filmadas en blanco y negro de los hermanos Lumière, con una duración de dos a tres minutos cada una de ellas. En estas películas se mostraban escenas de la vida cotidiana: Llegada de un tren, Montañas rusas, Jugadores de ecarté, La comida de un niño, Salidas de los talleres Lumière en Lyon, El Regador y el muchacho, Demolición de una

pared y Los bañadores. Unos días después, los hermanos Lumière mandaron a C.J. Berner y Gabriel Vayre a filmar a Porfirio Díaz montando a caballo por el bosque de Chapultepec, y convocaron a las familias acomodadas del México porfiriano a ser registradas y proyectadas en este nuevo invento. De esta manera, el cinematógrafo llegó a México directamente de Francia a filmar y proyectar a la élite porfirista.



Salida de los Talleres Lumiere'. Pelicula que fue incluida en la primera exhibición pública del cinematógrafo en México.

La competencia llegó con la empresa norteamericana Edison: por conducto de Guillermo Becerril comenzó a proyectar en marzo de 1897, en la ciudad de Guadalajara, con el vitascopio Edison películas filmadas en Estados Unidos, comenzando así la introducción del modelo estadounidense de cine en nuestro país. Para 1900 había 22 locales de exhibición de películas; sin embargo, la agencia Edison era la única que las vendía. En esa época se

disponía en México de 68 a 100 películas o vistas, por lo que se saturó el mercado y los exhibidores tuvieron que recorrer los pueblos de la provincia mexicana. La industria cinematográfica en México nació dependiente de las empresas norteamericanas y limitada a la mera exhibición de películas. En esos primeros años del cine en México, se establecieron agencias extranjeras distribuidoras de películas, como la norteamericana Mexican National Phonograph, representante de las películas Edison, y la distribuidora francesa Pathé.

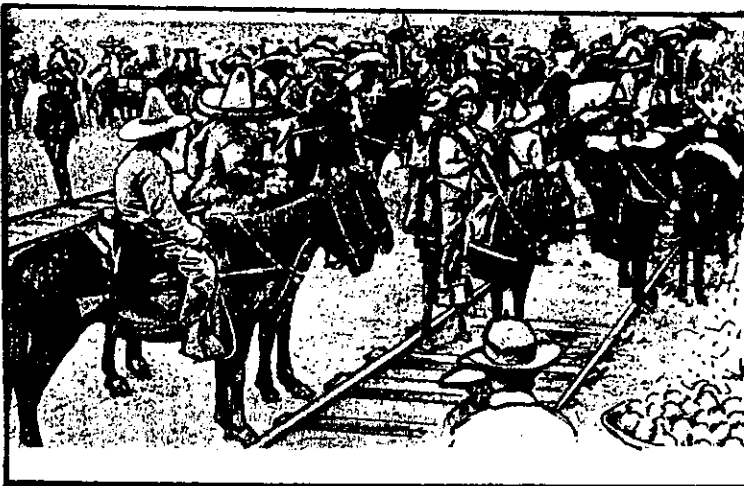
El iniciador del cine mexicano fue Enrique Rosas, quien empezó a realizar vistas o películas nacionales e innovó el modo de hacerlas, exhibirlas y distribuirlas. A partir de 1895 inicia sus actividades como exhibidor de vistas de Mèlies y otros, posteriormente hace sus propias producciones cinematográficas, entre ellas la célebre película sobre una banda de asaltantes, El automóvil gris (1919).

"El automóvil gris -nos relata Aurelio de los Reyes-está basada en hechos auténticos y estructurada en cuadros. El argumento cuenta cómo un grupo organizado, utilizando un auto y uniformes militares, de la fracción carrancista, se dedica impunemente al robo de residencias. Para mostrar los asaltos de las diversas casas, Rosas respeta la cronología y la secuencia en que acontecieron (...). Algunos de los asaltantes de la banda fueron aprendidos y fusilados para calmar a la opinión pública, y Rosas incluye la escena del fusilamiento auténtico para acentuar el carácter de 'cine verdad' como él lo entendía." (6)

Para 1907 el cine en México ya era todo un espectáculo habitual y masivo, que combinaba películas y variedades. En la ciudad de México había 16 salones cinematográficos, algunos con capacidad para más de cien espectadores. El primer estudio de cine se instaló en 1908, por la sociedad The American Amusement,

Lillo, García y Compañía. Produjeron documentales y una película con argumento que tuvo bastante éxito: El grito de Dolores. En ese mismo año se abrió la Fábrica Nacional de Películas, de Enrique Rosas en sociedad con Alva y compañía. Se dedicaron a vender y alquilar películas, posteriormente a su producción. Como se puede apreciar, en esos años los salones y algunas distribuidoras eran ya nacionales, pero carecían de aparatos cinematográficos y películas vírgenes para filmar.

Con el estallido de la Revolución Mexicana el cine tuvo un nuevo tema. El 30 de marzo de 1911 se exhibió La vista de la revuelta, en donde aparecían escenas con Madero, Orozco, Villa y Vázquez Gómez. Los hermanos Alva filmaron escenas de la Revolución orozquista, con una gran calidad técnica y estética.



Estallido de la Revolución

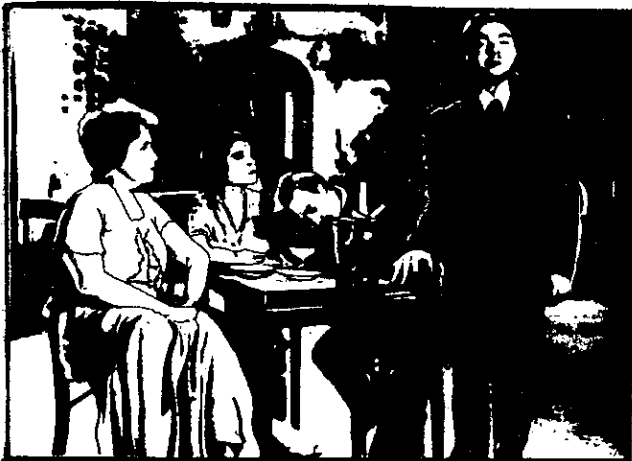
"El cine mexicano -dice Aurelio de los Reyes- había desarrollado su expresión propia, había encontrado su camino y se encargaba de documentar detalladamente los hechos sobresalientes de la vida y la historia del país. Se había desenvuelto en una completa libertad y no había encontrado ningún obstáculo para mostrar acontecimientos de la vida real."(7)

Sin embargo, a finales de 1911 comenzó la censura a películas que mostraran robos, además de una campaña moralizadora que terminó por cerrar el cine Pathé y el encarcelamiento de su dueño. En 1913 se promulgó el primer decreto de censura cinematográfica en nuestro país. Los documentales sobre la Revolución dejaron de exhibirse en 1916. En ese mismo año se inició la creación de exhibidoras con la participación de capital norteamericano. En los primeros años se prefirió el modelo del cine francés y su influencia dejó de sentirse después de la Revolución. La cinematografía italiana aportó al cine nacional el melodramá y el culto a las estrellas. Los temas de las películas de esos años fueron los amores imposibles y tormentosos. Las primeras distribuidoras nortamericanas fueron la International Pictures Co., Fox y Universal, que se establecieron en México en 1919. La penetración norteamericana se consolidó hacia 1924 a través de la difusión de modos de vida de acuerdo al modelo estadounidense. Aurelio de los Reyes nos resume los inicios del cinematógrafo en nuestro país de la siguiente manera: "El cine en México había cambiado terriblemente de 1896 a 1930. De una mera curiosidad científica se había convertido en un instrumento de diversión masiva que lleva inherente la difusión de otros modos de vida de otras costumbres. Se había convertido en un poderoso instrumento de aculturación."(8)

2.2 Comienzos de la Epoca Sonora (1929-1936)

En 1930 había en la ciudad de México 19 salas cinematográficas, y cinco salones eran de películas de estreno: el Regis, Cinema Palacio, Olimpia, Balmori e Imperial. Para 1934 había 26 salas. En 1932 se filmaron sólo 6 películas mexicanas, pero para 1933 la producción de películas mexicanas se incrementó hasta 21 filmes; en esos primeros años de la década de los treinta la producción anual de películas apenas rebasaba la veintena (1934: 23 cintas, 1935: 22 cintas, 1936: 25 cintas).

En estos años treinta el cine mexicano empieza a hablar: la primera película sonora fue Santa (basada en la novela de F. Gamboa sobre la vida de una prostituta) dirigida por Antonio Moreno en 1931, financiada por la Compañía Nacional Productora de Películas.



Santa de Antonio Moreno 1931

"Esa época del cine mexicano - según García Riera- bien puede ser vista como preindustrial. Abundaron los productores esporádicos, que esperaban tener éxito económico con una sola película e invertir después lo ganado en negocios de menor riesgo, como los bienes raíces. De ahí, por ejemplo, que existieran a principios de 1934 dieciséis firmas productoras y sólo diez, entre ellas, hicieran cine. Por lo general, las películas no eran filmadas como parte de un plan de producción, sino como obras únicas, de aspiraciones excepcionales. Paradójicamente eso ofrecía la ventaja de una resistencia a la estandarización y, en consecuencia, de cierta frescura en un cine más bien ingenuo, y aún, muchas veces, primitivo."(9)

En estos años se constituye una industria mexicana de cine, con empresas productoras y estudios nacionales; se afirman directores con oficio y reconocimiento, como Fernando De Fuentes (El compadre Mendoza, 1933; Vámonos con Pancho Villa, 1935; Allá en el Rancho Grande, 1936), Miguel Zacarías (Sobre las Olas, 1932; Payasadas de la vida, 1934; Rosario, 1935), Chano Urueta (Profanación, 1933; Enemigos, 1933; Una mujer en venta, 1934), Arcady Boyter (La mujer del puerto, 1933) y otros.

2.3 Epoca de Oro (1935-1955)

Existen diferencias respecto a la ubicación cronológica de la llamada "Epoca de Oro" del cine mexicano. Emilio García Riera, por ejemplo, la sitúa entre 1941 y 1945, en los años que coinciden con la Segunda Guerra Mundial. Ello, explica Riera, "no fue por casualidad". En aquellos años de guerra México fue aliado de los Estados Unidos contra Alemania, Italia y Japón. Los otros países hispanoparlantes que contaban con una industria de cine, España y Argentina, se mantuvieron neutrales (aunque se sabía de la simpatía entre el dictador español Franco y sus homólogos

Mussolini y Hitler). Por esa razón, Estados Unidos decidió apoyar al cine mexicano con financiamientos, asesorías y materia prima (películas vírgenes). De esta manera, la inferioridad productiva del cine mexicano con respecto al Argentino se modifica: si en 1941 México producía 37 filmes y Argentina 47, para 1943 México filmaba 70 cintas y Argentina sólo 36; en 1945 la diferencia se había acentuado todavía más: México hacía 85 películas y Argentina sólo 23. La guerra también provocó una disminución de la competencia nacional con películas extranjeras, aunque el mercado sigue dominado por el cine estadounidense, como se puede apreciar en el siguiente cuadro de películas estrenadas en México en esos años:

Películas	1941	1942	1943	1944	1945
norteamericanas	332	334	297	259	245
mexicanas	27	50	57	64	67
européas	35	25	25	8	20
argentinas	33	20	8	8	31
otras	7	3	2	1	1

(10)

En 1937 se filmaron 38 películas mexicanas y en 1938 hasta 57 cintas. La saturación del mercado provocó un descenso de producción nacional cinematográfica en 1940, año en el que se filmaron sólo 29 películas. En los cuarentas se da un importante repunte de la producción fílmica mexicana: se pasa de 29 cintas en 1940 hasta 67 películas en 1945. "El auge del cine mexicano

favoreció el surgimiento de una nueva e interesante generación de directores; entre ellos, Emilio Fernández, el 'Indio', alcanzaría una fama mundial nunca ganada por ninguno de sus colegas nacionales. A ojos del gran público, sin embargo, fue más llamativa la afirmación en la época de un auténtico cuadro de 'estrellas' del cine mexicano: Cantiflas, Jorge Negrete, María Félix, Arturo de Córdova, Dolores del Río y Pedro Armendáriz serían las figuras principales de un *star system* sin precedentes en la historia del cine de lengua castellana."(11)



Las principales estrellas de la época de Oro fueron María Félix, Pedro Armendariz, Pedro Infante y Dolores del Río.

Pese a tal "época de oro" en esos años el mercado fue inun-

dado por películas norteamericanas: el 80% de las películas provenían de Estados Unidos. En 1939 Cárdenas decretó que las salas exhibieran cuando menos una película mexicana al mes, para proteger el empleo de los trabajadores del cine. Hacia 1941 la industria cinematográfica era una de las principales industrias del país. En 1942 se creó el Banco Cinematográfico, único en su tipo, auspiciado por el Banco de México, con lo que el cine ya no tendría que financiarse con anticipos otorgados por las empresas distribuidoras de films. De esta manera aparecieron varias firmas productoras de películas en 1941: la Filmex de Simón Wishnack y Walerstein, la Films Mundiales de Agustín Fink, la Posa Films de Cantiflas y socios, y la Rodríguez Hermanos.

