



# 11

---

Fecha de presentación: enero, 2017

Fecha de aceptación: abril, 2017

Fecha de publicación: junio, 2017

## INFLUENCIAS DEL SURGIMIENTO DE LA TELEVISIÓN EN LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

## INFLUENCES OF THE BEGINNING OF TELEVISION ON THE COMMUNICATION THEORY

MSc. Dagmara Barbieri López<sup>1</sup>

E-mail: [dagmara@enet.cu](mailto:dagmara@enet.cu)

<sup>1</sup> Universidad de Cienfuegos. Cuba.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Barbieri López, D. (2017). Influencias del surgimiento de la televisión en la teoría de la comunicación. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 2(1), 88-97. Recuperado de <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

### RESUMEN

Pretendemos abordar la influencia del surgimiento de la televisión en la Teoría de la Comunicación y enfatizar en la evolución de ambos fenómenos en los noventa, época de turbulencias sociales que resultaron benéficas para las ciencias sociales en Cuba y América Latina. En esta investigación de corte comunicológico, emprenderemos una compilación de averiguaciones sobre el progreso de la comunicación y la televisión en nuestro continente, así como la influencia del medio televisivo en los paradigmas de la recepción activa. Abordaremos primero el contexto histórico que determinó el surgimiento de la Teoría de la Comunicación con un modelo transmisivo, luego el surgimiento de la televisión dentro de ese modelo y cómo evolucionó hacia estudios integrales de audiencia, también los aportes de estudiosos latinoamericanos a ese despliegue. Profundizaremos además en todos los antecedentes y avances, en el conjunto de reflexiones que constituye la Teoría de la Comunicación, desde el surgimiento de los medios de comunicación de masas en la década de 1920.

### Palabras clave:

Comunicación, televisión, Cuba, comunicación de masas, noticias, información.

### ABSTRACT

We intend to analyze the influence of the beginning of Television on the theory of Communication and emphasize on the evolution of both phenomena during the 1990s, a time in which there were a lot of social disturbances that positive affected the social sciences in Cuba and the whole Latin America. Through this research, which has a communicative approach, we will use a compilation of findings about the progress of communication and television in our continent, as well as the impact of the TV media in the paradigms of the active reception. First, we will deal with the historic context that determined the appearance of the communication theory with a broadcasting model. Then, we will discuss on the beginning of television following that same model and how it upgraded to comprehensive audiences studies. We will also point out the findings of Latin-American scholars to this evolution and we will search about the history and the advances of all the reflections that constitute the Communication Theory since the beginning of the mass media during the decade of the 1920s.

### Keywords:

Communication, television, mass communications, news, informations.

## INTRODUCCIÓN

La Teoría de la Comunicación constituyó su objeto científico de estudio en el siglo XX. En la primera mitad de esa centuria trató de ser explicada desde diferentes perspectivas: física (Shannon), sociolingüística (Saussure) o en el campo de la comunicación de masas. Piñuel (1989), agrega que solo el modelo creado por Serrano reconoce la intervención del hombre en el proceso comunicativo y advierte que los receptores son activos acorde con sus capacidades, experiencias y hábitat.

Tal desplazamiento teórico es la raíz de un giro al sujeto en los procesos de comunicación. Luego con la entrada impenetrable de la imagen en la civilización se alteran los patrones de la comprensión de la realidad y por consiguiente, de los comportamientos del hombre. Pretendemos hacer un estudio valorativo de la incidencia de la consolidación del medio televisivo en la comunicación. Esta última es una ciencia muy joven, creada como punto de convergencia de intereses y originalidad de esos tiempos. Como ese interés generalizado no es aval, hoy se redoblan los esfuerzos por establecer sus cimientos, por lo que los estudios comunicológicos son importantes. Recoceremos que entre las relevantes tendencias actuales se enmarca el pensamiento comunicológico en América Latina y en la década de 1970, con la consolidación de la televisión como medio hegemónico, las investigaciones en comunicación fijan su mirada en este medio.

La investigación ha sido viable porque existe la bibliografía necesaria. El vigor creativo de nuestro continente y específicamente los estudios de audiencias televisivas están recogidos en descripciones ricas como las de Piñuel (1989); Medina (2005); Vidal (2006). Nos proponemos determinar cómo influye la consolidación de la televisión en la Teoría de la Comunicación y la Comunicación de masas en los años 90, hasta la actualidad. Asimismo: Caracterizar el contexto comunicológico mundial en que surge la Teoría de la Comunicación, describir el escenario en que surge la televisión, detallar cómo el poder de la imagen revoluciona los estudios de recepción de los mensajes, sistematizar la influencia de las transformaciones del pensamiento social en la década de 1990 en la Teoría de la Comunicación y la televisión, así como establecer la importancia de los estudios comunicológicos latinoamericanos actuales.

## DESARROLLO

La génesis de los estudios de la comunicación de masas se ubica a partir de la década del veinte del pasado siglo en los Estados Unidos. Es en esa etapa cuando se produce la autonomía de la comunicación. Fue el boom de la radio con el impacto insuperable de romper con el paradigma de un soporte físico, pues la voz era invisible. Por estos tiempos surge también el cine sonoro (Vidal, 2006). Hay diversas corrientes y escuelas en el campo de la comunicación y en Norteamérica específicamente, una se basa en el estudio de los efectos como directriz principal de la investigación, estos tuvieron en sus inicios dos grandes momentos: Efectos Mágicos y Efectos Limitados.

