

# **COMUNICACIÓN Y VIDA 2**

Manuel de Jesús Corral Corral



# CONTENIDO

## PRESENTACIÓN

## SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

### **PRIMERA UNIDAD. COMUNICACIÓN MASIVA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

*Primer aprendizaje. Conoce el programa de la materia y su relación con el Taller de Comunicación I* **17**

*Segundo aprendizaje. Identifica las características de la comunicación masiva a partir de los elementos que la constituyen, para que valore las posibilidades políticas, culturales y educativas de los medios* **19**

Texto 1. Concepto, elementos y características de la comunicación masiva **20**

*Tercer aprendizaje. Valora los medios en su contexto histórico como actores de la realidad social, reconociendo su impacto en los procesos culturales y en la formación de la opinión pública* **39**

Texto 2. La comunicación masiva en el contexto global y opinión pública **39**

### **SEGUNDA UNIDAD. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES**

*Cuarto aprendizaje. Reconoce los diferentes tipos de mensajes masivos a partir del análisis de sus características* **63**

Texto 3. Tipología de los mensajes de los diferentes medios **63**

*Quinto aprendizaje. Valora los mensajes a través del análisis de los elementos que lo constituyen* **89**

Texto 4. Elementos para el análisis de mensajes **89**

*Sexto aprendizaje. Realiza una lectura reflexiva y crítica de la imagen a través del análisis de sus elementos* **97**

Texto 5. La imagen visual en los mensajes **97**

### **TERCERA UNIDAD. MEDIOS Y CREATIVIDAD**

*Séptimo aprendizaje. Elabora mensajes creativos empleando recursos teóricos y técnicos a su alcance, y selecciona el medio adecuado para dirigirse a un público masivo* **125**

## 8 COMUNICACIÓN Y VIDA 2

- Texto 6. Medios y creatividad **125**  
*Octavo aprendizaje. Valora los usos de internet para ampliar sus conocimientos mediante la selección adecuada de sus mensajes* **129**  
Texto 7. Internet **129**

## CONCLUSIONES

## APÉNDICES

- Apéndice 1. Elementos comunes para el análisis de mensajes masivos **145**  
Apéndice 2. Elementos para la elaboración de un periódico mural **147**  
Apéndice 3. Elementos para la elaboración de un periódico escolar **149**  
Apéndice 4. Elementos para la elaboración de un programa de radio **155**  
Apéndice 5. Elementos técnicos para la elaboración de un video **158**  
Apéndice 6. Videos sugeridos **162**

## BIBLIOGRAFÍA

## TERCER APRENDIZAJE

### Valora los medios

**en su contexto histórico como actores de la realidad social, reconociendo su impacto en los procesos culturales y en la formación de la opinión pública**

#### TEMÁTICA

**Comunicación masiva y opinión pública**  
**Procesos de formación de la opinión pública**  
**Líderes de opinión**  
**Sondeos de opinión**  
**El rumor y su proceso de formación**

#### ACTIVIDAD 1.9

- a) Conforma un equipo de trabajo de cuatro miembros para leer el siguiente texto y extraer de él la información clave. Al término de la lectura tales elementos te servirán para redactar un ensayo breve.

#### TEXTO 2

### LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL CONTEXTO GLOBAL Y OPINIÓN PÚBLICA

En la presente etapa histórica, al amparo del capitalismo neoliberal, los procesos económicos, políticos y culturales se han acelerado. Las fronteras geográficas y culturales de los Estados-nación pareciera que tienden a desaparecer. Hay nuevas formas de producir y concebir el espacio y el tiempo. El mercado mundial desterritorializa la producción de bienes materiales y simbólicos, el dinero y los mensajes mismos. Los países fuertes económica y financieramente cuidan con celo sus fronteras geográficas y culturales. ¿Qué queda hoy de ellas, en cambio, en los países débiles? Algo todavía. Pero mirando al futuro, ¿qué quedará si la globalización sigue por esa misma vía y en esa misma tesitura mercantilista? Para éstos parece haberse debilitado lo atingente a “lo nacional”.

### Mediadización y mediatización en el contexto global

En todo ello, los medios juegan, en la actualidad, un papel destacado. La presencia de los medios electrónicos, y sobre todo a partir de la irrupción de las llamadas *Tecnologías para la Información y la Comunicación (TIC)*, en la vida cotidiana de los individuos y de las sociedades es avasallante. La comunicación masiva se ha hecho, ¿fatal e indisolublemente?, comunicación tecnológica. El inofensivo *diskman*, el *video* y ahora el *VCD* y *DVD*, el ubicuo *teléfono celular*, la imprescindible *computadora* y sus nexos con la *televisión*, etcétera, permiten navegar, por medio de *internet*, en el ciberespacio, pasearse por las autopistas de la información y conectarse a las grandes redes; han facilitado también la *interactividad*, de manera que, rompiendo las barreras del tiempo y del espacio, emisores y receptores pueden establecer entre sí cierto tipo de relaciones dialógicas. Ahora, por citar sólo dos ejemplos, se han vuelto comunes, en ciertos ambientes, las teleconferencias y el *chateo*.