Otra perspectiva, la de Carlos Monsiváis, considera que la "edad de oro" del cine mexicano se extiende de 1935 a 1955 porque en ese período se crean una serie de mitologías sobre la vida nacional:

"En la 'Epoca de Oro del Cine Mexicano' (1935-1955, aproximadamente), la concurrencia le 'plagia' lo que puede a las películas: el manejo del habla y de los gestos, el humor, la reverencia ante las instituciones, la percepción anecdótica de los deberes y los placeres. En rigor, es 'la Edad de Oro' no del cine sino del público que, entre otras cosas, confía en que los ídolos le aclaren el manejo de las nuevas formas de vida, orientándolo en el vértigo de las transformaciones. Los fines de semana las familias extraen de la ida al cine el sentido de la diversión, de la unidad familiar, del honor, de la sexualidad 'permitida', de la belleza del paisaje y de las costumbres, del amor por lo permitido y del horror 'cada vez más escénico' por lo prohibido. Los devotos de comedios y melodramas no se proponen 'soñar' sino adquirir astucias, desinhibirse, dolerse y condolerse con estilo, envidiar sin dolor a los de la clase alta, resignarse a su pobreza divertidamente, reírse a costa de los estereotipos que los difaman, saber de qué modo se pertenece a la nación. En tal escuela-en-la-oscuridad se educa a la gente en el sufrimiento y en el relajo. (...) Este cine, más que ningún otro instrumento cultural maneja admiraciones y prejuicios y rehace internamente al nacionalismo volviendo un gran show. (12)

Si en los treinta el predominio del género dramático sobre la comedia fue aplastante (91%), en los cuarentas las comedias abren un espacio importante frente a la producción de dramas (de 1940 a 1950 aproximadamente un 30%). A principios de los cincuenta sigue aumentando su porcentaje hasta un 40%, e incluso en 1955 alcanzaron un 51%; en los años posteriores se estabilizó en un 40%. En este período predominan también las cintas urbanas sobre las rurales (70%). Son representativos de esta época el cine ranchero, el melodrama y las comedias. Los directores que se destacan en los inicios de esta "época de oro" son Emilio el 'Indio' Fernández (Flor Silvestre y María Candalaria de 1943; Las Abandonadas y Bugambilia de 1944 y otras) y Julio Bracho (¡Ay, que tiempos, señor don Simón!, 1941; Historia de un gran amor, 1942; La Virgen que forjó una Patria, 1942; Distinto Amanecer, 1943 y muchas otras).



Pedro Armendáriz y Dolores del Río en la Perla (1951) de Emilio Fernández y fotografía de Gabriel Figueroa.



Columba Domínguez y Roberto Cañedo en Pueblerina (1948) de Emilio Fernández.



Pedro Infante y María Félix en Tizoc.

Otros directores representativos de esta época son: Ismael Rodríguez (director de las películas clásicas de Pedro Infante) y Roberto Gavaldón (Corazones de México, Rayando el sol, El socio, todas de 1945). Aparte de los consagrados Cantiflas, María Félix, Dolores del Río, Jorge Negrete y Pedro Armendáriz, se convierten en brillantes estrellas cinematográficas de este período Pedro Infante, Tin Tán, Luis Aguilar, Gloria Marín, Sara García y muchos otros.

Con la postguerra el cine mexicano sufriría una baja en su producción fílmica anual (en 1946 y 1947) pero en los años subsecuentes se elevaría hasta alcanzar en 1950 la cifra de 124 cintas (mientras que Argentina, por ejemplo, apenas rebasaría las cincuenta películas anuales).

"Entre 1946 y 1950 -comenta García Riera- ocurrieron para el cine nacional cosas muy importantes: Emilio Fernández ganó fama mundial al obtener sus películas un buen número de premios internacionales; inició su carrera mexicana el director español Luis Buñuel, que llegaría a ser visto como uno de los más grandes cineastas del mundo entero; bajo la conducción de Ismael Rodríguez, Pedro Infante se convirtió en un actor excepcionalmente popular y querido por una amplia masa de espectadores del país; el melodrama arrabalero fue el género definidor de la época. Al mismo tiempo, se produjo una suerte de acuerdo tácito en las altas esferas oficiales y privadas por el que el cine mexicano fue abaratado, en todos los sentidos, como medida defensiva frente a una competencia extranjera de nuevo muy poderosa": el cine norteamericano y el europeo(13)

La calidad de las películas descendió ya que se hacían en tres semanas, con tramas y temas reiterados. "De ahí, comenta García Riera, la proliferación de productos estandarizados y ya llamados en la época 'churros'."(14)

En los cincuentas el cine enfrenta y resiente de inmediato la competencia con la televisión. En ese período el presidente Ruíz Cortines pone al frente del Banco Nacional Cinematográfico al licenciado Eduardo Garduño, quien planeó unir a los productores con los distribuidores para restar fuerza al monopolio de la exhibición. Sin embargo, los créditos que se otorgaban fueron controlados por los distribuidores que eran los productores accionistas mayoritarios, de modo que se los concedían a sí mismos, inhibiendo la aparición de nuevos productores. Se mantuvo una producción fílmica anual cercana al centenar y se empezó a filmar en colores a partir de 1952.

Gracias a la evolución técnica del cine que facilitaba el rodaje fuera de estudios se posibilita la aparición y el desarrollo del cine independiente -que tiene en Raíces, de 1953, dirigida por Alazraki con el apoyo del equipo independiente de Barbachano a una reconocida precursora que gana un premio importante en el Festival de Cannes.

2.4 Crisis del Cine Mexicano (1955-1970)

Después de un largo y soterrado período de decadencia del cine mexicano, de cultivar sistemáticamente el "churro" para abaratar los productos con comedias rutinarias y poco imaginativas, con dramas moralistas y hechos bajo censura, con reiteradas y absurdas películas de luchadores y de horror; después de padecer durante años las limitaciones de renovación auspiciadas por el Plan Garduño, el cine mexicano expone a mediados de los cincuenta

su verdadero rostro de subdesarrollo y crisis: la producción mexicana degrada su calidad artística mientras en otros países el cine sufre una importante renovación como la "nueva ola" francesa, el neorrealismo italiano o el nuevo cine norteamericano liberado de la rígida censura; las grandes estrellas se desvanecen (Pedro Infante muere en 1957) y los directores reconocidos van perdiendo su impulso innovador y expresivo. Se sufren graves casos de censura (por años se prohíbe, por ejemplo, La sombra del Caudillo) y se permite, pese a la prohibición legal, la producción de series que abaratan costos y calidad. De los seis estudios que existían a principios de los cincuentas, al final de la década se cierran tres (Tepeyac, Clasa, Azteca, y años después Angel Inn pasa a manos de la industria televisiva). El control estatal se amplió a la exhibición fílmica cuando en 1960 el Estado compró los dos brazos del monopolio de la exhibición. "Así, comenta García Riera, quedaron bajo control estatal el financiamiento, la distribución y la exhibición del cine mexicano." (15)

Para 1961 la producción regular de películas mexicanas disminuye en casi el 50% respecto al año anterior, mientras que la producción de "series" aumenta. El control estatal sobre el financiamiento, la distribución y la exhibición sin duda influyó en los productores privados, ligados a los monopolios afectados, para disminuir la elaboración de productos fílmicos. Como quiera que sea, cada vez eran menos aceptados los "churros" que producían. El cine mexicano que valía la pena lo hacía el importante cineasta español Luis Buñuel (Viridiana, 1961; El ángel exterminador, 1962; Simón del desierto, 1964, la última que hizo en

nuestro país) o venía del cine independiente: de ese cine marginal y experimental del que nace una nueva generación de directores (Alberto Isaac, Juan Ibañez, Salomón Laiter, y otros) que junto con el aquel entonces muy joven Arturo Ripstein (Tiempo de morir, 1965) y Luis Alcoriza (Tiburoneros, 1962; Tarahumara, 1964)) intentaron dar nuevos aires al desfalleciente cine mexicano. En ese esfuerzo cooperaron figuras literarias tan importantes como Juan Rufo, Carlos Fuentes, García Ponce, Inés Arredondo y el colombiano García Márquez. "En cambio, el cine mexicano más convencional, tan apegado a la rutina como sacudido por la crisis, acudió menos que nunca a fuentes literarias, mexicanas o extranjeras. Se prefería encargar los argumentos a destajistas como los argentinos José María Fernández Unsaín y Alfredo Ruanova; el primero escribió o adoptó las historias de 60 películas, sólo en esos cinco años, y el segundo hizo lo mismo para otras 55" (16)

Con todo, los ya veteranos Rafael Gavaldón (Rosa Blanca, 1961; Días de otoño, 1962; El gallo de oro, 1964) e Ismael Rodríguez (Los hermanos del Hierro, 1961; Animas Trujano, 1961; El hombre de papel, 1963) intentaron renovarse con la ayuda de nuevos escritores y protagonistas.

En el último lustro de los sesentas las tendencias anteriores se afirmaron: continuó disminuyendo la producción regular de cine, aumentó la producción de "series", creció la producción del cine independiente. Mientras la producción de "churros" se mantenía, el cine independiente permite desarrollarse a nuevos directores que tienen su oportunidad en el cine industrial como Ripstein (Recuerdos del porvenir, 1967), Felipe Cazals (Emiliano

Zapata, 1970) y Paul Leduc (Reed: México Insurgente, 1970). En ese período empiezan a filmar Jorge Fons, Jaime Humberto Hermosillo, Alfredo Joskowicz y Alberto Bojórquez.

"No sólo en los terrenos del cine independiente -aclara García Riera- actuaron las fuerzas de la renovación. Dos jóvenes productores, Mauricio Walerstein (hijo de Gregorio Walerstein) y Fernando Pérez Gavilán, formaron una nueva compañía, Cinematográfica Marte, e iniciaron sus trabajos con un éxito de público y de crítica: Los caifanes (1966), cinta dirigida por Juan Ibañez y basada en una historia escrita por él mismo y Carlos Fuentes que ganó el primero premio en un concurso convocado en 1965 por el Banco Nacional Cinematográfico, la Dirección de Cinematografía y los productores privados."(17)

Algunas cintas que esta nueva productora apoyó fueron: Paraíso de Alcoriza, Las puertas del paraíso de Salomón Laiter, Sin salida de Toni Sbert y muchos otros. Al lado de esta incipiente renovación fílmica perviven las comedias con tintes eróticos (con Mauricio Garcés como actor paradigmático), aventuras con héroes de comics mexicanos (Chanoc, Alma Grande, Kalimán) y los infaltables y típicos melodramas moralistas.



Reed México Insurgentes
1970 de Paul Leduc.

2.5 EL Cine y el Estado (1970-1990)

Cuando el cine mexicano entra en los setentas la iniciativa privada ya ha proporcionado muchas pruebas de que sólo le interesa producir "churros" para obtener ganancias; sin embargo, al lado suyo surge una nueva generación de gente entregada a este difícil medio (productores, directores, escritores y actores) que cuentan con una vitalidad creativa que renovaría al cine. Esta fuerza renovadora puede expresarse gracias a la virtual estatización del cine mexicano que se da en ese período: a partir de 1971 la producción cinematográfica se desplaza de la iniciativa privada al Estado, que de por sí ya tenía el control del financiamiento, la distribución y la exhibición de la industria filmica.

Películas producidas	1971	1972	1973	1974	1975	1976
Privada	77	61	46	41	33	15
Estatal	5	20	19	20	24	35
Independientes	5	8	4	4	2	6

"Con esta estatización -mayoritaria, no total, y forzada en buena medida- culminó en 1976 la que quizá sea la mejor época del cine mexicano. Nunca antes habían accedido tantos y tan bien preparados directores a la industria de cine, ni se había disfrutado de mayor libertad en la realización de un cine de ideas avanzadas. A pesar de que una censura previa, con todo muy fuerte, impidió muchas veces el abordamiento crítico de temas políticos y sociales de actualidad, y a pesar de que el cine se hizo eco de una retórica oficial tercermundista poco avalada por una política consecuente, los nuevos cineastas resultaron capaces, por cultura y por oficio, de reflejar en sus películas algo de la complejidad y la ambigüedad de lo real. Lograron así un buen número de películas contrarias en espíritu al simplismo y al maniqueísmo del conservador, moralista e hipócrita cine mexicano convencional. Por primera vez en la historia del cine mexicano, no fueron sus personajes característicos al macho admirable, la madre inmarcesible, el padre inobjetable, el joven regañable, el sacerdote canonizable, la "pecadora" tan sublimable como sermoneable."(18)

Entre las mejores películas de esta época se encuentran El castillo de la pureza de Arturo Ripstein; Canoa, El apando y Las Poquiachis de Felipe Cazals; La pasión según Berenice de Jaime Humberto Hermosillo y Los albañiles de Jorge Fons. Con el apoyo del Estado también tienen buenos resultados directores que debutaron en la década anterior como Alberto Isaac (El rincón de las vírgenes, 1972; Tívoli, 1974; Cuartelazo, 1976), Juan Manuel Torres (La otra virginidad, 1974; La vida cambia, 1975; El mar, 1976), Julián Pastor (La venida del rey Olmos, 1974; El esperado amor desesperado, 1975; La casta divina, 1976), Albero Bojórquez (La lucha con la pantera, 1974; Hermanos del viento, 1975; Lo mejor de Teresa, 1976), Gonzalo Martínez (El principio, 1974; Longitud de Guerra, 1975). Esta últimas cintas de Gonzalo Martínez se ubican en el rubro de "películas épicas y de altos costos estatales", junto con Actas de Marusia (1975) dirigida por el chileno Miguel Littín, Mina, viento de libertad (1976) dirigida por el vasco Antonio Eceiza y La casa del sur (1974) dirigida por Sergio Olhovich. No sólo directores nuevos tuvieron su oportunidad en esta época, también la tuvieron directores de generaciones anteriores como Alcoriza (Mecánica Nacional, 1971), Emilio el Indio Fernández (La Choca, 1973), Julio Bracho (En busca de un muro, 1973), Alejandro Galindo (Ante el cadáver de un líder, 1973) y muchos otros. La producción privada, mientras tanto, en su afán de abaratar costos y vender sus productos abren nuevos géneros como el cine "de ficheras" y persisten en la degradación, colocándose al nivel de la peor televisión de esos años (Polivo-

ces, la India María y otros); acaban con las películas de luchadores a mediados de los setentas, sustituyéndolas con Zovek, El Payo y otros; con Vicente Fernández, José José, Cornelio Reyna y Juan Gabriel relanzan películas de cantantes. Los nuevos directores de la industria privada (Rodolfo de Anda, Pancho Córdova, Raúl Ramírez, Fernando Almada, Ismael Rodríguez Jr. y otros que hasta la fecha perpetran películas) sólo continuaron este camino de degradación.

