



Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

ISSN: 1405-2210

januar@ucol.mx

Universidad de Colima

México

Delgado, Manuel

Reseña de "Sociología de la comunicación de masas" de Miquel Moragas Spa.(ed.)

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. I, núm. 1, 1986, pp. 178-183

Universidad de Colima

Colima, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31610108>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

sus (determinadas) funciones sociales.

3) Analiza cómo median las instituciones (cognitiva y estructuralmente) entre "el acontecer y su conocimiento por vía comunicativa".

4) Establece los principios metodológicos para analizar las dos dimensiones que hipotéticamente cubren las funciones de los medios: la mitificación, a través de la mediación cognitiva, y la ritualización, a través de la mediación estructural.

5) Explicita cómo aplicar tales principios metodológicos al análisis de productos comunicativos concretos, en su caso, prensa y televisión españolas ante el cambio sociopolítico del franquismo al "postfranquismo".

Para *Martín Serrano* los medios de comunicación masi-

va participan en la mediación social "cuando la institución mediadora u otros actores sociales (agencias de noticias, censores, etc.) seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos (pág. 67) capítulo dedicado a la mediación asociada siempre al cambio social.

"*La Producción de Comunicación Social*", Martín Serrano, Manuel. CONEICC, México, 1985, pp. 100. Se encuentra a la venta en las escuelas miembros del CONEICC.

Consejo Nacional para la Enseñanza y la investigación de las Ciencias de la Comunicación. Lic. Raúl Fuentes Navarro. ITESO, Ciencias de la Comunicación. Apdo. Postal "Niños Héroes No. 1341-8". Tel. 31-13-53 ext. 131. Guadalajara, Jalisco.

#### SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACION DE MASAS

De Moragas Spa. Miquel (ed.)

#### IV.— NUEVOS PROBLEMAS Y TRANSFORMACION TECNOLÓGICA.

Editorial G. G. Colección Mass Media. Barcelona, 1985.

*Miquel de Moragas*, en la presentación del cuarto tomo de la Sociología de la Comunicación de Masas, hace hincapié en las transformaciones, enfocando los documentos expuestos hacia la reflexión crítica.

El primer trabajo, "introducción: transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la

noción de ámbito comunicativo".

La revisión de las tipologías es necesaria para construir una teoría relacionada con "la democratización de las comunicaciones".

De Moragas, hace referencia a las teorías desarrolladas en Norteamérica antologadas en los tomos anteriores.

Con la transformación de los medios, las nuevas tecnologías van a influenciar el sistema comunicativo —los satélites y la fibra óptica— responden a amplios campos de acción, tanto a nivel transnacional y local.

La antigua acepción —comunicación de masas— ya es obsoleta para establecer la tipología de los modernos medios de comunicación.

Ánnota Moragas que a partir de la evolución histórica de los medios audiovisuales es posible encontrar su transformación y articulación en el sistema social.

En los inicios de los ochentas, los satélites van a crear ámbitos comunicacionales instantáneos lo que posibilita otros modelos informativos.

Para alcanzar una política democrática de comunicación, es necesaria la movilización de las asociaciones vecinales, las experiencias del video comunitario que "los medios se vuelven instrumentos de activación de la propia organización".

Moragas analiza la propuesta de Tomita -1980- sobre los ámbitos *megacomunicación*, *macrocomunicación*, *mesocomunicación* y *microcomunicación*, señala que resultan intentos insuficientes para explicar la experiencia social, ya que de lo que se trata es lograr la democratización de la comunicación y ello exige la mediación entre los niveles comunicativos y la organización social.

Las innovaciones comunicativas están en relación con las tecnologías informativas. Daniel Bell en "*la telecomunicación y el cambio social*" describe en forma sintética el desarrollo del lenguaje, la escritura y la imprenta para llegar al planteamiento de la telemática/comunicaciones. Esta es una nueva tecnología que ha venido a revolucionar las sociedades.

Bell ubica a la telemática como punto crucial de la sociedad post-industrial y añade que el estado es incapaz de resolver

los problemas que surgen de la sociedad post-industrial.

Explicando sus teoremas, Bell llega a establecer cómo la centralización aborda la cuestión de las decisiones militares.

La tecnología se inmiscuye ya, y más que nunca, en la vida de los individuos la posibilidad de suprimir o acrecentar las libertades, depende del uso que la comunidad haga de esas tecnologías.

Giusseppe Richeri, señala en "*Las nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masas*" que hasta finales de los setentas el modelo de las comunicaciones de masas no había sufrido modificaciones importantes; es hasta los ochentas cuando los cambios se suceden, poniendo a discusión el caso de la televisión y su pérdida de identidad debido a la industrialización y satelitización de las comunicaciones.

Explica el caso de la televisión por cable en Francia e Inglaterra donde la innovación tecnológica es la principal preocupación.

En otro orden de ideas, Richeri expone cómo los usuarios de resultantes tecnológicos se vuelven consumidores de video-cassettes, videodisco y videotextos, entre otros.