No hay gobierno, por otra parte, que no esté preocupado por introducir en la educación escolarizada, en todos sus niveles, este tipo de tecnologías. Están presentes también en el hogar, en el trabajo, en los viajes de negocio y hasta de placer. Hay quienes encuentran difícil prescindir de esa tecnología. Ésta ha llegado a ocupar un lugar dentro del mismo cuerpo humano. Así por ejemplo, la compañía *Applied Digital Solutions* ha empezado a comercializar el *VeriChip*, un micro-transmisor que puede ser implantado en el cuerpo de los humanos para ofrecer información a su portador. Por eso se puede decir que con ella se ha iniciado un proceso de *mediadización*.

Por mediadización puede entenderse, entonces, el fenómeno por el cual los hombres y mujeres se ven rodeados actualmente, en su vida cotidiana, por las tecnologías para la comunicación, a tal grado que difícilmente pueden prescindir de ellas.

Ha de tomarse en cuenta, como ya se señaló, que debido a los condicionamientos a que están sujetos los medios y las nuevas tecnologías por causa del régimen de apropiación privada, y no estatal ni menos aún social, éstos tampoco cumplen hoy, como debieran, su papel de *mediación* entre los emisores y los receptores-perceptores.

A pesar de lo anterior, la mediadización, o sea, el uso de los medios y nuevas tecnologías no implica que los receptores-perceptores establezcan necesaria y fatalmente relaciones de *mediatización* frente a los mensajes. Puede suceder por ello que la mediadización se convierta en una real mediatización cuando los receptores-perceptores no interpongan entre ellos y el medio las mediaciones necesarias (educativas, ideológicas, culturales, religiosas, etcétera) para recibir-percibir personalizadamente los mensajes y estar en posibilidad de decodificarlos. Pero esta mediati-

zación no es nunca una fatalidad. El receptor-perceptor conserva siempre algo de su *conciencia de sí mismo* frente a los mensajes que le llegan por distintas vías.

Por mediatización puede entenderse el fenómeno por el cual el ser humano que utiliza las tecnologías para la comunicación es llevado fatalmente a pensar y comportarse de acuerdo con las intenciones de los emisores de los mensajes mediáticos.

Es posible afirmar, por consiguiente, que la mediadización de los seres humanos es hoy un hecho irrefutable. La mediatización, por el contrario, puede presentarse o no, dependiendo de la acción o no acción de las mediaciones de que echen mano los receptores-perceptores. Los medios tienen poder, pero no todo el poder.

Los procesos de mediadización y relativa mediatización se enmarcan hoy en el proceso más amplio denominado de *globalización*. El sociólogo culturalista Néstor García Canclini define la globalización de la siguiente manera:

Conjunto de procesos de homogeneización y, a la vez, de fraccionamiento articulado del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas (G. Canclini, 1999: 49).

La globalización tiene efectos políticos, económicos y culturales adversos a los seres humanos. En la globalización realmente existente, conocida hasta hoy, todos son llamados a integrarse a ella pero, en la práctica, pocos son los escogidos que pueden disfrutar de sus beneficios. En otros términos: muchos son los excluidos, pocos los incluidos. Se ha vuelto un "objeto evasivo e inmanejable" con el consiguiente "difuso malestar" (G. Canclini, 1999: 23) en tanto "miedo al otro, a la exclusión y al sin-sentido" (G. Canclini, 1999: 11). Eso hace que aparezca como un *estado de ánimo* de desengaño y desilusión.

Atribuible al proceso de globalización es, por consiguiente, el proceso de alta concentración de la industria cultural. Sólo para dar una idea de esa alta concentración, ofrezco algunos datos: 1) de las 50 grandes empresas ligadas a la comunicación que operaban hace 15 o 20 años en Estados Unidos de Norteamérica, hoy, mediante compras o megafusiones, dominan el mercado sólo ocho de ellas. 2) 90 por ciento de los flujos informativos siguen siendo dominados hoy por los países del norte, sobre todo por aquellos que integran la tríada: Estados Unidos de Norteamérica, Japón, Unión Europea. 3) 90 por ciento de las computadoras en el mundo trabajan con el programa Windows del magnate Bill Gates, quien calculaba obtener el año 2000, una ganancia segura de 35 mil millones de dólares al colocar en el mercado la versión Windows 2000 para sustituir al Windows 98 y 95.