En el sexenio siguiente se da un viraje de 180º grados en la política gubernamental, las ganancias de la industria privada crecen prácticamente sin arriesgar en la realización cinematográfica, y la producción mayoritaria vuelve a manos de la iniciativa privada.

Películas producidas	1977	1978	1979	1980	1981	1982
Privada	23	60	72	88	74	57
Estatal	44	29	15	5	7	7
Independientes	10	18	26	14	16	23

"La gestión de Margarita López Portillo-dictamina García Riera fue desastrosa. Rodeada de consejeros culturales con una idea particularmente inculta (valga la paradoja), atrasada y desdeñosa, y de otros movidos por voracidades, inconfensables, la directora de RTC dio por segura la incompetencia de los nuevos realizadores mexicanos. Trató por ello, en vano, de propiciar un retorno a la llamada 'época de oro' del cine mexicano, y a un cine 'familiar' y de clase media que ya no iba con los tiempos. También creyó en la 'salvación' del cine nacional por famosos realizadores extranjeros invitados a filmar en el país. (...) Mientras tanto, oponían grandes obstáculos a las carreras de los mejores cineastas del país."(19)

Con esta desastrosa política gubernamental hacia el cine mexicano que valía, toma fuerza otra vez el cine privado, con sus ficheras (sólo en 1981 se realizaron 30 películas de ficheras), televidines y fórmulas por el estilo. Se pasa, como dice García Riera, "del cine de Estado a la producción privada": los buenos directores de esos años se ponen a producir "churros". Felipe

Cazals, por ejemplo, dirige en 1982 una buena película con apoyo estatal como Bajo la metralla, pero en 1980 produce tres "churros" para el cine privado; Gonzalo Martínez, Julián Pastor, Arturo Ripstein y muchos otros sufrieron el mismo destino. Se pasa, entonces, "del cine de estado al cine independiente", en el que se refugian directores como Hermosillo (María de mi corazón, 1978; Confidencias, 1982), Arau (Mojado Power, 1979), Leduc (Historias prohibidas de Pulgarcito, 1979) y otros. Dentro de ese cine independiente y experimental, como antes, se gesta una nueva generación de directores y actores que vuelven a darle vida al cine mexicano a finales de los ochentas y principios de los noventas con películas como Danzón y Lola de María Novaro, La Tarea e Intimidades de un baño de Hermosillo, Como agua para chocolate de Arau, La leyenda de una máscara de José Buil, La invención de Cronos de Guillermo del Toro y otras que le han dado una nueva dignidad al cine mexicano de nuestros días.



Lucha Villa y Roberto Cobo en "El lugar sin límites" (1978) de Arturo Ripstein.

Actividades

Con base en la información sobre el desarrollo del cine en México, completa el siguiente cuadro conforme al ejemplo dado:

EPOCA/AÑOS	DIRECTOR(ES)	PELICULA(S)	TEMATICA
Inicios 1896-1930	Louis Lumiere	Llegada de un Tren Montañas rusas	Escenas de la vida cotidiana duraban unos minutos

3. EL DISCURSO CINEMATOGRAFICO.

3.1 Funciones .

Ver cine es un acto que realizamos continuamente sin cuestionarnos o preocuparnos absolutamente de nada que tenga que ver con este hecho o con su contexto. Quizás desde pequeños una de nuestras diversiones más frecuentes haya sido el cine . ¿Para qué estudiarlo entonces ? ¿Por qué razón convertirlo en objeto de estudio ?

Como ya dijimos en el capítulo anterior, el cine es ante todo una industria. Pero es también un arte, un medio de comunicación y un objeto de estudio. Por lo tanto, ver cine es pagar un boleto para obtener una recompensa visual traducida en una historia contada con textos visuales y lingüísticos, icónicos, kinésicos o ser soportados por cualquier otro tipo de expresión.

Por lo tanto, considerar al cine como un texto visual no es nada arbitrario, nosotros no vemos en la pantalla signos inconexos o aislados, muy por el contrario, observamos relaciones de signos; estructuración de sintagmas; de relatos, de textos. Estos textos han sido elaborados por un autor (emisor) destinados a ser decodificados e interpretados por un perceptor (receptor), con ciertas intenciones o efectos de sentido. Un texto fílmico puede tener entre otras intenciones : divertir informar, manipular, educar, etcétera.

Pensemos en un ejemplo: supongamos que el profesor de Historia te pide una investigación sobre la Revolución Mexicana, y tú queriendo salir de lo común le presentas la investigación y le propones que el grupo vea una película sobre la revolución. El profesor acepta pero te responsabiliza a ti y te dice que seas tú el que consigas la película. Supongamos también que no tienes ningún problema para conseguirla, el único es: ¿Cuál escoger ? . ¿ Tienes una idea aproximada de la cantidad de películas que se han realizado en torno al tema de la Revolución Mexicana ?

Según la Filmoteca de la UNAM, en México, se han realizado más de 60 películas sobre esta temática. Recordemos que dijimos que podías conseguir cualquiera. ¿Cuál escogerías? Supongamos por último que tu elección puede ser de entre estas diez películas.

PELICULA	DIRECTOR	FOTOGRAFIA	ACTORES
1. Así era Pancho Villa (1957)	Ismael Rodríguez	Ross Fisher	Tito Guízar, René Cardona.
2. El compadre Mendoza (1933)	Fernando de Fuentes	Alex Phillips	Alfredo del Diestro, Carmen Guerrero.
3. La cucaracha (1958)	Ismael Rodríguez	Gabriel Figueroa	María Félix, Dolores del Río.
4. Emiliano Zapata (1970)	Felipe Cazals	Alex Phillips Jr	Antonio Aguilar, Mario Almada.
5. Reed, México Insurgente (1970)	Paul Leduc	Alexis Grivas	Claudio Obregón, Eduardo López.
6. Vámonos con Pancho Villa (1935)	Fernando de Fuentes	Jack Drapper	Antonio R. Frausto, Domingo Soler.

Podrías escoger también una película extranjera con la misma temática, por ejemplo:

7. ¡ Qué Viva México (1930-32)	Sergei Eisenstein	Eduard Tisse	Isabelita Villaseñor
8. Villa Rides (E:U: 1968)	Buzz Kulk	Jack Hildyard	Yul Briner Robert Mitchum
9. ¡ Viva Zapata !	Elia Kazan	Joe Mc Donald	Marlon Brando

10. Gringo Viejo ... Luis Puenzo

Antony
Quinn

Antony
Quinn
Jane
Fonda

En el supuesto caso de que tu escogieras una de estas diez películas, la que seleccionarás sería un ejemplo de tus gustos, preferencias y hasta de tus inquietudes; así como lo que tú quieres decir a tus compañeros con esa película. Podrías escoger por el título, por la historia, por el director, por el año en que fue filmada, por el fotógrafo o por los actores. Es muy posible que a ti te interese la caracterización y por lo tanto escojas al actor que mejor interpretó a Zapata o a Villa. Pero es también posible que tu quieras tomar en cuenta elementos que no han sido consignados en la lista anterior, como por ejemplo: que Reed, México Insurgente, Vámonos con Pancho Villa y Gringo Viejo están basadas en novelas originales escritas por John Reed, Rafael F. Muñoz y Carlos Fuentes, respectivamente.

¿Verdad que cuando te pones a pensar en estos datos el cine deja de ser mera diversión? Y repetimos, la forma que te proponemos para ver cine, no es para que te compliques la vida, al contrario, es para que aprendas a verlo mejor incluso, a disfrutarlo de una manera diferente a como estabas acostumbrado. Queremos que reflexiones en lo que el cine te cuenta, que lo cuestiones, e incluso, por qué no, que aprendas de él.

¿Qué criterio usamos para seleccionar la película? ¿Qué elemento de los mencionados anteriormente privilegiarías para escoger la película para tu grupo? Del conjunto anterior de películas puedes escoger la que quieras de acuerdo a dos criterios primarios, que no los más importantes; el cine comercial y el cine de arte.

3.1.1 FUNCION COMERCIAL

Aunque todas las películas son producidas para obtener una ganancia con ellas, no todas tienen como propósito primordial ser consideradas como mercancía y entrar a la de la ley de la oferta y la demanda. Podemos afirmar que el cine comercial es aquél que tiene como principal objetivo el de obtener la mayor ganancia posible con la difusión de la película sin importar si la calidad de la misma es buena o mala, y tratando, incluso de que la película haya tenido el menor costo posible. Aunque claro, hay películas que gastan mucho pero también ganan mucho. El criterio comercial es variable; hay productores de películas que quieren ganar a como de lugar y contratan, por ejemplo, a un conjunto musical para que aparezca en su película para que sea un gancho que atraiga público. En cambio, hay otros que quieren ganar pero produciendo películas de calidad invirtiendo mucho dinero en ellas. El cine es, entonces, un negocio en el que se invierte dinero para obtener una ganancia. Visto así, el principal elemento de una película es quién la produce. Te preguntará ahora precisamente esta cuestión. Podemos englobar a los productores de una película en cuatro tipos:

- a) Productor privado: Es un individuo que invierte su propio dinero para la producción de una película. Generalmente se asocia con otros individuos para formar una compañía productora. Actualmente existen compañías productoras nacionales e internacionales muy famosas. Entre las nacionales están. Producciones Amador, Televi cine, etc. Entre las internacionales están: Warner Bros., Orion Films, etc.

- b) **Productor público:** Es una institución encargada de fomentar y difundir el mejor cine de un país. Los fondos para financiar una película son públicos y en México, por ejemplo, se creó un banco especial para otorgar créditos y financiamiento. Actualmente en México el IMCINE (Instituto Mexicano del Cine) es el encargado esas funciones.
- c) **Cooperativa:** Es una organización en la que distintas personas e instituciones se asocian con intereses no lucrativos producir una película. Por ejemplo, en México la película " Rojo Amanecer" fue realizada de esta manera.
- d) **Mixta:** Es una combinación de cualquiera de las tres anteriores, incluso con compañías o instituciones extranjeras. Por ejemplo, la película " Campanas Rojas "es una coproducción mexicano-soviética. Por cierto es también una película sobre la Revolución Mexicana.

Como ves, el productor es un elemento importante de la película, diríamos incluso, que determinante para los fines o funciones de una película. De la lista anterior de películas, la mayoría de ellas fueron producidas por productores privados. Por ejemplo: " Emiliano Zapata ", el productor es producciones Aguila, una compañía formada por el actor Antonio Aguilar ; "¡ Qué Viva México", el productor es Upton Sinclair, Mexican Trust Co.; un empresario norteamericano que se llevó los originales de la película a Estados Unidos y que durante mucho tiempo permanecieron ocultos o escondidos. Pero no todo el cine es comercial, vayamos al cine de autor o al cine cuya principal función es expresiva.

3.1.2. FUNCION EXPRESIVA O ARTISTICA

En el cine pasa lo mismo que en la Literatura, existen los clásicos y literatura legitimada por las academias como verdadera literatura y aquellos libros que fueron hechos exclusivamente para ser vendidos y que son conocidos como Best-seller. En el cine existen directores de películas que si bien les importa que su película tenga éxito y se venda, privilegian aún más el hecho de poder expresarse a través de una película. Muchos críticos llaman a este tipo de cine como cine de autor. Aunque hay otros que dicen que autores son todos, desde el que dirige una película comercial hasta el que dirige una película artística. Para nosotros, el cine de autor o cine de arte es aquél que privilegia la expresión por encima del criterio comercial; aquél que trata de dar una visión particular y muy personal de un hecho, sea ficticio o real. En nuestro ejemplo de las películas sobre la revolución, los directores Eisenstein, Fernando de Fuentes y Paul Leduc dan una visión muy personal de lo que para ellos es la Revolución Mexicana. Las imágenes de estas películas, las tomas, los encuadres, los diálogos, e incluso la selección de los actores tiene un objetivo particular y tiene que ver con el productor y con el director de la película.

3.1.3. FUNCION EDUCATIVA

Lo que muchos llaman el poder y la magia del cine, no es otra cosa que la atracción y la fascinación que produce en el público, así como el impacto que tiene en él. Esto ha sido aprovechado para buscar darle al cine otra función, en este caso: educar. O al menos intentar difundir información entre un gran sector de la población.