En varios países europeos, los usos de la televisión cambian de organización, abandonando el control político por el que dicta la comercialización con la multiplicación de canales televisivos que diversifican a los públicos, manifestándose, así un fenómeno del hábitat cultural sostiene Richeri.

*"Veintitrés notas para un debate político sobre la comunicación".*

En el documento incorporado al libro son precisamente veintitrés planteamientos concretos de los belgas Armand Matterlart y de Jean-Marie Piemme, dramaturgo e investigador, sobre las series televisivas francesas y norteamericanas.

Marcial Murciano colabora con un texto intitolado *"El Debate sobre la Circulación Internacional de la Comunicación"*.

Centrando su interés en las relaciones transnacionales de producción, circulación, difusión de la información y de la comunicación, el Profesor Murciano describe el génesis del "nuevo orden internacional de la información".

En forma ordenada y haciendo referencia a los documentos más significativos que sobre el tema se han redactado desde 1968 a ésta; el "informe Mac Bride" del que por cierto, cuestiona su elaboración debido a la escasez de propuestas posteriores a dicho informe, por eso los países del tercer mundo siguen el "debate sobre la estructura del poder transnacional".

*"Políticas de comunicación un reto actual"* de Enrique Bustamente Ramírez y *La Comunicación Política Moderna entre Partidos de masa y mass-media* de Giorgio Grossi.

Moragas inserta en el libro un texto importante para los latinoamericanos, escrito por el especialista en cultura popular de la Universidad de Cali, Jesús Martín Barbero.

*"Comunicación, pueblo*

*y cultura en el tiempo de las transnacionales"*.

La teoría informacional al irse apropiando de la actividad comunicacional muestra su alejamiento ya que "el modelo informal no es capaz de dar cuenta de los procesos sociales de comunicación".

Mientras que la teoría informacional supone dejar de lado la significación, se da un "impasse profundo al análisis marxista". Así como del lado semiológico se intensifica la búsqueda de la validación científica son algunos de los presupuestos de Martín Barbero.

La comunicación desde lo popular, tema que explica a "lo popular como ese —lugar— desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación".

Planteado claramente, Martín Barbero aporta nuevas formas para la comprensión de lo popular y sus relaciones con la comunicación. —

*"Delimitar la investigable en comunicación a partir del aquí y el ahora de América Latina"* parece una sentencia, sin embargo es urgente establecer esa delimitación para evitar tantos teoricismos enunciados a propósito de lo popular.

"Replantear la valoración del populismo" es importante para ubicarlo como objetivo de estudio como —experiencias de clase que nacionalizó las grandes masas y les otorgó ciudadanía.

Cierra Martín Barbero su trabajo con los "usos populares de lo masivo" entre la refuncionalización y el rediseño.

Por último Emilio Prado

Pico, profesional de la Radio y profesor de Radiodifusión en la Universidad Autónoma de Barcelona aporta "*La comunicación alternativa: Crisis y transformación*". La experiencia europea.

El autor de este artículo define a la comunicación alternativa como "un proceso que permite una inversión de signos respecto a la comunicación dominante".

Prado Pico sintetiza el planteamiento brechtiano y señala "la necesidad del cambiar la unilateralidad y verticalidad del proceso comunicativo clásico". De vuelta a la sociedad post-industrial, se ponen de manifiesto los conflictos y las derivaciones que de ellos emanan.

Prado Pico propone nueve características del circuito que surge del centralismo del sistema de comunicación de los Mass-Media.

Las radios independientes de Italia, Francia y Alemania son consideradas exponentes de una comunicación alternativa en el medio radiofónico el caso Catalunya permite al lector comprender el vigoroso movimiento de las radios libres, 5 años de transmisión "más de cuatro mil horas transmisión cinco mil colaboradores en 103 radiodifusoras son una alternativa de comunicación".

Por lo que respecta a la televisión catalana como alternativa muestra avances que registran "medio centenar de emisoras locales de televisión en Catalunya" incluyendo las de carácter privado y las de iniciativa pública.

La mayoría producto de auto-construcción y baja potencia. La experiencia se puede resumir como "apropiación de la tecnología audiovisual que ayuda a la profundización de la democracia y defiende la participación popular en la vida pública.

#### "POLITICAS DE COMUNICACION: UN RETO ACTUAL"

Es un trabajo elaborado por Enrique Bustamente Ramírez, profesor de la Universidad Complutense de Madrid.

Hace ya casi quince años que la polémica en torno a las políticas de comunicación se desarrolla en el mundo, los organismos internacionales promueven estudios sobre el tema, los expertos opinan y los investigadores aportan resultados en torno a los sistemas nacionales e internacionales de comunicación. Bustamente Ramírez señala dos problemáticas claves en torno a este tema:

"La del acceso-participación de todos los sectores sociales a la comunicación en cada país, y la del reequilibrio de los flujos informativos en el campo internacional".

Es atinada la observación del autor al destacar a América Latina como "región piloto" donde "la inexistencia de una planificación global de comunicación aun con la presencia generalizada de políticas parciales en uno u otro sentido".