Los efectos mágicos tuvieron su gran momento de los años 20 a los 40. En esa época los medios tenían gran fuerza, el mundo se recuperaba de la primera guerra mundial, había ocurrido el crack bancario, se veía venir otra guerra, inestabilidad social, la gente desconfiaba de las instituciones tradicionales como la iglesia, la escuela, entonces los medios nuevos como la radio no se veían culpables, todo el debilitamiento de las demás instituciones favoreció a los medios (Vidal, 2006). Precisamente en los años veinte y treinta fue la infalibilidad de los medios. Esto languidece en los cuarenta. En esa fecha Félix Lazarsfeld, físico, matemático y sociólogo investigó y concluyó que los medios de comunicación suman su influencia a otros, por tanto sus efectos son limitados por diferentes mediaciones como el contexto y los líderes (Vidal, 2006).

Posteriormente en los años setenta con la crisis de los paradigmas de las ciencias sociales se hacen aportes a la teoría de los efectos y se habla ya de una sedimentación de criterios en los receptores que posibilita hablar de efectos acumulativos o cognitivos. La teoría de los efectos mágicos tuvo sus raíces teóricas, *“una de ellas es el concepto burgués de sociedad de masas en el que el hombre aparece aislado, pobre en defensas ante el impacto de los medios, manipulable, pues sólo basta que el mensaje lo alcance para que se produzca el efecto de forma hipodérmica”*. (Vidal, 2006, p.16)

Por otra parte en la década de los cuarenta se hacen comprensiones más complejas. Los efectos limitados se nutren de la psicología experimental que centra su atención en las características psicológicas individuales y en los efectos persuasivos. Entre sus principales aportes figura el reconocimiento del papel del grupo y la existencia de líderes de opinión. Se le denomina teoría del doble escalón.

De esta forma se demuestra que los medios no operan en el vacío social, sino que funcionan en un entramado complejo de relaciones sociales. Además se constata que en el destinatario priman: El interés por el mensaje, la exposición selectiva, la percepción selectiva, pues según sus pautas perceptivas seleccionan o rechazan, además la memorización selectiva, esto último porque también los recuerdos se seleccionan de acuerdo a las afinidades. El modelo de los efectos fue el que más atención recibió y aún hoy mantiene vigencia, aunque desde diferentes puntos de vista.

Como vemos se producen importantes desplazamientos teóricos que indican un tránsito hacia el interés por el receptor. Algunos autores (Medina, 2005; Vidal, 2006) reconocen como principales corrientes:

1. La investigación de efectos.
2. La investigación de usos y gratificaciones.
3. Los estudios inspirados en las teorías estético-literarias.
4. Los estudios culturales.

## 5. Los estudios de recepción.

La investigación de Usos y Gratificaciones surgió con el pensamiento funcionalista de los años 40, es el primer modelo centrado en los estudios de recepción y concibe que el uso de los medios esté determinado por las necesidades de los individuos, tanto cognoscitivas, como afectivo-estéticas, integradoras a nivel de personalidad, a nivel social y necesidades de evasión.

El funcionalismo concibe el sistema social como un todo cuyas partes desempeñan roles de equilibrio, coexiste con el conductismo sin dificultad. No obstante aceleró el envejecimiento de la corriente informacional tradicional. Luego esta corriente fue retomada en los años sesenta y setenta de una forma más elaborada, pues los aportes de nuevas ciencias lo enriquecerían y podemos citar como trascendental la semiótica, ya que esta última reconoce la asimetría entre el receptor y el emisor. Por su parte, los estudios inspirados en las teorías estético-literarias surgen en los años setenta como reacción a la rigidez del estructuralismo y su matriz científica está bastante alejada de los estudios sociológicos, pues se centra más en lo que la lectura hace a los lectores que lo que los lectores hacen con la literatura.

Los estudios culturales y los estudios de recepción son los más modernos o vigentes. El primero de ellos tiene sus antecedentes en Gran Bretaña en los años cincuenta. Positivamente esgrime que la cultura está enmarcada en un contexto social global, pero no ve que se deriven de este. No obstante *“se abría así un enfoque nuevo en el estudio de la relación mensaje destinatario, el de los estudios de recepción. El análisis de la recepción aumentó de interés al observarse la manera activa y crítica en la que los espectadores establecen sus propias significaciones y construyen su propia cultura, en lugar de absorber de manera pasiva las formas predigeridas que le son propuestas desde los medios”*. (Vidal, 2006, p. 20)

Luego de los años setenta y ochenta con la crisis de los paradigmas de las ciencias sociales y el estremecimiento del pensamiento social, el campo de la comunicación comenzó a experimentar grandes transformaciones. Entonces nuevas directrices se tienen en cuenta: enfoque sociológico, multidisciplinariedad y cambio en la perspectiva temporal de la investigación. Entre esas tendencias actuales se enmarca el pensamiento comunicológico en América Latina, cuyo desenvolvimiento ha estado marcado por cruentos conflictos políticos.

En la década de los ochenta los nuevos aires políticos sacuden este continente que ya se va liberando de las dictaduras y antes del derrumbe del campo socialista las ciencias de la comunicación se ven conmocionadas y en esta crisis se inserta el cuarto momento, la visión de los problemas de la sociedad desde otro ángulo: la vuelta al sujeto. *“En el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquel, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca*

*más será única, se desprende de la intersubjetividad”*. (Matteralt, 1991, p. 15, citado por Vidal Valdés, 2006, p. 17)

Como hemos expresado en los años cuarenta nuevas ciencias enriquecen la teoría de la comunicación. Vale destacar en esa época el surgimiento de la Psicología Social y los aportes de su precursor el alemán Kurt Lewin<sup>1</sup>. La Teoría de Campo, formulada por Lewin, afirma que las variaciones individuales del comportamiento humano en relación con la norma son condicionadas por la tensión entre las percepciones que el individuo tiene de sí mismo y del ambiente psicológico en el que se sitúa, el espacio vital. Sus trabajos en el período inmediato a la Segunda Guerra Mundial son el origen de la Investigación-Acción, a la cual América Latina ha hecho grandes aportes a partir de la investigación educativa y la educación popular. Fue ese el antecedente de uno de los conceptos más importantes de esa disciplina en la contemporaneidad, el de la representación social y que en nuestro campo de estudio nos ayuda a comprender el proceso de recepción.