¿Témpano inquebrantable esta proeza de concentración privatizadora? "¿Progreso de un mundo administrado por una policía del pensamiento... " o "... posibilidad de un condicionamiento sutil de las mentes a escala planetaria?" (Ramonet, 1998: 11). En otro lugar, este mismo autor, al referirse a la nueva economía, señala:

Se considera que la cantidad de usuarios de Internet, calculada en 142 millones en 1998, debiera alcanzar de aquí al 2003 los 500 millones... La gran batalla futura enfrentará a las empresas estadounidenses, europeas y japonesas por el control de las redes, el dominio del mercado de imágenes, datos, sonidos, consolas de juego, en suma, de los contenidos. Pero también y sobre todo por imponerse en el comercio electrónico. Internet se ha convertido en una enorme galería comercial. Embriionario en 1998, con apenas 8 mil millones de dólares de intercambios, el comercio electrónico debiera alcanzar los 40 mil millones en el año 2000 y superar los 80 mil millones en 2002 (2002: 22).

Las intenciones y el avance en esa dirección parecen ser un hecho, ¿logrará imponerse cabalmente? A pesar de lo anterior parece que, al menos por ahora, no.

Desde siempre, al ir apareciendo los medios, pero sobre todo a partir de la década de los setenta, del siglo pasado, los individuos, grupos, sectores y clases sociales excluidos de medios y nuevas tecnologías han advertido una realidad: es preciso liberar los medios para que, en cumplimiento de sus potencialidades comunicativas, sirvan justamente para que los seres humanos se comuniquen más y mejor de manera horizontal, esto es, dialógica, simétrica y libre. El premio Nobel de literatura José Saramago expresa lo anterior en los siguientes términos:

Internet es una tecnología que en sí no es ni buena ni mala. Sólo el uso que de ella se haga nos guiará para juzgarla. Y por esto es que la razón, hoy más que nunca, no puede dormirse... (Saramago, 2002: 10).

Y más adelante agrega:

La información nos vuelve más eruditos o sabios sólo si nos acerca a los hombres. Pero con la posibilidad de acceder de lejos a todos los documentos que necesitamos, el riesgo de deshumanización aumenta. (Saramago, 2002: 11).

En torno a esta constatación, esos individuos, grupos, sectores y clases sociales han emprendido acciones contra la globalización comercial y están aglutinados en el movimiento social mundial mal llamado globalifóbico. Éste, en efecto, no se opone a la globalización en cuanto tal, sino a la globalización *realmente existente*, de carácter imperialista, es decir, aquélla que se limita a globalizar sólo el comercio y las finanzas. Este movimiento social mundial pugna por globalizar también ciertos valores humanos tales como: a) la *heterogeneidad cultural* de los sujetos que participan en los procesos sociales; b) el valor de la *ciudadanía*

cuyo derecho debe reconocerse y respetar a todo ser humano; c) el valor de la *comunicación horizontal* con el que se relacionan los integrantes de cada grupo y entre un grupo y otro; c) el valor del *internacionalismo* dado que los efectos negativos de la actual globalización comercial no conoce fronteras y afecta a todos por igual.

Vistas las cosas desde el ángulo de la cultura, este capitalismo globalizado y cargado de la cultura occidental sale, muy a su pesar, al encuentro de otras culturas. Y si no sale al encuentro, sí tiene que vérselas con ellas. En el primer caso, bien lo señala José Joaquín Brünner cuando escribe:

En efecto, ocurre que el capitalismo sale al encuentro de las polis y las culturas nacionales y locales, y las transforma de variadas maneras, pero sin suprimirlas o disolverlas en el espacio virtual de una civilización mundial. Al mismo tiempo también él es 'colonizado' por ese proceso de diversas formas y con resultados que admiten diferentes 'lecturas' \* (Brünner, 1999: 169)

Una de las principales demandas de los grupos que conforman el movimiento social mundial —contra la globalización sólo en el comercio y las finanzas— ha sido la democratización de los medios y nuevas tecnologías. Según lo expresado en la cita anterior, con el uso que hacen de estos instrumentos han logrado interaccionar a partir de la formación de grandes *redes*. Esto les ha permitido realizar actos tales como las manifestaciones masivas por la paz: *No en nuestro nombre*, que tuvieron lugar el 15 de febrero de 2003 en las principales ciudades del mundo y la puesta en escena de la obra de Aristófanes, *Lisístrata*, el 3 de marzo del mismo año. En este sentido, las nuevas tecnologías están sirviendo no sólo para vender mercadería, sino también para promover valores universales.

A pesar de ello, la liberación de los medios, y ahora de las nuevas tecnologías, ha sido, hasta hoy, una promesa incumplida. Habrá que continuar con la exigencia de su democratización.