La comunicación y sus

prácticas también se relaciona con la política y la economía, situación que el autor nos recuerda y que según sus puntos de vista, al no tomarse en cuenta se impide la propia transformación de la comunicación.

Las desigualdades comunicativas en los países en desarrollo surgen de los desequilibrios y dominaciones económico-políticas; situación que involucra —la presunta neutralidad del Estado— en las políticas nacionales de comunicación. Sobre los países del tercer mundo Bustamante Ramírez plantea dos interrogantes acerca de la comunicación. “Su planificación y ejecución, verticales y burocráticas, apartadas de toda participación activa de los sectores informativamente desposeídos”. Y “la —nacionalización— de la cultura transnacional”.

Sobre el proceso acceso-participación, el reto de la investigación se ubica en “la planificación y las ilusiones defraudadas por los medios alternativos”.

En torno a los países europeos se afirma que “aún hoy, muchas instancias europeas reaccionan frente a nociones como el reequilibrio informativo, la soberanía cultural o la cooperación horizontal, como si fueran concepciones exclusivas de los países subdesarrollados, sin encaje alguno en la riqueza comunicativa y cultural de nuestros países”. También en los países desarrollados las políticas de comunicación han obtenido “pobres resultados cuando no a efectos contrarios a los fines perseguidos”. La visión economicista ha provocado consecuencias indeseables en el pleno cultural—.

Sin embargo, Bustamante Ramírez destaca la planificación de comunicación y la estrategia nacional de la radiodifusión canadiense, donde se considera tanto a lo económico, como a lo cultural.

Como aportaciones desde el desarrollo se señala la urgencia de —elaborar un nuevo corpus teórico capaz de enfrentar la transformación auténtica de las estructuras comunicativas.

“La comunicación institucional, adquiere también nueva importancia y renovados problemas”. Lejos de confundirse con la propaganda gubernamental, “la comunicación institucional apunta hacia la información necesaria para una participación crítica de los ciudadanos”.

“La problemática tiende a extenderse a los intercambios sur-sur, aqueja a las políticas de comunicación —y a las culturales y económicas—.

*“LA COMUNICACION POLITICA MODERNA: ENTRE PARTIDOS DE MASA Y —MASS-MEDIA—”*

El ensayista de la Universidad de Turin, profesor Giorgio Grossi hace referencia a los partidos europeos de izquierda profundizando en la comunicación política, aportando diversos planteamientos para la comprensión del fenómeno sociopolítico. “Agregación, representación, decisión, gobierno, se hacen inconcebibles no sólo sin canales de comunicación, sino también sin estrategias informativas generales y opciones de verdadera política comunicativa”.

Para Grossi la comunica-

ción política es un proceso y para explicarla cita a Luhmann, 1975.

"La comunicación política es contemplada sobre todo como el resultado de un complejo proceso de transacciones que se manifiesta en un campo o ámbito específico caracterizado por las interrelaciones estables entre dos subsistemas: los partidos políticos y los mass media".

Grossi se remonta a los primeros estudios sobre política y comunicación para ir explicando la función de los medios masivos y la caracterización de la comunicación política.

Grossi describe tres modelos de comunicación política:

A) Marketing político. Donde "las estrategias empleadas . . . escapan a un control directo de la forma-partido: sondeos de opinión para descubrir orientaciones y aspiraciones; utilización de expertos para estudiar la correspondencia del producto a los objetivos propuestos; preparación atenta de las performances televisivas y públicas; utilización explícita de publicidad política".

B) Modelo difusivo de la información política.

Basado en los estudios del sociólogo norteamericano

—Chafec, 1975— Grossi destaca "la importancia de estrategias comunicativas más complejas y participadas con objeto no tanto de conseguir el mayor número de votos, sino de elevar los niveles, informativo-cognoscitivos de los ciudadanos-electores y por tanto de aumentar la funcionalidad del partido político".

C) Modelo de la comunicación política. Como —tematización— para el tercer modelo Grossi trabaja en las aportaciones de —Luhmann— donde existe la posibilidad de integrar de forma equilibrada tanto lo específico "de los mass media, como las exigencias de los partidos políticos, que pueden ser interpretadas— en este marco de referencia— como predominantemente orientadas a hacer aparecer, en la definición pública de los problemas y de los procesos sociales, el propio punto de vista o la propia línea".

Termina el autor opinando sobre la situación de los partidos políticos en Italia, enumerando la problemática a que se enfrentan principalmente el Psi y el Pci. Señalando que para los partidos de izquierda en Italia, una nueva teoría de la comunicación política es un núcleo importante, pero difícilmente soslayable.

AVANCES DE  
INVESTIGACION No. 3.  
VALORES NOTICIOSOS

Programa Culturas Contemporáneas Gabriel G. Molina.  
Centro Universitario de Investi-

gaciones Sociales de la Universidad de Colima.

Editado por la Coordinación General de Comunicación Social en febrero de 1986.

Con la edición de *Valores Noticiosos* el Centro Universi-