Las representaciones sociales *“son en primer lugar y sobre todo modos de reconstrucción de la vida social, el producto y el proceso de reconstrucción mental de lo real por un aparato psíquico humano con el concurso de otro. Algunos de ellos con representaciones de hechos, otros con representaciones de ideas. Los dos descomponen y recomponen su objeto”*. (Moscovici, 1986, citado por Vidal Valdés, 2006, p.93)

Esta comprensión compleja que interrelaciona la cultura y la subjetividad como mediadores de procesos comunicativos permiten dar cuenta de la realidad latinoamericana, diversa híbrida, contradictoria y de temporalidades históricas distintas. Esas interpretaciones ofrecen una base conceptual sobre la que fue erigiéndose el nuevo paradigma comunicativo en el que se establece, parece que definitivamente una concepción no lineal del proceso comunicativo, al evidenciarse estrategias de recepción y consumo complejas, que caracterizan a la comunicación como una negociación, como un diálogo.

El debate en Latinoamérica de los Estudios Para la Recepción (EPR) ha estado muy influido por el pensamiento filosófico de Paulo Freire. El gran pedagogo brasileño al referirse a la dialogicidad expresa que: *“la existencia humana no puede ser silenciosa, ni nutrirse de falsas palabras, sino de palabras verdaderas con las cuales los hombres transforman el mundo. Existir es pronunciar el mundo, es transformarlo. El mundo pronunciado retorna, a su vez, problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento”*. (Freire, 2004, p. 251).

Para Freire la relación dialógica omite arrogancias y autosuficiencias: *“En este lugar de encuentros, no hay ignorantes absolutos ni sabios absolutos: hay hombres que en comunicación, buscan saber más”*. (Freire, 2004, p. 254)

<sup>1</sup> Kurt Lewin, psicólogo alemán. Nació el 9 de septiembre de 1890 en Polonia. Se interesó en la investigación de la psicología de los grupos y las relaciones interpersonales.



En la concepción freireana humanista y democrática para propiciar el diálogo es necesaria, la humildad, el respeto, la fe, el amor para que se instaure la confianza lo que hará que *“los sujetos dialógicos se vayan sintiendo cada vez más compañeros en su pronunciación”*. (Freire, (2004, p. 254)

Agrega Paulo Freire que solamente el diálogo, que implica el pensar crítico es capaz de generar un espacio sin temporalidades y haya así una verdadera educación, que supere la contradicción del educador como todopoderoso y se instaure como situación gnoseológica, en la que los sujetos hacen coincidir su acto cognoscente sobre el objeto cognoscible que los mediatiza. *“Para el educador-educando dialógico, problematizador, el contenido programático de la educación no es una donación o una imposición – un conjunto de informes que han de ser depositados en los educandos-, sino la devolución organizada, sistematizada y acrecentada al pueblo de aquellos elementos que este le entregó en forma inestructurada”* (Freire, 2004, p. 255).

Y consideró que nunca el gran maestro debe quedarse del lado del educando, sino partir del educando y evadir tanto el espontaneísmo como la tentación de manipulación, *“lo que necesita es saber es que al educar él también se educa”* (Torres, 2004, p. 596). Y resume: *“Enseñar es desafiar a los educandos a que piensen su práctica desde la práctica social y con ellos, en busca de esta comprensión, estudiar rigurosamente la teoría de la práctica”*. (Torres, 2004, p. 597)

Por otra parte para el también brasileño José Luís Rebellato la cultura se encuentra asociada en cuanto a relaciones sociales y redes comunicativas. *“El intelectual que quiera emprender un proyecto verdaderamente comprometido con las masas populares debe pasar por un verdadero proceso de conversión y desestructuración”* (Rebellato, 2004, p. 299), pues, *“una determinada formación académica ha reforzado en nosotros la identificación de la cultura con el conocimiento. Una determinada orientación tecnócrata ha hecho pasar a segundo plano, o simplemente ha ignorado, las dimensiones cualitativas, simbólicas y afectivas”*. (Rebellato, 2004, p. 300) Agrega que esto sucede porque somos parte de una cultura que otorga una primacía a la racionalidad instrumental y que ponerla en tela de juicio no significa ser menos eficaces.