Si retomamos la clasificación que hace Mercedes Charles de la educación podemos afirmar que existen tres tipos de educación: educación formal, no formal e informal. Y define a la educación formal como : " sistema educativo estructurado, que se rige de acuerdo a determinados planes y programas de estudio, es sistemática y progresiva, y abarca desde la educación preescolar hasta la Universidad."(20)

Podemos ubicar dentro de este ámbito al cine, que ha sido considerado por pedagogos y maestros como auxiliar didáctico y como reforzador de actitudes y conductas.

Su paso por las aulas es por supuesto, mucho tiempo antes que la televisión. Existen copias de películas documentales y de ficción que eran proyectadas proyectadas a estudiantes. Aún más, en 1938 se realizó el primer Congreso Internacional de Cinematografía Educativa en Roma, cuyo objetivo era "el estudio de los problemas fundamentales de su especialidad y ,entre ellos, el relativo a la capacitación del personal docente. Se reconoció entonces, que para realizar los propósitos fundamentales del cinema educativo, suponía la necesidad de especializar a los maestros que debían ocuparse de la parte rigurosamente didáctica y de intensificar, por otra parte, el uso del cinema, de las proyecciones fijas y en general, de todos los medios que ofrecen un mejor conocimiento de la vida y que se muestran más útiles en la cultura general."

El único obstáculo era precisamente que la escuela o institución debía tener un equipo de proyección, en sus inicios de formato de 35m.m. y a partir de los 70's se uso el formato de 16 m.m. Y esto no lo podían tener todas las escuelas, porque exigía además capacitación a los maestros para el manejo del equipo o contratar técnicos especializados, con los proyectores de 16 m.m. surgió otro problema: se rompía o se quemaba la película. Esto se resolvió con la aparición de los equipos de video.

El segundo tipo de educación que distingue Mercedes Charles es el de la educación no formal, es decir : " aquella que pretende generar un cambio en las condiciones socioeconómicas de los educandos a través de programas realizados con un propósito específico."(21)

En este sentido, incluiríamos dentro de este ámbito a los filmes realizados por compañías privadas e instituciones no educativas que producen películas en las cuales la intención es dar un mensaje social, ecológico o cultural pero que no está hecho, en primera instancia para ser proyectado en una escuela.

El tercer tipo es la educación informal que según la misma autora de la que hemos estado hablando es : " un proceso permanente que toda persona vive en sus relaciones sociales así como en sus prácticas cotidianas. En estas experiencias se incorporan una serie de conocimientos, valores y habilidades."

En este caso estamos hablando de la mayoría de las películas que vemos en el cine o en la televisión y que tienen mensajes en donde se transmiten conocimientos o valores sociales y culturales pero que los espectadores no están plenamente conscientes de su recepción.

3.1.4. FUNCION PROPAGANDISTICA

Seguramente recuerdas que en el fascículo 1 de Taller de Análisis de la Comunicación, se habló de publicidad y propaganda que esta última utiliza una gran cantidad de recursos técnicos y retóricos así como de medios de difusión para transmitir sus mensajes. Uno de estos medios es el cine, por supuesto.

Existen algunas experiencias en el mundo que han utilizado al cine como medio propagandístico pero una de las más interesantes y espectaculares fue la de los años treinta en la Unión Soviética.

En diciembre de 1931 el Comité Central del Partido Comunista tenía como uno de sus objetivos: " usar el cinematógrafo para movilizar a las masas trabajadoras en torno a las tareas de la construcción socialista y la renovación del transporte ferroviario". Para cumplir con ese objetivo el "Noticiero Soyuskinó" puso en marcha el llamado " cinetrén soviético" que era un estudio cinematográfico sobre ruedas completamente equipado para producir filmes sobre la marcha de la construcción de vías de ferrocarril.

En realidad el cinetrén eran tres vagones: el primero tenía habitación y comedor para un equipo de treinta y dos personas; el segundo, una sala de proyección, un depósito de materiales y una instalación completa en donde se producían filmes de animación; el tercero, un laboratorio equipado para revelar y copiar.

Durante el tiempo que duró la experiencia se filmaron 70 películas del cinetrén, que fueron montados y proyectadas a lo largo del trayecto ; así como 53 filmes de tipo político y propagandístico. El cinetrén llegó a lugares en donde los habitantes jamás en su vida habían visto una película. El lema del cinetrén era "Hoy filmamos, mañana exhibimos ". La experiencia del cinetrén se completaba con discusiones inmediatas con el público que veía las películas. Como ves, el cinetren incluía los tres momentos importantes del cine : producción, distribución y exhibición.

Esta experiencia la aprovecharon muchos gobiernos para incluir en su equipo de trabajo a uno de cine. En México, el Archivo de la Nación, La Cineteca Nacional y algunas otras instituciones guardan colecciones de las campañas, jiras de trabajo y actividades de los presidentes desde Plutarco E. Calles hasta Salinas de Gortari.

El cine propagandístico es, entonces, aquél en que el gobierno, instituciones o grupos utilizan al cine para convencer al público sobre la veracidad de una tesis

social. Por ejemplo, costumbres nacionales, ideales políticos, estereotipos sociales, etcétera.

Esta clasificación del cine quizá te haya hecho recordar algunas películas que has visto y trates de saber cuál es su función. Es muy posible que incluso de las diez películas sobre la Revolución Mexicana, te estes preguntando cuál es la función de cada una. No te preocupes mucho si lo sabes o no, la práctica misma de ver películas y, sobretudo, de tratar de verlas con otro sentido, hará pronto de ti un buen lector de imágenes cinematográficas.

Actividades.

Revisa en un periódico matutino la cartelera cinematográfica y agrupa las películas de acuerdo a los siguientes criterios:

Título de la Película	Nacionalidad	Distribuidora	Función
			Comercial Artística Educativa Propagandística

Con la información anterior elabora un escrito en el que des tu opinión sobre ¿Cuál es la función primordial del cine que se exhibe en México?

3.2 ELEMENTOS

Analizar significa literalmente descomponer en sus partes un objeto para que en una posterior recomposición se entienda y se comprenda su funcionamiento. ¿ Podemos descomponer las partes de una película ? En todo caso: ¿ Podemos aplicar un conjunto de operaciones, para descomponer una película y después recomponerla con el fin de identificar en ella sus componentes? Finalmente, ¿ Cuáles son los componentes de un filme ?

Vayamos primero a este último punto: los elementos del filme. La lingüística y sobretodo la semiótica han identificado ya varios componentes de una película a la que ellos han denominado estructuras significantes. En una película podemos identificar dos estructuras significantes :

- a) el significante visual
- b) el significante sonoro

El significante visual es todo aquello que se refiere a la vista y que podemos encontrar de dos maneras en una película: las imágenes en movimiento y los signos escritos. Las imágenes en movimiento han sido ordenadas intencionalmente para que cuenten un relato , sea ficticio o real. Cuando vemos cine no nos detenemos a ver fotograma por fotograma (imagen por imagen), Sin embargo, es muy posible que recordemos o hayamos sido impresionados por una imagen en particular de alguna película. Existen imágenes que ya son clásicas en el cine y que muchas veces incluso es lo único que se recuerda , por ejemplo: imágenes de Marilyn Monroe, Buñuel , Chaplin , etcétera.

Los signos escritos aparecen de varias maneras en la película, como textos, (una carta), como anuncios (carteles, pintas en la calle), como marcas de productos, etcétera..

El significante sonoro es todo lo relativo al oído y aparecen de tres maneras: voces, ruidos y música. Las voces aparecen principalmente en el diálogo entre los personajes y en la voz del narrador en los casos en los que existe uno. Los ruidos son también llamados efectos especiales y son muy utilizados en películas de suspenso o de acción. La música aparece como fondo, en los diálogos o en escenas emocionantes de las películas o como canciones interpretadas por algunos personajes. Existen piezas musicales que han sido creadas específicamente dada su belleza o importancia.

Estos significantes tienen significación en un contexto determinado y son parte por lo tanto de un código. Estos códigos los interpretamos porque están insertos en una cultura y sólo tienen significado para aquellos que los conocen. De estos hablaremos más ampliamente en el siguiente inciso.

Por lo pronto nos quedaremos con la idea de que el cine, en su caso concreto las películas son un texto.

Recuerda que texto es una configuración semántica integrada por elementos significantes y que produce significación o efecto de sentido.

3.2.1. EL SIGNIFICANTE VISUAL

La imagen filmica es producto de un aparato de grabación mecánica que restituye exacta y totalmente lo que se le presenta a la cámara y la grabación que esta realiza de la realidad es una percepción objetiva.

La imagen cinematográfica está dotada de casi todas las apariencias de la realidad; principalmente el movimiento, el sonido y el color. Y esto suscita en el espectador un sentimiento de realidad. Sin embargo, la imagen filmica tiene pocas veces el valor figurativo de reproducción objetiva de lo real. Ya que todo filme es producto de uno o varios hombres y que al momento de filmar una

película toman decisiones que repercuten en las mismas y que se convierten en la visión particular de uno, con sus deformaciones e incluso interpretaciones inconcidentes.

Una película es un relato. Es una concatenación de situaciones en las que tienen lugar acontecimientos y en las que operan personajes situados en ambientes específicos. Un relato cinematográfico lo podemos dividir en :

EPISODIOS : Presencia en el interior de una película de más historias o más marcadamente diferenciadas de una historia.

SECUENCIAS : Unidades fundamentales. Sus límites están marcadas por algunos recursos técnicos como las cortinillas, el fundido encadenado, etcétera.

ENCUADRE : Unidad técnica, un segmento de película rodado en continuidad

IMAGENES : Conjunto de signos e icónos que producen una significación.

Es importante acotar aquí que la mayor parte de los estudiosos del cine que aceptan que existen dos tipos de películas: las de ficción y las documentales.

El cine documental no recrea los hechos de un relato, sino que los capta directamente del mundo real; intenta mostrar la realidad tal como es. La imagen cinematográfica se convierte en un documento; constata, ilustra o da una perspectiva de un problema.

Existen ejemplos de excelentes documentalistas en el cine mundial y mexicano. En el cine mundial están por ejemplo: Robert Flaherty (1884-1951) que hacía que los participantes en sus filmes actuaran su propia vida ante las cámaras. "Nanook el esquimal" es uno de sus más famosos documentales. En

México este género ha tenido poco desarrollo, sin embargo, las escenas de la Revolución Mexicana tomadas por Salvador Toscano, Jesús H. Abitia y otros son buenos ejemplos de filmes documentales. Las escenas que tomó Toscano fueron reunidas posteriormente por su hija y con ellas produjeron una película llamada "Memorias de un mexicano".

Como ya dijimos anteriormente, también en otros países interesó la Revolución Mexicana, no sólo como un fenómeno social sino también como tema de películas. Los Estados Unidos, por ejemplo, tuvieron mucho interés en esto, y diferentes compañías mandaron camarógrafos para fotografiar escenas. Entre las principales compañías estaban la sucursal americana de la Pathé Films, que tenía distribución mundial, la Animated Weekly, La Gaumont, La Mutual Films. Esta última destacó la figura de Villa y para lograrlo no sólo mandó camarógrafos al campamento del revolucionario, sino que estableció un contrato "en exclusiva" para filmar sus batallas y exhibirlas posteriormente en Estados Unidos, Canadá y México. Una cláusula del contrato establecía que Villa debía simular batallas en caso de que los fotógrafos de la compañía no lograsen captar escenas de violencia. Es aquí en donde la línea divisoria entre el documental y la ficción se pierde y los géneros se confunden.

Por su parte, el cine de ficción recrea en imágenes historias no necesariamente verdaderas, pero sí verosímiles. El primer requisito del cine de ficción es una idea; cuando hay una idea se estructura una historia que en el cine se llama guión o libreto. El encargado de escribirlo es por supuesto, el guionista, que es otra especialidad en el cine. Aunque muchas veces el propio director realiza el guión. En nuestro ejemplo de este capítulo la idea es esa, recrear una historia en torno a un suceso, en este caso real: La Revolución Mexicana. Pero como ya lo habrás notado, muchos de los que dirigieron o produjeron una película sobre la revolución ni siquiera habían nacido en esa

época, así es que utilizaron otras fuentes para desarrollar su idea, en este caso, testimonios periodísticos, John Reed, Martín Luis Guzmán; o, novelas originales: " Gringo Viejo " , "Los de abajo" o "Vámonos con Pancho Villa ".

Una vez con una historia es necesario contarla con los dos significantes de los que ya hablamos brevemente, imágenes y sonidos. Vayamos primero a la imagen . Por supuesto que tú ya sabes que toda la lectura de imágenes es convencional ,dado que tienen que existir acuerdos tácitos entre los integrantes de una comunidad para utilizar signos, símbolos o señales como instrumentos para transmitir imágenes. Antes de esta digresión de cine documental y de ficción , habíamos dicho que podíamos dividir una película en episodios, secuencias, encuadres e imágenes. Regresemos a ello y veámoslo con más amplitud.

Evidentemente, la diferencia entre el cine y la fotografía es el movimiento; mientras que el cine muestra imágenes en movimiento, la fotografía es estática. Por medio de las imágenes vemos a los protagonistas realizar acciones. Estas acciones están contenidas en una primer unidad significativa:

el encuadre.