#### ACTIVIDAD 1.10

- a) Es conveniente hacer un alto en la lectura. A partir de los puntos del esquema siguiente elabora con tus compañeros de equipo un ensayo breve que tenga introducción, cuerpo y conclusiones. En la introducción deben expresar, en uno o dos párrafos, el propósito de la escritura, el acercamiento al tema y la organización que seguirán en la redacción; en el cuerpo del texto se desarrollarán

\* Sobre este punto me permito remitir al lector a mi libro *La comunicación y sus entramados en América Latina*, Plaza y Valdés, México, 2003. Me extiendo ahí sobre el tema de la aparición y el desarrollo de nuevos mestizajes culturales a raíz de la globalización, cuyos instrumentos de difusión más eficaces son los medios y las nuevas tecnologías.

los aspectos indicados en la introducción de manera organizada y argumentada. Los párrafos finales los destinarán a recapitular las ideas relevantes que se presentaron en el acercamiento al texto.

Procuren que el ensayo sea original (esté redactado con sus palabras) y comprensible (redacción clara y concisa y ortografía correcta).

### COMUNICACIÓN MASIVA EN EL CONTEXTO GLOBAL

- Medios y modificación de las fronteras geográficas y culturales.
- Mediadización y mediatización.
- Concentración de la industria cultural.
- Resistencia a la globalización realmente existente.

### PARA UNA VIDA HUMANA Y HUMANIZADA

- Lo más importante es la **COMUNICACIÓN**
- Dar más importancia al conocimiento de los medios es esconder el problema real de su *uso* y de sus responsables.

### ACTIVIDAD 1.11

- a)** Por lo que recuerdas de los semestres anteriores y por el contacto cotidiano que has tenido con ella, deduce cuál de los siguientes enunciados definirían de mejor manera a la opinión pública y por qué.
- a. Tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que le reporten interés.
  - b. Comunicación política
  - c. Juicio o punto de vista que se hace público a través de algún medio de comunicación de masas y que expresa el sentir y el interés de un sector de la sociedad, ya sea que se trate de un grupo de poder político o económico o de alguna fracción dentro de la sociedad.
- b)** Continua la lectura para saber si tus predicciones coinciden con la definición del autor.

### LOS MEDIOS Y LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Los conceptos mediadización y mediatización se refieren a las repercusiones de los medios y tecnologías digitales en la sociedad. De muchas formas estos inciden en la formación y en la orientación de la *opinión pública*. Este concepto está ligado, a su vez, con otros conceptos que es necesario tomar en cuenta para darle claridad. ¿Qué es la opinión pública?

Más que una definición lo que se requiere es tener una idea clara que permita despejar el concepto. Por eso haremos aquí, en grupo, un ejercicio de memoria e imaginación por medio del texto siguiente:

## DIEZ ADIVINANZAS Y UNA RECAPITULACIÓN TEÓRICA

*Argumento:* de cómo un señor enojón y una señora que se ha puesto exigente, porque así se lo piden muchos jóvenes, tienen una hija natural que reclama a aquél respeto a unas chiquillas y chiquillos, hijas e hijos, aquéllas de una señora violada y éstos de otra señora generosa, y cómo la señora exigente lucha por cultivar una tierra para que ese respeto sea posible y cómo la hija natural se vale de unos parteros y parteritos para cumplir su cometido.

### Un señor enojón

Es un *señor enojón, aoso y regaón* cuya infancia se pierde en el tiempo. Nació para regular la vida en común. Por lo general ha actuado de forma autárquica y autoritaria. Por lo general es el único que toma decisiones porque tiene *poder* político.

Actualmente este señor enojón está siendo muy cuestionado. Para dar la impresión de que sabe escuchar lo que piensan y quieren los otros aplica ciertas técnicas. Éstas no recogen esos pensamientos y quereres, sino que lo que ese señor escucha es el eco de regreso de su propia voz.

- ¿Cuál es el nombre y apellidos de ese señor enojón?: **Estado Autoritario o democrático.**
- ¿Cuál es el nombre y apellidos de las técnicas utilizadas por el señor enojón?: **Sondeos de opinión.**

### Una señora exigente

Frente al señor Estado está una *señora exigente* que forma con él un matrimonio mal avenido. Se dice que por el machismo del señor Estado estuvo dormida por mucho tiempo. Sus derechos eran violados.

En muchas ocasiones esta señora fue duramente reprimida por el señor a quien con frecuencia le levantaba la voz. Ahora ella está logrando organizar a todas sus fuerzas. Lucha por llevarse bien con su esposo Estado. ¿Lo logrará? Tiene gran potencial, pero con frecuencia se desinfla y permite que el tejido social se descomponga.

- ¿Cuál es el nombre y apellido de esa señora?: **Sociedad Civil.**