Como ciencias relacionadas con la cultura la comunicación y la educación popular se interrelacionaron para aludir al nuevo paradigma. Gabriel Kaplún al abordar la correspondencia entre relaciones educativas y comunicacionales especificó que a cada modelo educativo corresponde un modelo comunicativo y en ese sentido destacó el carácter social del aprendizaje. *“El grupo como espacio privilegiado de aprendizaje aparece tanto en Freire como en Vygotsky y Bruner. Estos últimos destacan su potencialidad como ámbito generador de una red de interacciones con los expertos, pero también entre pares, con el medio social, con otros grupos interdisciplinarios”*. (Kaplún, 2004, p. 37)

Un buen comunicador debe comprender que no tiene la verdad absoluta: *“La verdad reside afuera de nosotros y allí debemos buscarla”* (Kaplún, 2004, p. 39). Los códigos culturales deben estar presentes en los mensajes, lo que Gabriel Kaplún llamó el color y el sabor de la gente *“las maneras de expresarse y vestirse, los juegos, las tradiciones y refranes, los personajes y lugares, las comidas y los colores de las casa saber captar esas cosas e integrarlas en nuestros mensajes es una necesidad de la comunicación. Porque si no, es probable que sean mensajes sin vida, sin emoción, sin color ni sabor”*. (Kaplún, 2004, p. 41)

Las representaciones sociales *“son en primer lugar y sobre todo modos de reconstrucción de la vida social, el producto y el proceso de reconstrucción mental de lo real por un aparato síquico humano con el concurso de otro. Algunos de ellos con representaciones de hechos, otros con representaciones de ideas. Los dos descomponen y recomponen su objeto”*. (Moscovici, 1986, p.32)

Luego de los años setenta y ochenta con la crisis de los paradigmas de las ciencias sociales y el estremecimiento del pensamiento social, el campo de la comunicación comenzó a experimentar grandes transformaciones. Entonces nuevas directrices se tienen en cuenta: enfoque sociológico, multidisciplinariedad y cambio en la perspectiva temporal de la investigación. Entre esas tendencias actuales se enmarca el pensamiento comunicológico en América Latina, cuyo desenvolvimiento ha estado marcado por cruentos conflictos políticos.

En la década de los ochenta los nuevos aires políticos sacuden este continente que ya se va liberando de las dictaduras y antes del derrumbe del campo socialista las ciencias de la comunicación se ven conmocionadas. En esta crisis se inserta el cuarto momento, la visión de los problemas de la sociedad desde otro ángulo: la vuelta al sujeto.

*“Si tomamos la prehistoria y la historia de los homínidos y la comprimimos en un supermes cósmico tendríamos que 29 días y 22 horas corresponden a la etapa del hombre nómada, cargador y recolector, que cuando faltan solamente 90 minutos para que termine el mes es que comenzaría la fase agrícola y sedentaria en aldeas y ciudades permanentes; que tan solo cuatro minutos antes de la medianoche ocurriría el Renacimiento; en el último minuto y medio la revolución industrial y en los doce segundos finales, la era de la televisión, de los ordenadores electrónicos, las comunicaciones espaciales, en fin la era de la información”*. (Pelton, 2006, citado por Vidal, 2006)

Tal descripción nos permite explicar la celeridad en los cambios tecnológicos y su implicación en el campo de la investigación, así como su influencia en las investigaciones de los procesos de información y comunicación. Dicha influencia está marcada por la preponderancia de esos procesos en la vida contemporánea y el rol protagónico de los medios en el siglo XXI. Asimismo en la década de 1970 los estudios de Teoría de la Comunicación

cambian radicalmente al consolidarse la televisión como medio hegemónico (Vidal, 1998).

La palabra televisión significa visión a distancia y fue pronunciada por primera vez en el Congreso Internacional de Electrónica el año 1900. Desde entonces, los países tecnológicamente más avanzados concentraron sus experimentos en lograr que el sonido fuese acompañado por imágenes. La televisión es un sistema que permite la transmisión de imágenes en movimiento acompañadas de sonido. El original descubrimiento de la “*fototelegrafía*” a mediados del siglo XIX (la palabra televisión no sería usada sino hasta 1900), debe sus avances y desarrollo a varios investigadores que experimentaron con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas.

Las primeras transmisiones televisivas se efectuaron a fines de los años veinte, pero el uso extendido de la televisión comenzó en la década de los cincuenta. “*Al principio, los televisores transmitían en blanco y negro; el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena inventó la televisión a color en 1940. El uso generalizado de televisores a color no se dio hasta los años setenta*”. (Camiroaga, 2012)

En 1930, la BBC realizó la primera emisión de TV en vivo con su cobertura del tradicional Derby de caballos de Londres. En Estados Unidos la televisión comenzó a transmitir a principios de la década de 1940 y en América Latina debe esperarse hasta los años 1950 (Martínez, 2013).

El complejo audiovisual surgió con el cine y la televisión lo afianzó como un elemento dinámico, pues al conjugarse la imagen con la palabra se crea en la mente un significado diferente. La televisión actúa directa, eficaz e intensamente en los sentidos, moviliza mucho más la sensibilidad que la inteligencia y es expresión de una forma de poder. El patrón norteamericano de medios de comunicación comercial es pionero y paradigma en la historia de la televisión en el mundo.

En el año 1950 se establecen las transmisiones de la televisión en Cuba, luego en México y Brasil; durante toda la década y los primeros años de la siguiente se completa la presencia de la TV en todo el continente, siguiendo al igual que ocurrió con la radio y la prensa escrita, el modelo norteamericano (Vidal, 1998).

La televisión es el medio más colectivo, no solo por quienes lo realizan, sino por a quienes va dirigido. Satisface los gustos de la mayoría, es movilizadora, se convierte en un espectáculo y tiene una estética muy particular que muchos teóricos han llamado de la superficialidad porque su mensaje es rápido, comprensible, se asimila con facilidad, se comprende casi siempre en su primera lectura, es el medio del impacto, no por gusto se dice que una imagen puede más que cien palabras. La televisión es denotativa, no connotativa porque más que sugerir demuestra. La televisión por su parte, como medio potente de información y entretenimiento, enfatiza en los hechos, construye las acciones con imágenes, consigue

crear modelos de comportamiento con discursos donde hablan las imágenes apoyadas en el sonido. El desarrollo de la sociedad se vio necesariamente acompañado por el perfeccionamiento de los medios de comunicación como resultado de la actividad práctico transformadora de los individuos.