El encuadre es la unidad más amplia formada por signos icónicos y que en correspondencia a los elementos lingüísticos sería como el enunciado icónico. El encuadre es por lo tanto, la composición de la imagen. Es a su vez, uno de los elementos que definen el estilo visual de una película ; lo que hace diferente a un filme comercial de uno de arte. Un buen director elige, selecciona cuidadosamente sus encuadres, tomando en cuenta la plasticidad y el gusto estético que estos puedan despertar en el espectador. De allí que nosotros llamemos a lo que cuenta una película: discurso cinematográfico.

En el encuadre, el director y el fotógrafo de la película deciden el plano, el ángulo, los movimientos de cámara, la iluminación y los decorados necesarios.

El encuadre determina la dimensión con que un sujeto aparece en la escena. El tamaño del plano está determinado por la distancia entre la cámara y el sujeto y por la longitud focal del objetivo empleado. Por supuesto que la elección no es arbitraria sino que está condicionada por lo que el director quiera expresar.

Existe una gran variedad de planos y con terminología en inglés, pero los más representativos y con sus nombres en español son los siguientes:

PLANO GENERAL: El sujeto es minúsculo y aparece integrado a su entorno. Es usado para producir diferentes efectos, entre otros: soledad, abandono, ociosidad, inmensidad de entorno e insignificancia de entorno e insignificancia del individuo.



Cuando ¡Villa! es la muerte (1958) de Ismael Rodríguez

PLANO MEDIO: Encuadre que tiende a destacar la figura humana, aunque sin aislarla de su contexto. Este tipo de encuadre abarca la figura entre el individuo.



Así era Pancho Villa (1957) de Ismael Rodríguez

PLANO AMERICANO: Encuadra a la figura humana más o menos desde las rodillas hacia arriba.



La Cucaracha (1958) de Ismael Rodríguez

PRIMER PLANO: Encuadra a la figura humana más o menos desde el pecho hacia arriba.



Lauren Borall y Humpley Bogert the Big Sleep.

PRIMERISIMO PLANO: El encuadre se reduce al rostro. Este ha sido considerado como un aporte extraordinario al cine.



Lauren Bacall y Humphrey y Bogert en The Big Sleep

PLANO DETALLE: Puede ser un encuadre de objetos o una sola parte del cuerpo o del rostro: los ojos, la nariz, la mano. El acercamiento es al máximo y generalmente busca producir un efecto psicológico en el espectador.



Le cuirassé Potemkine

El Acorazado Potiomkim. del Autor: Einseintein.

Otro elemento importante en el encuadre es el ángulo, este por supuesto produce efectos en el espectador dependiendo de su perspectiva. Dado que este no pretende ser un manual exhaustivo sólo nos avocaremos a los más importantes.

EL PICADO: Es una toma de arriba hacia abajo; tiende a empequeñecer al individuo.



SALON MEXICO (1948) Emilio Fernández.

EL CONTRAPICADO: El individuo es fotografiado de abajo hacia arriba, suele dar una impresión de superioridad, de exaltación y de triunfo.

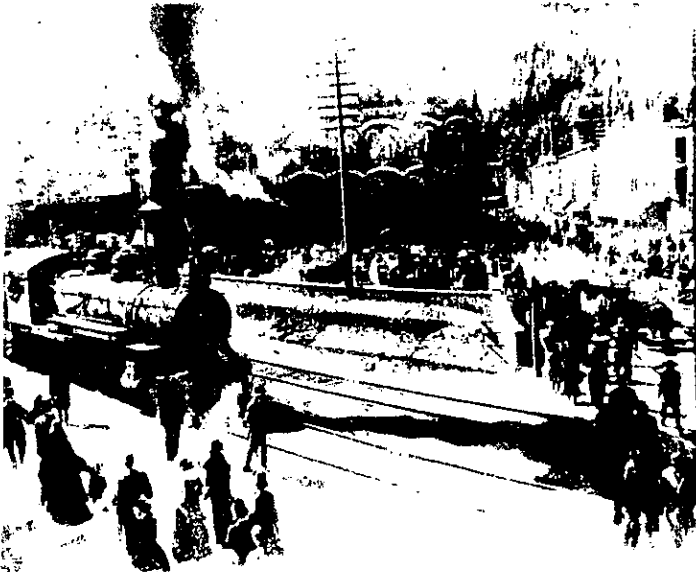


Simón del Desierto.

Al igual que los planos y los ángulos , los movimientos de cámara son muchos y tienden a crecer por el uso cada vez más sofisticado de técnicas computarizadas que posibilitan una gran maniobroabilidad de la cámara. Sin embargo, podemos distinguir dos tipos principales de movimientos de cámara:

TRAVELLING : Consiste en un desplazamiento de la cámara durante el cual permanece constante el ángulo entre el eje óptico y la trayectoria del desplazamiento. Puede ser horizontal: hacia adelante y hacia atrás; vertical, hacia arriba y hacia abajo y lateral.

LA PANORAMICA : Consiste en una rotación de la cámara en torno de su eje vertical u horizontal (transversal) sin desplazamiento del aparato. Se justifica por la necesidad de seguir a un personaje o un vehículo en movimiento.



Heaven's Gate de Michael Chinuno.

Una vez que están realizadas todas las tomas, el trabajo corresponde ahora al directo y al editor de la película. El editor es un profesional especializado al que le corresponde el armado de una película. El se encarga de hacer coincidir los sonidos con las imágenes.

Entenderemos por montaje al resultado de una visión discontinua, selectiva y jerrarquizada de la realidad. De manera literal, montaje es ensamblar orgánicamente elementos unitarios para conseguir un todo que trascienda la suma de partes.

La mayoría de los estudiosos del cine considera a W. Griffith y sus películas "Nacimiento de una nación" e "Intolerancia" como el primero en utilizar al montaje para enriquecer expresivamente sus escenas. Posteriormente, algunos

jóvenes soviéticos entre los que estaban Kuleshov, Pudovkin y sobretodo Eisenstein llevan al cine a límites expresivos y artísticos nunca vistos.

Antes de terminar este inciso es importante destacar que aún y cuando el cine es considerado muchas veces como una obra personal, en la práctica no lo es tanto. Ya que por ejemplo, hasta el momento hemos hablado de cinco especialidades que se dan en este ámbito: el productor, el director, el fotógrafo, el guionista, y el editor. Otros menos importantes pero igualmente destacables son el escenógrafo que se encarga de diseñar el escenario, de decorarlo; y el diseñador de vestuario que es el encargado de diseñar el vestuario adecuado para una película. Se puede presentar una obra de teatro con poco vestuario y sin decorados, pero una película jamás.

3.2.2 EL SIGNIFICANTE SONORO

Cuando surgió el cine sonoro muchos críticos dijeron que el cine ya no sería el mismo. Ya que la mayor parte del desarrollo técnico y expresivo se había ya experimentado en la época del cine mudo o silente. Sin embargo, este significante sonoro y sus elementos se integraron de tal manera al cine que terminaron por ser una parte muy importante, aunque siempre subordinada a la imagen.

Según Marcel Martin, el sonido (integrado en la banda sonora del film) aportó lo siguiente al cine:

- la impresión de realidad : el sonido aumentó el coeficiente de autenticidad de la imagen.
- la continuidad sonora : cuando la banda imagen de una película es una contiuunidad de fagmentos , la banda sonora en cierto modo restablece esa continuidad.
- el empleo de la palabra: eliminó los intertítulos y liberó a la imagen de su función explicativa.
- el silencio : como elemento expresivo, ya que cumple un papel dramático;relevante para simbolizar angustia, ausencia, peligro, soledad, muerte. El silencio puede marcar la tensión dramática de una escena.

-recursos retóricos : yuxtaposición .- el uso de la imagen y el sonido como contrapunto o como contraste , permite enriquecer estéticamente el film.

elipsis: el dualismo de la imagen y el sonido permiten omitir muchas veces el diálogo sin que pierda sentido la escena.

atmósfera de las escenas y las secuencias. Existen ya especialistas de música creada especialmente para películas.

Recuerdas que ya habíamos hablado del montaje, pues bien, durante el armado de este se agregan a la banda sonora otros elementos significantes como son:

RUIDOS O EFECTOS ESPECIALES : El operador de sonido incorpora sonidos o ruidos registrados especialmente por él o tomados de una fototeca.

MUSICA : Salvo raras excepciones, cada película es acompañada por una música especialmente escrita y que contribuye a crear los sentimientos y a precisar la

Actividades.

1. Elabora un fotomontaje con recortes o fotografías en en que muestres por lo menos un episodio compuesto por secuencias y encuadres.
2. Graba la banda sonora de una película y desglosa los distintos significates sonoros que encuentres en ella.

4. METODOLOGIA PARA LA RECEPCION CRITICA DEL CINE.

4.1 Primera lectura o lectura ingenua.

Quizás para cuando estés leyendo este capítulo tu concepto de lo que es el cine se haya modificado. Es posible que consideres ya que el cine no es mera diversión. Y que incluso te fijes ahora en algunos de los elementos que fueron tratados en el capítulo I y II. Lo que te proponemos ahora es que sistematices ese conocimiento y que efectivamente cambies tu concepto de lo que es el cine para que conviertas tu experiencia receptiva en una recepción crítica.

El primer paso que te proponemos es que veas películas como siempre las habías visto. Dirás que es contradictorio y que es un paso atrás, pero no es así. vamos con calma. Sí, ve una película por el mero gusto de verla, la que quieras, puede ser sobre la Revolución Mexicana, pero si no, no importa el tema o si es mexicana o extranjera. Eso sí, de preferencia ve a una sala cinematográfica a verla. De no ser posible, queda el recurso del video.

Ahora describe en una hoja tu experiencia receptiva: ¿ te gustó la película o no ?; ¿ te produjo alguna sensación ?; ¿ es una película como cualquier otra que hubieses visto antes ?; comenta lo que quieras de la película.

La " lectura ingenua " o primera lectura de una película es la que realizamos todos cuando vamos al cine o vemos películas en video. Nos sometemos a la recepción de un mensaje; de signos, de símbolos, de códigos lingüísticos y de códigos visuales. Y lo que hacemos es decodificar el mensaje para obtener una recompensa visual, sensitiva o estética.

El cine tiene peculiaridades de recepción que no tiene ningún otro medio: la sala cinematográfica está oscura; nuestra atención está fija en un juego de luces proyectado sobre una pantalla; los recursos técnicos de proyección y

sonido nos envuelven de tal manera, que nos olvidamos que existe el mundo exterior. En un ámbito de estas características estamos completamente predispuestos para la recepción del mensaje.

De tal manera, que si la película es de terror y " está bien hecha ", como decimos comúnmente, producirá en nosotros sensaciones y reacciones. Sudarán nuestras manos. Levantaremos los pies, no vaya a ser que Drácula esté bajo la butaca. Pellizcaremos a nuestro acompañante, etc. ¿ Qué es lo que realmente propicia esas reacciones en nosotros? Algunos psicólogos se han atrevido a decir que el cine es casi un trance hipnótico y que el cine es casi un trance hipnótico y que es muy parecido a la experiencia de soñar. La historia del cine tiene muchos ejemplos de reacciones masivas ante una película. Desde la anecdótica de salirse de la sala porque un tren se acercaba peligrosamente a la pantalla, en los inicios del cine, hasta la de los años setenta en que se llegó a pensar que una película de denuncia social podía ser el detonador para iniciar un movimiento contestatario.

Como a nosotros no nos interesan, en este fascículo, los efectos psicológicos que una película produce en los espectadores, no vamos a ampliar más el tema. Lo que nos interesa es el proceso de significación y, por lo tanto, el efecto de sentido que una película produce; la recepción crítica desde el punto de vista de la comunicación.

Y en este camino, lo primero por lo que tenemos que preguntarnos es por los elementos de la comunicación, que tú ya conoces perfectamente

4.2. Identificación de los elementos de la comunicación

Probablemente consideres que la "lectura ingenua" de una película es la única que se debe realizar. Hay muchos estudiosos del cine y de la Literatura que

están de acuerdo contigo y piensan que lo más importante es el goce y el placer del primer contacto con un texto, sea visual o lingüístico.

Pero nosotros consideramos que no, que si bien es cierto que cualquier persona goza y disfruta con una película sin tener ningún tipo de conocimiento previo de ella, también es cierto, que si posterior a esta recepción la persona se cuestiona por los elementos, las funciones y las intenciones del proceso de la comunicación, no sólo sentirá que la habrá disfrutado más, sino que tendrá una concepción diferente de ella, e incluso una visión crítica de la misma. Y dejará de ser un mero receptor pasivo para convertirse en un perceptor o receptor crítico. Por eso, te proponemos que realices lo siguiente:

a) Determina quién es el emisor. ¿ Recuerdas que en el capítulo II hablamos de los que intervienen en una película y dijimos que entre los más importantes estaban el productor y el director. Pues bien, averigua datos sobre ellos y determina quién es el más importante para la película y, por lo tanto, al que se puede considerar como emisor. Por ejemplo, el cine que produce Hollywood desde los Estados Unidos es un cine producido para buscar al espectador fácil, manejable y con pocas perspectivas críticas.