*“En el período en que surge la televisión se diversifica y amplía la actividad publicitaria y esas transformaciones marcan un hito en los estudios de audiencia, sobre todo en nuestro continente. Cuando nace la televisión en América Latina sigue, como los medios precedentes el modelo norteamericano comercial y en correspondencia con las transformaciones se desarrollan estudios de sistemas de audiencia y opinión pública”.* (Vidal, 2006)

Como plantea Vidal Valdés en su libro “Medios y públicos: Un laberinto de relaciones y mediaciones”, en la década de 1960, por acciones de la UNESCO, se crea en Quito, Ecuador, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) con el objetivo de formar profesionales para los medios de comunicación que fueran capaces de dar cuenta de las nuevas exigencias sociales, en esa dirección contribuyó a la remodelación de la enseñanza de la comunicación, en la que confluyeron los estudios históricos con los sondeos comerciales, sobresale entonces una naciente investigación académica de corte sociológico.

Es imprescindible relacionar este acontecimiento con el marco histórico del continente. En la década del 70 se desarrollaron importantes procesos políticos en Chile con el triunfo del gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende y en Perú el proceso progresista del gobierno militar de Velasco Alvarado, esto generó la expropiación de grandes empresas periódicas y su entrega a sectores populares, mientras en el resto del continente eran monopolizadas por oligarquías nacionales. Como cita el profesor José Ramón Vidal Valdés en Los estudios de la comunicación en América Latina, las experiencias chileno y peruano atrajeron la atención hacia nuevas formas de gestión de los medios de comunicación en una sociedad democrática.

Los estudios latinoamericanos tienen características que los distinguen y en los últimos años han aflorado interesantes propuestas teóricas sobre los procesos de recepción y consumo en la comunicación de masas. Sin embargo en América Latina los acontecimientos antes mencionados hacen que la interpretación del mensaje televisivo avance hacia posiciones del lado del receptor. Abanderado en los estudios de la televisión es el mexicano Guillermo Orozco Gómez, coordinador del Programa de Investigación Institucional en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana de México.

*“Orozco ha trabajado en conformar un enfoque integral de la audiencia, partiendo de investigaciones en teleauditorios focalizados preferentemente en audiencias infantiles y las influencias que la escuela y la familia tienen en la forma en que los niños ven televisión, asume una óptica*

*interdisciplinaria, incorporándoles la sociología, elementos de análisis de la etnografía, la semiótica y los estudios culturales*". (Medina, 2005, p. 45)

Guillermo Orozco ha tratado de conformar un enfoque integral de la audiencia que parte de sus estudios en México. Su posición asume una óptica interdisciplinaria e incorpora elementos de análisis de la etnografía, la semiótica y estudios culturales. La herencia comunicológica sobre efectos, usos y gratificaciones es descollada y sus concepciones lineales se superan al reconocer la complejización de los procesos sociales en las tendencias posmodernas. Orozco conceptualiza la recepción como un proceso que no se circunscribe a estar frente a la pantalla, sino que está mediatizado por diferentes circunstancias, los televidentes no se sientan vacíos de formación, historia, educación familiar, por lo que los mensajes tendrán diferentes interpretaciones, son polisémicos (Medina, 2005, p.47).

Ese carácter contribuyó al debate sobre los auditorios activos, tiene en cuenta la audiencia multisegmentada en sexo, religión, edad, clase social y clasifica cuatro tipos de variables mediadoras: la mediación individual, mediación institucional, mediación situacional y mediación videotecnológica. Orozco ejemplifica por ejemplo, que un niño al ser televidente, no deja de ser hijo de una familia, alumno de una escuela, miembro de un grupo de amigos y da preponderancia a los "guiones mentales" que son las representaciones que cada uno se hace. La posibilidad de transmitir mensajes incluso en el mismo momento en que ocurren le ofrece a la televisión un grado de verosimilitud.

Pero además de reconocer la importancia de las características tecnológicas de la televisión en su mediación, Orozco afirma que sus cualidades y recursos están culturalmente determinadas. Además de este investigador, que estudia específicamente el medio televisivo, los aportes del colombiano Jesús Martín Barbero, del argentino García Canclini & Monsiváis, entre otros, conceden a la producción latinoamericana contemporánea una vitalidad creativa que la eleva a los primeros planos mundiales. Esta comprensión compleja que interrelaciona la cultura y la subjetividad como mediadores de procesos comunicativos permiten dar cuenta de la realidad latinoamericana, diversa híbrida y contradictoria.

Vale destacar en este recuento el canal *Telesur*, de la República Bolivariana de Venezuela que aunque no tiene un perfil comunitario, por su orientación tiene como fin comunicar para integrar. Telesur es según sus creadores una respuesta a la necesidad de integrar los pueblos de América Latina y contrarrestar la sesgada información proveniente del Norte, en un afán por crear un eje Sur-Sur que sea capaz de producir una comunicación independiente. Este intento de televisora portavoz de los pueblos del Río Grande a la Patagonia resume las pretensiones y necesidades de un mundo audiovisual de la América preterida. "La aparición de este nuevo instrumento de la cultura latinoamericana, Telesur, sí representa la promesa de una nueva época en el desarrollo de nuestro

*espíritu continental. La promesa de un diálogo más fluido, de una más sistemática exploración de nuestras fuentes; la oportunidad de un relato continental rico en voces y en perspectivas; una inmersión en la historia olvidada de nuestros pueblos, esa mina de oro escondida, llena de argumentos y de caracteres, de rebeliones y de traiciones desmesuradas, de crímenes terribles y de heroísmos sublimes*" (Ospina, 2008, p. 15).