Este tipo de cine ha utilizado diversas técnicas y recursos para lograr su propósito. El " Star System " es uno de ellos . Consiste en que la productora da más importancia al actor, a la "estrella" que contrata que al director o al tema de la película. De tal manera, que Hollywood y sigue produciendo, desde los años cincuentas hasta la fecha, "estrellas" cinematográficas que son idealizadas por el público que las convierte en símbolo o mito. Algunos nombres de estas estrellas hollywoodenses : Marilyn Monroe, Humprey Bogart, Mary Pickford, John Wayne, y recientemente, Silvester Stallone y Faye Dunaway.

Por supuesto que el cine mexicano ha tenido una experiencia similar; sólo que en los años cuarenta y cincuentas y seguramente comprobarás que muchos

jóvenes ven las películas de Pedro Infante, Jorge Negrete, María Félix o Pedro Armendáriz y los consideran como grandes actores aun y cuando muchas de sus películas sean insulsas e irrelevantes.

Por otra parte, está el cine en el que si bien importa el intérprete del papel, lo más importante es la historia, cómo se cuenta esta y los intereses estéticos o expresivos del director. En este caso estamos hablando del director como emisor.

b) Determina cuál es la historia de la película; ¿ quién la cuenta ? , ¿ cómo la cuenta ? , ¿ cómo la cuenta ? y ¿ para qué la cuenta ? Para empezar, escribe una síntesis de la película. Fijate si la película tiene un narrador. En el cine aparece de varias maneras: puede ser un personaje, una voz, se llama voz en off. La situación es similar al de la Literatura, en donde hay un narrador interno que pertenece a la historia y se desenvuelve en ella y narrador externo que es el autor.

Una vez que sepamos si la película tiene narrador o no, debemos cuestionarnos ¿ cómo y para qué la cuenta ? . Toda persona que participa como emisor en un proceso de comunicación tiene intenciones para con los receptores, con sus expresiones o mensajes. Lo mismo sucede con una película. El que la produjo o dirigió tiene intenciones para con los receptores, ya desde el hecho mismo de seleccionar ciertas imágenes, signos o códigos. Por ejemplo : la película " J.F.K." de Oliver Stone no podemos verla sin preguntarnos cuál es la intención que tiene el director. Lo mismo que si vemos la película " Los temerarios, su vida y sus amores " que nos muestra la "historia real" de un grupo musical. En todo mensaje hay intención, aquí sí no hay ingenuidad. No hay un mensaje que no busque producir un efecto de sentido en el receptor.

Si hablamos de las películas de la Revolución Mexicana las podríamos clasificar por sus intenciones, por ejemplo:

COMERCIALES

" La cucaracha "
" Emiliano Zapata "
" Así era Pancho Villa "
" Villa Rides "
" ¡ Viva Zapata ! "
" Gringo Viejo "

EXPRESIVA O ARTISTICA

" El compadre Mendoza "
" Reed , México Insurgente "
" Vámonos con Pancho Villa "
" Qué Viva México "

¿Cómo podemos determinar cuál es comercial y cuál es expresiva ? Por las imágenes; por su plasticidad; porque nos produce un placer estético; por su montaje; por los diálogos, por su consistencia, por su contenido y por supuesto, por la combinación que la película haga del significante visual y el significante lingüístico. Claro que para lograrlo, tendrías que compararlas. Ojalá pudieras ver "Así era Pancho Villa" y " Vámonos con Pancho Villa", para que compruebes todo lo que te hemos dicho.

Otra manera de determinar la intención de una película y lo que quiere de ti es volverla a ver y confrontarla con tu mundo experiencias, es decir, con tus conocimientos, valores, costumbres, etcétera, previos al ver una película. Pero de ello hablaremos en el inciso 3.3.

c) Determinar cuál es el receptor ideal de la película. No todas las películas son producidas para todo tipo de espectadores. Al igual que la Literatura, las películas tienen un lector ideal, es decir, se dirigen a un

espectador que gusta o prefiere ese tipo de películas. Por ejemplo, Silvester Stallone sabe que tiene un público que gusta de ver sus películas y que si él produce "Rambo IV", ese público la verá, aunque, o precisamente porque ya ya vió Rambo I, II y III. El cine forma a su público. El público acepta siempre cautivo lo que se le dá.

¿ Cómo se forma el gusto del público ? Depende de factores sociales, educativos y culturales. Necesitaríamos realizar una investigación para saber quién es el público sobre la vida de los cantantes o grupos musicales; o quién es el público de las películas de Televisión, por ejemplo, podríamos suponer muchas cosas. Como que si a ti te interesa ver en el cine la vida y los amores de José - José , Juan Gabriel, Los temerarios o Bronco; no tienes muchas ambiciones culturales que digamos. Estas son películas completamente predecibles, sin ninguna ambición estética o plástica, sus diálogos son elementales; su trama es siempre " el hombre de origen humilde que llegó a ser ídolo "; y por supuesto, la recompensa para el espectador es escuchar y ver cantar a su ídolo en la "pantalla grande". Ayer fue Pedro Infante, Jorge Negrete, Javier Solís y hoy son Luis Miguel , Magneto, Menudo , etc. Al público de este tipo de películas lo podríamos llamar manipulable.

Por otro lado están las películas que van dirigidas a otro tipo de público; aquellas que saben que el espectador espera una recompensa visual y auditiva, que es exigente con las imágenes y con la estructura de los diálogos, que se molesta si la película tiene concesiones argumentales: el clásico "final feliz" o happy end del melodrama gringo. Que va al cine por gusto, pero también para aprender y para incrementar su acervo cultural.

Existe un público para el melodrama, para la comedia musical, para la comedia ranchera , para los dramas , para el "cine negro" o policiaco, etcétera. Podrías

comprobarlo realizando una pequeña encuesta entre tus compañeros de centro o de colegio.

d) Determinar el código y su referente. La mayoría de los espectadores va al cine a ver películas de lo que sabe y de lo que entiende. Los espectadores de "El miedo no anda en burro" de la India María van al cine predispuestos a ver y escuchar lo que quieren. Sus códigos y por supuesto sus referentes son limitados: "la India" dirá chistes del "padrecito", del "marchante", y a veces hasta del "señor presidente" pero hasta allí; en este tipo de películas no hay sorpresas, no hay inquietudes, la risa es el mejor remedio contra la conciencia.

En cambio, hay películas en donde lo más importante es la ruptura de los códigos del espectador; que los referentes sean desconocidos para inquietarlo; que son una propuesta visual y auditiva. Películas como "Ladrón de Bicicletas", "El ciudadano Kane" y más recientemente "Naranja Mecánica" y "1900" lograron romper con los códigos visuales, sociales y culturales del espectador de su época, mostrándole imágenes, encuadres, e historias que nunca había visto en el cine.

Recuerda que el código es el conjunto de signos de los que se toman algunos para elaborar un mensaje, y que el referente es "lo real", es decir, aquello de lo que nos habla el mensaje y que existe. Así, una película que hable de la pobreza puede usar diferentes códigos, por ejemplo: mostrar imágenes idealizadas de los pobres, "pobres pero felices"; usar diálogos y palabras manipuladas y eufemísticas: "pobres pero decentes", y una historia simple, dramatizada pero con un final feliz, "Dios y el destino quisieron que fuéramos pobres"; como en "Nosotros los pobres". O, usar imágenes que representen la realidad; diálogos en los que se use vocabulario y palabras contextualizadas en

su verdadero sentido; y una historia que dramatice y que termine a la manera de la vida real: en tragedia, en drama o farsa como en "Los Olvidados" de Luis Buñuel.

4.3 Identificación de representaciones ideológicas.

Una película no es un mensaje ingenuo. Una película tiene intenciones y busca producir efectos de sentido en el espectador. Una película busca convencer, manipular o cientizar al público con su mensaje. Si después de ver por primera vez una película tu te preguntas ¿ qué quiso de mi la película? y confrontas tu respuesta con los códigos y referentes que manejas, determinarás el efecto de sentido que la película quiso producir en ti. Por ejemplo, las películas de guerra contra los estadounidenses son siempre bipolares, el mundo se divide en dos: " los buenos y los malos "; los protagonistas y los antagonistas ; los gringos y ... los nazis, los soviéticos, los chinos, los japoneses , los vietnamitas. los marcianos.

En estas películas el mensaje es siempre la lucha por la libertad y en estas películas, la "libertad" está siempre en el país de la estatua de la libertad. Es decir, sólo los norteamericanos luchan por la libertad, los demás luchan por ambiciones políticas, territoriales o económicas. Las películas sobre la Segunda Guerra Mundial y la serie " Rambo " son ejemplo de esto.

El efecto de sentido es de identificación, los espectadores están con "el bueno" de la película, con el superhéroe, se identifican con sus acciones, las justifican y están convencidos que la solución a los problemas políticos y sociales es el exterminio del contrario.

El efecto de sentido produce entonces una mitificación de la realidad. Las películas crean estereotipos o modelos. Que son imágenes e ideas falsas de la realidad. Es ya anecdótica la creencia que tenían en muchas partes del mundo

acerca de la manera de ser y vestir del mexicano en los años cincuentas, después de la gran cantidad de comedias rancheras que se exhibieron en los años de la "Época de oro" del cine mexicano. Nadie imaginaba a un mexicano que no fuera "charro, valiente y cantor".

Un último ejemplo de esto; durante mucho tiempo, se difundió en Estados Unidos un género llamado "Western" que en español sería "películas del oeste", pues bien, en este tipo de filmes se mostró siempre una imagen negativa y mitificada de los indios. Estos eran siempre los malos, los ignorantes, los sucios. Y los buenos, los que llevaban la civilización: los blancos y gueros. Comprueballo viendo algunas películas de este tipo en la televisión o en videocaset.

Otro efecto de sentido de las películas es el de conocimiento. Que es cuando una película sólo muestra o describe una situación y permite que el espectador se forme su propia opinión. Aunque esto en realidad se da pocas veces. Ya que como dijimos al principio no hay película ingenua. En realidad, la película describe, pero al mismo tiempo busca convencer o concientizar al espectador. Por ejemplo: dar una visión distinta de la guerra de Vietnam, de los indios y de los mexicanos.

En el primer caso, a partir de los años ochentas hay una toma de conciencia de los directores que abordan el tema de la guerra de Vietnam, así es que empiezan a producir películas en donde se describen situaciones hasta ese momento desconocidas para el público pero que lo hacen tomar conciencia respecto a lo que fue realmente la guerra de Vietnam. Ejemplos: "Apocalipsis Now", "Cara de guerra", "Pelotón", "Nacido el 4 de julio", etcétera.

En el segundo caso, la visión de los indios es desmitificada en la película "Danza con Lobos" y en "Corazón de trueno. Y por lo que respecta a los

mexicanos , en los años setentas un grupo de directores jóvenes entre los que estaban Felipe Cazals, Arturo Ripstein, Paul Leduc, Alcoriza, etc.

Resumiendo, los pasos que debes realizar para efectuar una lectura crítica de una película son los siguientes:

- a) Lectura ingenua: - Ver la película
 - Señalar si te gustó o no la película.
 - Determinar si te produjo alguna sensación.
 - Comparar la película con otras del mismo género.
 - Comentar la película.
- b) Identificación de los elementos comunicativos:
 - Determinar quién es el emisor (director, productor, fotografía)
 - Señalar el argumento y la estructura discursiva de la película (quién la cuenta, cómo la cuenta y para qué la cuenta)
 - Señalar la intención de la película (comercial, expresiva, educativa, propagandística).
- c) Determinar el tipo de receptor o público al que va dirigido la película:
 - clasificación (A; B; C; D)
 - determinar el efecto de sentido que produce la película .
 - determinar el código y el referente.
- d) Identificación de representaciones ideológicas :
 - determinar el efecto de sentido global de la película.

- Ubicar mitos o estereotipos
- determinar la representación ideológica

e) Lectura crítica :

- considerar los puntos anteriores para elaborar una reseña crítica de una película.

RECAPITULACION

En esta parte te presentamos de manera global y esquemática los principales contenidos que abordamos.

El cine se basa en una rápida sucesión de fotos fijas proyectadas continuamente, narra historias con un conjunto de medios de expresión propios. El cine llegó a nuestro país como una curiosidad científica a finales del siglo XIX con el cinematógrafo Lumière. El primer empresario y cineasta recocado fue Enrique Rosas.

La Epoca Sonora del cine comenzó en 1929 a 1936 y la primera película sonora fue Santa.

En la Epoca de Oro (1935-1955) la industria cinematográfica alcanzó su mayor producción distribución y exhibición.

La decadencia y crisis del cine mexicano comenzó en los años 50' la mayoría de las películas que se produjeron eran musicales, comedias y melodramas de temas insulsos, dando lugar a la instauración del llamado churro (1955-1970)

A partir de 19770 el Estado mexicano inició la creación de instituciones para el financiamiento, particularmente en el exenio de Luis Echeverria, distribución y exhibición de películas y surgieron nuevos directores.