Un joven neoyorquino de dieciocho años ha podido haber visto más de 350 mil spot publicitarios desde su nacimiento, detrás está el dinero de los patrocinadores. La cobertura a la guerra del golfo arábigo pérsico en 1990 fue un ejemplo del enfoque recolonizador de los mensajes televisivos. En 1999 el caso del niño cubano Elián González estremecía al mundo. Mientras su padre, un cubano honesto necesitó siete meses para hacer valer su derecho y deber de padre, las cadenas televisivas norteamericanas armaron un show manipulador días tras día y en las mesas de sus directivos se firmaban cheques patrocinados por la mafia cubana (Rey Veitía, 2002, p. 21).

Por otra parte "Luego de los sucesos del 11 de septiembre en los Estados Unidos, sólo una emisora televisiva del mundo, Al-Jazira, difundía en Afganistán las imágenes de las represalias de Estados Unidos a aquel país. Ese desastre pocos en el mundo lo vieron" (Rey Veitía, 2002, p. 22). En el 2002 la televisión venezolana, junto al resto de los medios de ese país, movió fichas en contra del presidente Hugo Chávez. A partir de entonces una nueva estrategia fue preciso adoptar para garantizar la sobrevivencia del gobierno progresista, que se probó "sin los medios era imposible". En ese caso se puso de manifiesto lo que Martín Barbero preconiza en estudios de comunicación "la influencia con la que la dominación transnacional niega la identidad nacional". (Medina, 2005, p. 96)

Pero la situación en la actualidad se complejiza cada día con los avances tecnológicos, la informatización del mundo y la era de INTERNET. Ramonet. (1996, p. 110), en más de una ocasión ha escrito que puede haber un alto sentido de la ética por parte del periodista, y que debe haber por parte de quien recibe la información una alta exigencia, incluso, llega a escribir en alguna ocasión, que tiene libertad y casi obligación el individuo que ha informado de cambiarse de medios de comunicación, de buscar siempre la verdad y el ejercicio de la razón, pero recientemente ha precisado que "los medios de comunicación cambian cuando una serie de parámetros cambian, cuando se modifican una serie de parámetros, y a veces basta que uno solo se modifique para que los medios cambien" (Ramonet., 1996, p. 122). Más adelante agrega: "pero en este momento, digamos desde hace unos diez años, estamos viviendo un cambio de tres parámetros importantes que caracterizan a la información, y que son parámetros o dimensiones: Tecnológicas, Económicas y Retóricas". (Ramonet., 1996, p. 129)

El desarrollo de la sociedad se vio necesariamente acompañado por el perfeccionamiento de los medios



de comunicación como resultado de la actividad práctica transformadora de los individuos. Afortunadamente en Cuba el panorama es distinto y esto no quiere decir que esté exento de dificultades. Desde el mismo enero de 1959 se despojó el camino de malezas; rara vez un spot publicitario aparece en nuestras pantallas y cuando ha sido absolutamente necesario, como en los Juegos Panamericanos de 1991, esos materiales estuvieron realizados con los más elementales recursos de la propaganda comercial.

La realidad ha demostrado que usando las reglas de la comunicación de manera bien intencionada y usando las técnicas televisivas con profesionalismo puede lograrse un producto de altísimo nivel estético y artístico totalmente comprometido con nuestros principios y cargado de un contenido ideológico superior como es el caso de las realizaciones de Raiza Wait. En los documentos de los Congresos del Partido Comunista de Cuba queda plasmada la línea y evolución de la política cubana ante la problemática de los medios de difusión masiva. En ellos es definitoria la posición de cumplir con las funciones de estos medios en especial contribuir a la educación política, ideológica, cultural, científico-técnica, moral y estética de la población, en la movilización conciente de las masas para el cumplimiento de las tareas del desarrollo socio-económico del país, en la información del acontecer nacional e internacional y en la satisfacción de las necesidades espirituales y recreativas del pueblo en particular de la niñez y la juventud (Buendía, 1999).

Se instala en Cuba el 24 de octubre de 1950 con el canal Unión Radio Televisión, hasta el más elemental guion actual. El problema está en cómo y con quién se realiza esa investigación. En los inicios era difícil hacer televisión partiendo de investigaciones pues en el planeta sólo ocho países la poseían. Al triunfo de la Revolución se contaba en nuestro país con cuatro canales de televisión establecidos en la capital y uno de carácter local en la ciudad de Camagüey, con una programación fundamentalmente de películas llamadas del oeste y muy poca programación en vivo. El 22 de Julio de 1968, se inauguró en la ciudad de Santiago de Cuba el primer canal de televisión fuera de la capital que cubriera una provincia. El canal 5 de la TV denominado Tele Rebelde, basó su programación en sus inicios en un 78% de espacios fílmicos y el 22% restante de programas en vivo, con un tiempo permanente al aire de cinco horas y quince minutos. El noticiero provincial de Tele Rebelde, salió al aire por primera vez el 23 de julio de 1968, con una duración de quince minutos. Eran estos los primeros intentos de lo que años después pretendiera la televisión comunitaria en Cuba.

La técnica del video, las computadoras y el empleo del satélite en las transmisiones televisivas, por citar tres componentes de gran magnitud, elevaron considerablemente el carácter imperioso de la televisión. La Televisión Cubana está despojada del mercantilismo y se convirtió en un medio influyente en la formación de la nueva generación, es por eso que se puede formular una programación de mayores potencialidades expresivas, genuinamente

popular, con un sentido amplio sobre la vida del hombre y su destino.

La televisión cubana puede desarrollar una obra artística mejor, justamente porque el contenido del mensaje es auténtico en su dimensión humana. Para esto es imprescindible contar con el espectador, es decir, tener en cuenta las inquietudes y las temáticas de la comunidad.

A partir de 1984, y luego de la experiencia en Santiago de Cuba, con el canal Tele Rebelde, el Instituto Cubano de Radio y Televisión, inicia la instalación de Telecentros en diferentes regiones del país. Este proceso dio origen a la llamada televisión regional o televisión comunitaria, encargada de promover los valores autóctonos de la cultura y el trabajo creador en las distintas esferas de la vida social: educación, salud, deportes, investigaciones científicas, música, teatro, literatura, entre otras artes. Luego surgirían otros telecentros, entre ellos Telecubanacán, con 23 años de fundado en la actualidad, hasta lograr completar todas las provincias del país con este medio de comunicación y el municipio especial Isla de la Juventud, además, un canal en Granma para la zona montañosa con el nombre de Televisión Serrana, en San Pablo de Yao.

Esa experiencia, para muchos increíble, se convirtió nacionalmente en la más contundente de todas las enseñanzas televisivas, pues al decir de sus realizadores, nada se hace allí sin el concurso de los pobladores. A su vez es la tele-emisora de mayor tele audiencia del país a pesar de estar entre las que menos potencial de televidentes tiene, pero el éxito se debe en basar su estética televisiva en las problemáticas comunitarias, asimilación del paisaje campestre, las tradiciones, la religión y creencias de la gente. En sentido general los realizadores fueron conquistados por los pobladores de la zona quienes se convirtieron con el tiempo en luminotécnicos, auxiliares de audio, e incluso camarógrafos y realizadores. Con los temas tratados allí se llegaron a compulsar las problemáticas sociales como la situación del agua, la escuela, los caminos, los conflictos de la población y se volvieron imprescindibles en el empuje de solución de cada problemática.

El canal Telecubanacán en sus inicios era sede de las tres corresponsalías periodísticas del territorio central: Santa Clara, Sancti Spíritus y Cienfuegos. Desde finales de la década del 90 comienza a gestarse la idea de sellar con telecentros todas las provincias de nuestro país. Posteriormente en el año 2004 se amplía el concepto de televisión comunitaria, al trazarse la estrategia de creación de los telecentros municipales. En septiembre de 2004 salió al aire Golfovisión, en Manzanillo; el 28 de enero de 2005 salieron al aire Saguavisión y Nueva Visión, en Villa Clara, el 4 de abril Primada Visión, el 30 de abril CNT Caibarién; el 13 de agosto Telemar y el 3 de septiembre Telebandera y ARTV.

Al término del 2006, la Dirección Nacional de Telecentros del ICRT nos informó la existencia de 31 telecentros municipales. Vale destacar que esta cifra incluye los 13 telecentros provinciales que en horario nocturno transmiten como



municipales. El funcionario Nelson Santana González de esa instancia, agregó que funcionan además 71 correspondencias en el país, estas últimas sólo reportan noticias y transmiten 27 minutos a la semana. En total la red nacional cuenta con 101 dependencias.

Otra experiencia televisiva donde se incursionó en la comunidad a esfera macro social ha sido *Universidad para Todos*, que se inició en el 2000 con el curso de Narrativa. De tal manera la televisión se convirtió en vehículo idóneo para llevar adelante la batalla de ideas, luego vendría la programación docente que en una medida importante está destinada a una comunidad específica con el diseño de *Mi TV* destinada a las enseñanzas primaria y secundaria.

El Canal Educativo en sus comienzos destinado a las provincias de La Habana, Ciudad de La Habana y Santiago de Cuba se convierte en experiencia de alto valor didáctico y cultural, hoy presente de manera creciente en otras provincias del país.

El 5 de septiembre del 2000 se hacía realidad un viejo sueño de los cienfuegueros. Con la primera señal al aire, nació su canal territorial, *Perlavisión*, que junto al de la provincia de Ciego de Ávila, completaba el sistema nacional de televisión. Decenas de horas serían necesarias para diseñar su estilo, y ganar el favor de la teleaudiencia, que paulatinamente durante su primer año de vida descubrió el talento local, el reflejo de su propia vida a través de la pantalla, y confirmó el buen signo de su nacimiento, al alcanzar a escasos ocho meses de su fundación el cuarto lugar en el X Festival Nacional de Telecentros. Un programa histórico, otro dedicado a la mujer, a la música local, informativos que indagan en oficios y profesiones difíciles y noticias, conformaron el espectro de las transmisiones de Perlavisión hasta el año 2002 cuando consolidó su éxito en la XI edición de la competencia anual de los canales provinciales. A menos de dos años de creado, el primer lugar entre sus homólogos en la Isla, demostró la profesionalidad y dedicación de sus realizadores, con entregas cada vez más artísticamente logradas y que fundamentan la razón de ser de la televisión en Cuba: educar y entretener. Así lo ratificó su condición de mejor canal en mayo de 2003, justo en la ciudad de Cienfuegos. Ya en ese entonces sorprendió un programa dedicado a los niños, *Con tinta de oro*, era un noticiero pionero naciente, basado en encuestas realizadas a un grupo de trabajo, estas fueron diseñadas por la MCs Aleyma Rodríguez Carvajal, licenciada en Psicología y validadas por un grupo de expertos. Con sólo dos salidas al aire el programa alcanzó premio nacional. Ahora madura junto a los ya predilectos nuevos programas, que dan a conocer a profundidad la cultura, la ciencia y el acontecer de una provincia que identifica durante dos horas, cada día, su señal como la nueva imagen de aquel viejo sueño.