El Discurso Cinematográfico:

FUNCIONES

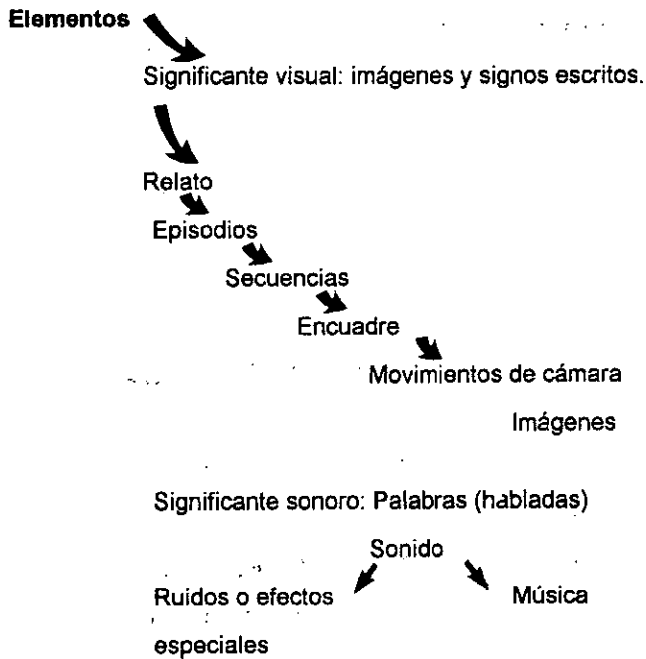
Comercial: obtener ganancias.

Expresiva o: visión particular de un hecho, privilegia la

Artística expresión

Educativa: apoyo didáctico o para la educación formal e informal

Propagandística: promover instituciones o al gobierno.



Metodología para la Recepción Crítica del Cine.

- a) Primera lectura o lectura ingenua: recepción y primer acercamiento a una película
- b) Identificación de los elementos comunicativos: señalar el emisor(es) la estructura discursiva, argumento e intención de la película.
- c) Identificación de representaciones ideológicas.
- d) Lectura Crítica: Integración de los anteriores incisos en una reseña crítica.

ACTIVIDADES DE CONSOLIDACION

Después de haber estudiado este fascículo ya conoces los elementos fundamentales para que practiques una lectura crítica del cine.

Realiza las siguientes actividades que te permitan consolidar tu aprendizaje.

1. Elabora fichas de trabajo sobre los siguientes temas.

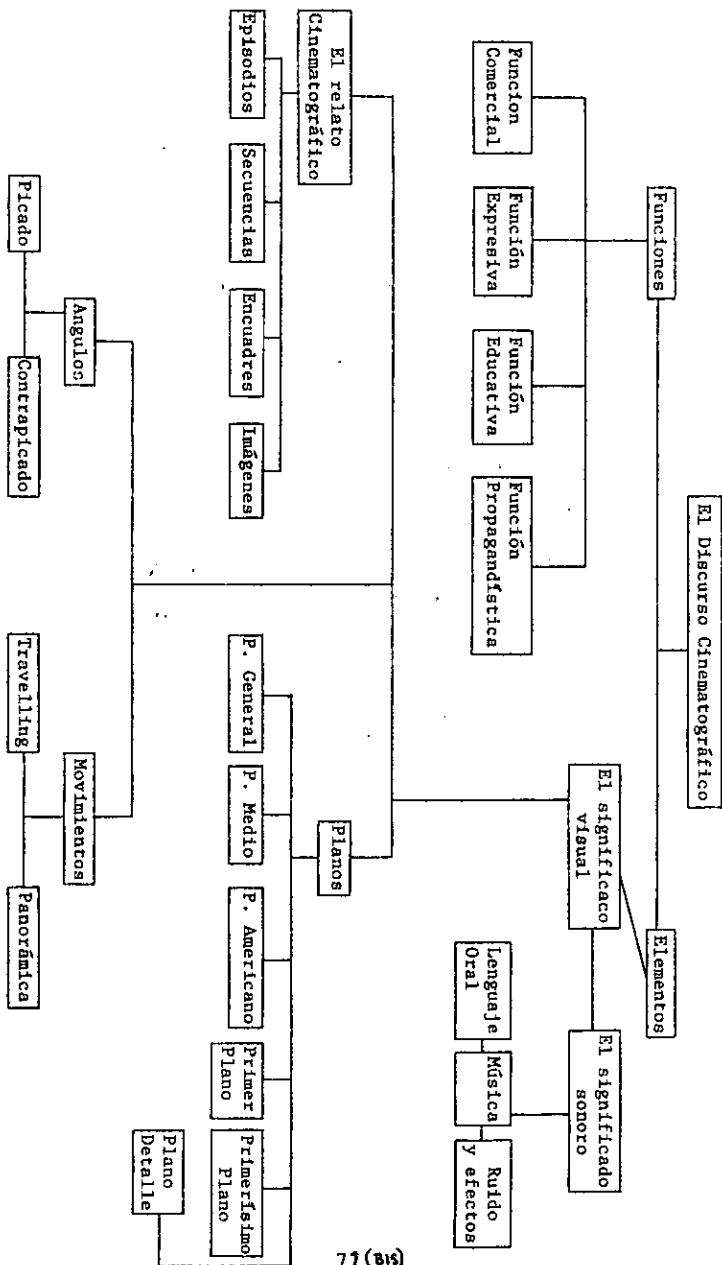
a) ¿Qué es el cine?

b) Origen y desarrollo del cine en México.

2. Realiza un ensayo en el que contextualices los antecedentes históricos del cine en México. Apoyate en la información contenida en las fichas de trabajo.

3. Observa el siguiente esquema que a continuación te presentamos.

3.- Observa el siguiente esquema y elabora un resumen escrito en el que desarrolles toda la información contenida en él:



LINEAMIENTOS DE AUTOEVALUACION

A continuación te proporcionamos las respuestas que debiste considerar para responder a las actividades de consolidación.

1. Las fichas de trabajo se realizan en tarjetas o papeletas de 22 por 13.5 cm, cada ficha consta de tres partes que son:

-Identificación: nombre del autor Título de la obra y paginas donde se recopila la información del tema a tratar.

a)El cine es como una manifaetación artística y como una industria cultural de los medios de comunicación de masas, ya que es al mismo tiempo, una manifestación comunicativa y una expresión artística, se concidara tambien como una rapida sucesión de fotos fijas proyectadas discuntinuamente y reflejasdas en una pantalla. b)Los fundadoresdel cine fueron los franceses Lumière y Méliès, a finales del siglo pasado y apoyados en las inovaciones técnicas de la fotografía. te recuerdo que estos son algunos de los aspectos del cine en los cuales tú debes de aplear ya que estan imcompletos.

2.Para realizar el ensayo sobra la constextualizacióny Antecedentes Históricos del cine en México. Debiste seguir un esquema espositivo, es decir, tu trabajo debe contener una introducción , su desarrollo y una conclusión.

No olvides que el cine surgió como una curiosidad científica ligada a extranjeros , después se convirtió en una industria que dependía de Estados Unidos. para la producción de las películas (cámaras, película virgen, etc.; tuvo su auge en la llamada Epoca del Oro con reconocidos directores y actores : la decadencia del cine mexicano comenzó hacia 1955 y es a partir de 1970 que el Estado mexicano inició la creación de instituciones de financiamiento.

3. Para saber si tus respuestas fueron correctas te sugerimos que las confrontes con la Recapitulación que se encuentra en este fascículo.

ACTIVIDADES DE GENERALIZACION

Te proponemos que realices una investigación documental sobre algun aspecto del cine mexicano en la Cineteca Nacional.

Para que desarrolles tu gusto por el cine:

- organiza un **Cine Club** en tu plantel o en tu centro de estudios
- asiste a la Muestra Internacional de Cine que se realiza en la Cineteca Nacional a finales de año o al Foro de la Cineteca.
- asiste regularmente al Cine**

FIN

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) (Balázs, Béla. El Film. Edit. Losaoge, Buenos Aires, 1957, pp. 17-19)
- (2) (Sadoul, G. Las Maravillas del Cine. FCE, México 1981, p.76)
- (3) (García Tsao, Leonardo. Cómo Acercarse al Cine. Limusa, México, 1989, p.77)
- (4) Poliviato, Ac. Cine y Comunicación. 2ª ed., Trillas, México - 1990, p. 28).
- (5) (Poloniato, A. Op. cit., p. 12)
- (6) (De los Reyes, et. al. 80 Años de Cine en México. UNAM. México, 1977, pp. 64-65)
- (7) (De los Reyes, Aurelio, ob. cit. p.46)
- (8) (De los Reyes, Aurelio, ob. cit. p.97)
- (9) (García Riera, Emilio. Historia del Cine Mexicano SEP.- foro 2,000, México 1986, p. 81.
- (10) (García Riera, E. Op. cit., p. 124)
- (11) (Idem, p. 125)
- (12) (Carlos Monsivais "Las Mitologías del Cine Mexicano", en: Intermedios 2, pp. 14 y 23)
- (13) (García Riera, Emilio. Op. Cit., pp. 157-158)
- (14) (Idem, p. 159)
- (15) (Idem, p. 222)
- (16) (García Riera, E. Op. cit., 154)
- (17) (García Riera, E. Op. cit., 257)
- (18) (Op. cit., p. 295)
- (19) (García Riera. Op. cit. 324)
- (20) Mercedes Charles, Perfiles Educativos No. 36 Abril-Junio 1987. p. 3
- (21) Op. Cit., P. 16.

BIBLIOGRAFIA

- Balázs, Bela: El film, Ed. Losange, Buenos Aires, 1957.
- Caro, Pio: Las estructuras fundamentales del cine, Ed. Patria, México, (s. a.).
- Costa, Antonio: Saber ver el cine, Ed. Paidós, México, 1991.
- Casetti, Francesco y Di chio Federico: Cómo analizar un film, Ed. Paidós, México, 1991.
- De los Reyes, et. al.: 80 años de cine en México, Ed. UNAM, México, 1977.
- García Riera, Emilio: El cine y su público, Ed. FCE, México, 1974,
(Testimoneos del Fondo).
- García Riera, Emilio: Historia del cine mexicano, Ed. SEP-Foro 2000, México, 1986.
- García Tsao, Leonardo: Cómo acercarse al cine, Ed. Limusa, México, 1989.
- Gomezjara, Francisco y Selena de Dios Della: Sociología del Cine, Ed. Diana, México, 1981, (Sepsetentas).
- Gutiérrez, Francisco: El lenguaje total, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1979.
- Martin, Marcel: El lenguaje del cine, Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.
- Martin, Marcel: La estética de la expresión cinematográfica, Ed. Rialp, Madrid, 1958.
- Medvedkin, Alexande: El cine como propaganda política, Ed. Siglo XXI, México, 1977.
- Monsiváis, Carlos: "Las mitologías del cine mexicano", en: Intermedios 2, México, 1992.
- Poloniato, Alicia: Cine y comunicación, Ed. Trillas, México, 1990.
- Sadoul, George: Las maravillas del cine, Ed. FCE, México, 1981.
- Vilches, Lorenzo: La lectura de la imagen, Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.

ANEXO 4

Estudio y análisis del MATERIAL DIDACTICO COMPLEMENTARIO DEL SEA

ESTUDIO Y ANALISIS DEL MATERIAL DIDACTICO COMPLEMENTARIO DEL SEA.

I. El Sistema de Enseñanza Abierta del Colegio de Bachilleres.

El Sistema de Enseñanza Abierta es la modalidad de estudios extraescolar del Colegio de Bachilleres. El modelo educativo del SEA cuenta con materiales didácticos, asesoría y evaluación del aprendizaje para ofrecer educación básica superior.

El Material Didáctico.

Existen diferentes tipos de materiales:

- a) Los básicos, que antes eran los textos diagramados y las guías de estudio. Actualmente son los Fascículos.
- b) Los complementarios o de apoyo: audiocintas y videocintas.

El material didáctico está diseñado con una determinada estructura didáctica, de acuerdo con las fases del modelo educativo del SEA (inducción, estructuración, consolidación y retroalimentación), lo que permite al estudiante acceder a los contenidos planteados en el programa de estudios.

Cada fase tiene una función en el proceso de aprendizaje para poner en contacto al estudiante con el objeto de conocimiento y promover las habilidades de estudio, metodológicas y de comunicación.

La Asesoría.

Hay dos tipos de asesoría: la sicopedagógica y la de contenidos; su función es orientar y apoyar al estudiante para resolver sus dudas y problemas de adaptación, así como para promover el estudio independiente y solucionar las dificultades de aprendizaje de las distintas materias del Plan de Estudios.

La Evaluación del Aprendizaje.

La evaluación permite conocer los avances y dificultades del estudiante en su proceso de aprendizaje. La evaluación tenía tres modalidades: la Autoevaluación contenida en los materiales didácticos básicos, la Evaluación modular aplicada por el asesor de contenido cada vez que el estudiante terminaba un módulo, que era requisito para la Evaluación final, aplicada por los evaluadores mediante la cual el estudiante obtiene una calificación. Actualmente se modificaron los lineamientos y ya no hay evaluación modular por lo que no es requisito para la evaluación final. El asesor de contenido sólo da información para mejorar la calidad del aprendizaje.

El Modelo Educativo.

El modelo educativo del SEA se fundamenta en una serie de premisas teóricas y metodológicas sustentadas en teorías cognoscitivas y estructuralistas.

Premisas Teóricas:

1. El estudiante es un individuo activo, constructor de su conocimiento.

2. El aprendizaje es un proceso multidimensional.
3. La educación tiene una orientación formativa.

Premisas Metodológicas:

4. El estudio independiente.
5. Una estrategia educativa integral.
6. Un proceso de revisión del sistema.

Nos detendremos en la premisa del estudio independiente pues al ser el estudiante quien organiza sus actividades de aprendizaje, apoyándose en los materiales didácticos básicos y complementarios, no es necesario que asista a clases. De ahí la importancia de los materiales didácticos, los cuales analizaremos en el siguiente apartado.