La política de programación de la radio y la televisión sustentada en sus lineamientos generales las siguientes ideas:

- » Reflejo obligado de la vida del país en los medios.

- » Incrementar los contenidos históricos y con prioridad los que constituyen patrimonios de la nación cubana.
- » Responder con el lenguaje y los temas a la identidad e idiosincrasia, tanto en la forma como en el contenido, y garantizar la presencia de los símbolos patrios, nuestros valores patriótico-militares y los solidarios e internacionalistas.
- » Credibilidad en los mensajes
- » Profundizar con rigor y seriedad en los conflictos propios de los diversos sectores del país sin descuidar el reflejo de ellos en el contexto universal.
- » Favorecer en los receptores desarrollo de actitudes, gustos, conceptos y tendencias acordes con los principios y valores de la revolución.
- » Propiciar espacios de opinión
- » Difundir de manera eficaz la imagen de la mujer cubana, el campesinado, la juventud y la infancia.
- » Realizar una programación de cambio novedoso y atractivo y de alto rigor ideológico y estético.
- » Dosificar la difusión de la música extranjera y nacional potenciando esta última.
- » Ejercer con rigor ético y estético la crítica
- » Contribuir al debate cultural.
- » La temática sexual debe estar en función acertada de la educación del ciudadano, preservar la familia, etc.
- » Difundir nacionalmente las mejores producciones de los centros territoriales de televisión.
- » Precisa además la necesidad de mantener como requisito indispensable en el contenido la estimulación de valores como modestia, honestidad, amor a la patria, solidaridad, el espíritu de lucha, la valentía, el respeto a los héroes y mártires, la incentivación por conocer nuestras raíces, el respeto a las tradiciones y el enaltecimiento de nuestra cultura.
- » En estos Congresos de la Unión de Periodistas de Cuba se ha abogado por un periodismo crítico, objetivo, de investigación, que responda a los intereses del pueblo. En la cita efectuada en 1999 se precisa por nuestro desaparecido Comandante en Jefe la necesidad de la superación del personal de la prensa para poder asumir las tareas que en el plano de la cultura se avecinan.

## CONCLUSIONES

El surgimiento de la televisión causó un gran impacto en la Teoría de la Comunicación y la Comunicación de Masas, la mixtura de imagen y sonido y del medio televisivo fue sensacional, sirvió primero para consolidar el patrón comercial y luego facilitó estudios integrales de audiencia.

El contexto de la década de 1920, en que surge la comunicación de masas se caracterizó por la infalibilidad de los nuevos medios (radio, cine sonoro) lo que propició el modelo transmisivo, basado en el hombre manipulable, carente de ideas. Al surgir la televisión en 1950 los estudios comunicológicos en el mundo transitaban por una etapa primaria, en la que predominaba aún la teoría hipodérmica.

La poderosa irrupción de la imagen eminentemente connotativa, del medio televisivo sirvió para reafirmar el modelo transmisivo. En la década de 1980 los nuevos aires políticos del continente latinoamericano, (debido a procesos democráticos en algunos países) cambiaron el pensamiento social y comunicológico y la televisión no escapa a ese contexto, por lo que proliferaron estudios que invalidaron el paradigma del receptor pasivo, manejable y hubo evolución en comunicación y televisión hacia los llamados Estudios de Recepción Activa. La investigación latinoamericana actual ha hecho aportes a la comunicación de masas al incorporar la noción de las mediaciones culturales.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buendía, M. (1999). *Ejercicio periodístico*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- Camiroaga, P. (2012). *La televisión desde una perspectiva latinoamericana* Recuperado de <http://www.geocitis.com/p.camiroag/>
- Freire, P. (2004). *La esencia del diálogo. Concepción y Metodología de la Educación Popular. Selección de Lecturas*. La Habana: Caminos.
- Kaplún, G. (2004). *Mapas y territorios de la participación. Comunicación y Educación Popular*. La Habana: Caminos.
- Martínez, G. (2013). *El impacto de la televisión en la comunicación política*, Recuperado en <http://www.SalaDeprensa.org>
- Medina, I. (2005) *Desde el otro lado: Aproximación a los estudios latinoamericanos de recepción*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Moscovici, S. (1986). *Psicología social II Pensamiento y vida social*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Ospina, W. (2015). *Una mirada hacia un nuevo instrumento de la cultura latinoamericana*. Recuperado en <http://mirandoalsur.blogia.com/temas/telesur>
- Pelton, J. (2011). *La vida en la era del telepoder. En el reto de los 90*. Madrid: Fundesco.
- Piñuel, J. (1989). *La Expresión. Una introducción a la Filosofía de la Comunicación*. Madrid: Visor.
- Ramonet, I. (1996). *La tiranía de la Comunicación*. México: Siglo XXI.
- Rebellato, J. L. (2004). *La encrucijada de la ética. Concepción y Metodología de la Educación Popular*. La Habana: Caminos.
- Rey Veitía, L. (2002). *Crecer con la memoria, la televisión herramienta comunicativa para la comunidad*. Tesis de maestría. inédito.
- Torres, R. M. (2004). *Entrevista a Paulo Freire. Concepción y Metodología de la Educación Popular. Selección de Lecturas*. La Habana: Caminos.
- Vidal Valdés, J. R. (2006). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.