II. Material Didáctico del SEA.

El material didáctico básico eran los textos diagramados y las guías de estudio con una estructura didáctica fundamentada en la tecnología educativa. Desde 1991 se inició un proceso de cambio para la elaboración del material didáctico básico de acuerdo con el Modelo Pedagógico del Colegio de Bachilleres.

El material impreso es presentado en fascículos o folletos, su extensión es breve, en ellos se desarrolla el contenido de los diferentes temas que componen la asignatura.

Los fascículos tienen una estructura didáctica que presenta los contenidos de tal forma que posibilita el aprendizaje de los estudiantes. Cada elemento didáctico cumple una función específi-

ca en el proceso de aprendizaje y promueve la capacidad de análisis y crítica así como las habilidades de estudio.

En los fascículos se conjugan las Líneas para la Práctica Educativa y las fases del Modelo Educativo del SEA:

Planteamiento de problemas o explicación de fenómenos.

Inducción.

Ejercitación de los métodos

Apropiación constructiva y producción de conocimientos.

Estructuración.

Relaciones de utilidad y aplicaciones.

Consolidación.

Consolidación, integración y retroalimentación.

Retroalimentación.

Tomando en cuenta tales lineamientos se han elaborado y se están haciendo los fascículos.

El material didáctico complementario sirve para apoyar los módulos y las guías de estudio; son de carácter opcional, su propósito es apoyar al estudiante en el aprendizaje de las asignaturas al manejar algunos contenidos programáticos, utilizando otros recursos como son los audiomódulos (audiocintas), los telemódulos (videomódulos) y las teleprácticas que introducen a los métodos de investigación científica a través de un experimento desarrollado paso a paso.

La Coordinación del Sistema de Enseñanza Abierta realizó una

serie de evaluaciones sobre el material didáctico complementario (MDC); su objetivo era conocer la frecuencia de uso del MDC, valorar su utilidad en razón de los aprendizajes logrados por los estudiantes y las opiniones de los consultores sobre su valor pedagógico. El diagnóstico se efectuó en distintas fases de 1987 a 1989.

El SEA cuenta con un total de 221 programas: 95 audiocintas; 25 teleprácticas; y 104 videocintas. Se entrevistaron a un total de 353 estudiantes y las principales conclusiones fueron las siguientes: en los distintos reportes se coincide en señalar que los materiales más utilizados fueron las videocintas (43.75%), en segundo lugar las audiocintas (31.25%) y en tercero las teleprácticas (25.00%).

Las materias más solicitadas correspondieron a las asignaturas de Matemáticas, Química, y Física por ser consideradas por los estudiantes como las más difíciles.

Otro aspecto que se analizó fue la frecuencia con la que se consultaban los materiales, llegando a las siguientes conclusiones: una vez por semana 26%; dos o más veces por semana 23%; una vez a la quincena 14%; una o dos veces por quincena 6%; una vez al mes 30%. Al ubicar por asignatura la consulta de los materiales se encontró que el 54% de los estudiantes utilizan el MDC porque preparan asignaturas de los primeros semestres y el 46% preparan de los cuatro últimos semestres.

Al interrogar a los estudiantes sobre la función que para ellos tenía el material didáctico complementario señalaron las si-

guientes: para ampliar la información y complementar el aprendizaje (80%), pues desde su punto de vista explicaban con mayor claridad las definiciones que aparecen en el material didáctico básico; para ampliar información del texto diagramado (10%); y para relacionar la información con otros contenidos sólo el 10%. Otros resultados fueron que ocho de cada diez estudiantes acuden al material didáctico complementario para apoyar procesos educativos encaminados a la acreditación; que consultan el MDC porque los textos diagramados los remiten a ellos, y sólo uno de ellos acudió por recomendación del consultor.

La razones por la que los estudiantes no consultan el MDC fueron principalmente: porque no tienen tiempo 26%; la consultoría y/o el texto son suficientes para sus estudios, repiten el contenido de los textos 44%, no los conocen pues empiezan apenas sus estudios 10%.

Didácticamente los MDC son concebidos como reforzadores del aprendizaje, manejando contenidos programáticos y recursos de tecnología comunicativa para la educación, sin embargo, manejan la tecnología educativa (erradicada en el Colegio de Bachilleres a partir de 1982) que al reducir el aprendizaje a conductas observables, empobrecen los contenidos y descontextualizan los conocimientos. En el caso de la teleprácticas ni siquiera la función de los MDC "se ratifica en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que no guardan un orden dentro de éste, algunos se manifiestan aislados, no hay precisión en el apoyo que brindan al no saber en que momento presentarse ni hacia dónde se

dirigen" (COSEA, 1986).

El contenido de los materiales didácticos complementarios presenta en general un tratamiento superficial de los temas, son imprecisos al plantear los objetivos del programa, del tema y el desarrollo es limitado en su adecuación temática.

Se identificó que en general los MDC presentan errores y omisiones de contenido, lo que hace que los programas sean insuficientes en su consistencia argumentativa y actualidad para la información requerida por las asignaturas.

Existen limitaciones en el desarrollo lógico (estructura interna) del programa pues la información no siempre cuenta con una jerarquización adecuada, ya que no se manejan conceptos ejes.

La mayoría de los programas no presentan conclusiones representativas del tema desarrollado, y tampoco nos dan la posibilidad de inferirlas.

En general se consideró que los programas son adecuados al nivel académico de los estudiantes.

Al considerar la interrelación de las valoraciones se obtuvo que el 38% de los programas son malos; regulares 33.3%; buenos 19.2%, y excelentes el 9.5% de un total de 21 programas, que fueron los más requeridos durante 1987.

Para el análisis técnico se consideró la duración del programa y el desarrollo adecuado de la temática tratada, y se obtuvo que el 47.6% son considerados como regulares, el 38% buenos y sólo el

4.7% excelentes; y malos fueron considerados el 9.7%.

La modalidad elegida (audiocinta o videocinta) para el desarrollo del tema presenta una inadecuada ambientación; esto se puede deber a las limitaciones en la realización técnica o la inadecuada referencia a la realidad de los temas tratados (escenografía, sonido, vestuario), o bien, a una deficiente dirección de cámaras y actuación.

Los géneros preferidos por los estudiantes para la producción de programas fue la siguiente: drama 28%, novela 21, reportaje 9% y documental 8%. Los estudiantes que consultan frecuentemente los MDC seleccionaron la novela, el drama y los documentales, mientras que aquellos que lo hacen esporádicamente prefirieron el reportajes y la entrevista.

III. Observaciones sobre los MDC.

Los MDC, como señalamos anteriormente, fueron elaborados siguiendo los lineamientos de la Tecnología Educativa, cristalizando todos los defectos que se han señalado en esta propuesta pedagógica: empobrecen contenidos, fomentan un aprendizaje memorístico, descontextualizan los conocimientos, no hay problematización, actividades ni descubrimiento o construcción del conocimiento. El Colegio de Bachilleres abandonó esta orientación pedagógica, por lo que se requieren nuevos MDC actualizados bajo el nuevo "Modelo Pedagógico" y sus "Líneas para la práctica educativa". El contenido de los MDC repite el de los materiales didácticos básicos (módulos y guías), por lo que no son realmente complementarios sino repetitivos; además, presentan los conteni-

dos de manera superficial, fragmentaria, con errores y omisiones, e insuficientes en su desarrollo lógico, exposición argumentativa, en sus conclusiones y actualidad informativa. En general, los MDC carecen de una estructuración de contenidos jerarquizada, de conclusiones y recapitulaciones.

Es importante señalar, que los MDC no son valorados desde su propia concepción como materiales simplemente "complementarios", desaprovechando las potencialidades, el atractivo y la riqueza de lenguajes de los medios de comunicación para la educación. Debido a ello no son promovidos de manera adecuada (es significativo el hecho de que solo un alumno de la muestra fue remitido a estos MDC por un consultor), aunque las respuestas de los estudiantes indican que se requieren y se justifican este tipo de medios. Sin la revalorización de estos medios, sin su actualización pedagógica, sin su adecuada planeación, elaboración y promoción, la producción de nuevos MDC resultaría un desperdicio de recursos para la institución.

A continuación presentaremos un análisis particularizado de cada MDC, señalando algunas deficiencias características localizadas en una muestra estudiada:

1) RADIOMODULOS:

-Formato: en su presentación introducen una inútil sugerencia que incluso puede producir resistencias ("Antes de empezar...desanse...concéntrese...escuche...imagine...asimile..."); los contenidos de enseñanza se subordinan a la dramatización, con consecuencias inadecuadas: al pretender ser graciosos resultan infantiles y simplones; por su pretención efectivista (que sucedan hechos que llamen la atención) se vuelven irreales y trivia-

lizadores.

-Producción: en algunos radiomódulos el narrador se pierde; las voces se confunden; la música resulta reiterativa, descontextualizada y de baja calidad artística.

-Contenidos: muchos contenidos no se prestan a ser desarrollados en los radiomódulos (esto es patente en temas de física, química, matemáticas, y algunos de ciencias sociales); no hay una contextualización y la secuencia se pierde, de modo que el desarrollo temático no es claro, por lo que casi no tienen conclusiones. De hecho, siempre importa más la historia narrada (drama-comedia) que los contenidos, los cuales se convierten en meras referencias periféricas o en "cápsulas informativas".

-Sugerencias: los audiomódulos se prestan a ser usados en materias del Área de Lenguaje y Comunicación: en idiomas, audiocuentos, expresión oral, medios radiofónicos, etc.; pero resultan totalmente inadecuados para temas de Ciencias Naturales y Sociales (y mucho menos si se refieren a experimentos, como se hicieron algunos en el C.B.).

2) TELEMÓDULOS:

-Formato: tienen en su presentación la misma inútil sugerencia señalada anteriormente (aumentada con círculos concéntricos moviéndose!); igualmente, los contenidos de enseñanza se subordinan a la dramatización, con las mismas consecuencias inadecuadas: lo humorístico desvirtúa el sentido educativo, en su afán de hacerlo entretenido resultan superficiales.

-Producción: se hizo con pocos recursos (escenografías simples, con un pobre archivo de imágenes, etc.); sus locaciones fueron

interiores o parques principalmente; participaron pocos actores profesionales, la mayoría eran improvisados.

-Contenidos: También en éstos importa más la historia narrada que los contenidos de enseñanza, con las consecuencias apuntadas (triviales e irreales), de modo que la secuencia educativa se pierde y no se arriban a conclusiones claras ni, mucho menos, se globaliza.

-Sugerencias: en los telemódulos se pueden desarrollar casi todos los temas, con la condición de aprovechar adecuadamente el lenguaje visual para hacer atractivos muchos contenidos educativos.

3) TELEPRACTICAS:

-Formato: en su presentación tienen la misma inútil sugerencia casi hipnótica; son más narrativas que descriptivas, desperdiçando el lenguaje visual del video; se habla mucho, simplificando hasta banalizar los contenidos, con un ritmo lento que las vuelve pesadas y aburridas -y no ilustrativas e interesantes.

-Producción: se hacen en los laboratorios (sin utilizar archivos de imágenes), con algunas ilustraciones animadas y el material del propio laboratorio. Sin actores profesionales.

-Contenidos: en los hechos se convierten en una clase de laboratorio televisada, sin la interacción que existe con los alumnos (preguntas y aclaraciones) ni la práctica del estudiante. No se aprovechan los recursos del medio y se limita a ilustrar un contenido de las materias de Ciencias Naturales.

-Sugerencias: no debieran plantearse para sustituir la práctica del laboratorio por parte de los alumnos; sin embargo, pueden servir para ilustrar el manejo de técnicas, instrumentos o apli-

caciones prácticas de conocimientos teóricos.

Conclusiones:

1) Los MDC se hicieron siguiendo las orientaciones didácticas de la tecnología educativa, por lo que resultan obsoletos y requieren ser actualizados considerando las Líneas para la práctica educativa y el Modelo Educativo del SEA y del CB.

2) Los MDC son requeridos y valorados por los usuarios no obstante que no son promovidos, que se les asigna una función marginal y que la mayoría los considero malos. No basta con actualizarlos dentro de las innovaciones didácticas del Colegio, es necesario promover su uso, darles una función y un sentido más relevante y mejorar su concepción y producción.

3) Los MDC desaprovecharon las potencialidades educativas de los medios comunicativos, se hicieron sin considerar la adecuación entre el tema y el medio comunicativo, recayendo en los errores de muchas clases tradicionales: verbalistas, superficiales, unidireccionales y fomentando la mera recepción pasiva del contenido de aprendizaje, fragmentado y fuera de contexto. Los nuevos Materiales de Comunicación Educativa deben aprovechar al máximo los recursos y lenguajes que posibilitan el uso de los medios de comunicación en la escuela, superando los vicios de la enseñanza tradicional.

4) Los MDC hicieron un uso incorrecto del formato de la dramatización, trivializando los temas; existieron carencias en su producción y no se valoró suficientemente la relación entre el tema y el medio comunicativo. Los Materiales de Comunicación

Educativa deben clarificar el tipo de programas, de materiales, de formatos y géneros que se usarán para así ampliar la gama de posibilidades; se requiere asimismo definir de entrada la adecuación entre tema, por un lado, y el programa, el medio comunicativo o material, el formato y el género, por otro.