

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



DISEÑO DE LABORATORIO PARA EL ESTUDIO Y ANÁLISIS
PERMANENTE DE LOS CONTENIDOS DE LA RADIO Y TELEVISIÓN EN
VENEZUELA

Trabajo de Grado para optar al
Título de Licenciado en Comunicación Social

Autor: Garrinson Maita
Tutor: Bernardino Herrera León

Caracas, Junio 2007

Dedicatoria

*Dedicado a mi Padre, que aunque no se encuentra en esta tierra, se que está en otra. Una tierra mucha más serena. En una tierra de paz y de descanso.
Dedicado a él, porque entrego su vida entera a levantarme con firmeza, pero sobre todo con humildad y sencillez.*

Esto es para ti Paíto.

*Dedicado a mi Madre. A ella si la puedo ver sonreír aún.
Dedicado a ella, porque le adeudo lo que soy. Porque me regaló una vida.
Dedicado a ella, porque el cordón umbilical jamás se rompió y jamás se romperá.*

Esto es para ti Maíta. Mi Mita.

Dedicado a mi hijo, quién ha sido la fuerza de inspiración. El ha sido el motor. El quién me impulsa. Mi alma y mi herencia. Mi recuerdo. Mi espejo.

Esto es para ti Garrito. Mi amigo.

*Dedicado a mí esposa. Esa mujer incansable y siempre fuerte.
A esa niña que creció junto a mí, y que ahora es toda una mujer.
A ella, quién me dio un hijo maravilloso. Quién me ha regalado parte de sí. A ti gorda, Inirida, quién pronto volverá a regalarme vida.*

A mi hijo o hija, aún no lo sé. A ti que te encuentras dentro de tú madre. A ti mi sangre, también te dedico con mucho amor y humildad éste trabajo. Me muero por verte llegar a éste mundo.

Sin ustedes no hubiese sido igual.

Agradecimientos

Este espacio y este momento representa más que un lugar de magia, un sitio sagrado.

De reverencia.

Me inclino ante ustedes mis queridos amigos y amigas. Mis hermanos. Mis hermanas. Ustedes vienen a ser el encuentro conmigo mismo.

Ustedes son la alternativa. El atajo. El puente que comunica el alma con el cuerpo.

El consejo. La mano siempre tendida y dispuesta apretar con fuerza. Ustedes son mi paciencia. Ustedes son mi regocijo. Ustedes son mi otra casa y mi refugio.

Agradezco a José Gregorio Vieira, quién más que ser mi amigo, es mi hermano. Un hermano que conseguí en algún momento, y en algún sendero de la vida. Un sendero del que colgaba la incomprensión, pero que con el transcurrir del tiempo, nos enseñó a entender y desentender algunas cosas de la vida. Agradezco a Gregorio, por seguir acompañándome por ésta senda. Le agradezco porque sé que seguiremos arando y sembrando frutos en la tierra de la hermandad. Una hermandad de encuentro.

Nsala Malekum.

Agradezco a Kelvin Rada, quién camina por la misma senda del encuentro. A ti te agradezco mi hermano por compartir conmigo la posibilidad de sernos cada día más sinceros y menos cómplices con las banalidades del mundo. Gracias por enseñarme otra altura de la amistad. Sin tapujo ni complacencias. Gracias por ofrecerme parte de tu equilibrio.

Gracias Eliézer por todo el apoyo brindado. Siempre a la orden y atento con todas aquellas situaciones que me comprometieron académicamente, pero que con tu consejo sereno pude salir de ellas.

Gracias Vincenzo –enzo- Villano, quién derrama sencillez y destila colaboración. Gracias por hablar el mismo dialecto. Ese idioma sencillo y para nada arrogante que te caracteriza. Por ello, te inscribes espontáneamente dentro éste pequeño, pero importante gremio de hermandad. Gracias por sumarme a tus espacios.

Un fuerte agradecimiento a mi hermano Robert Velásquez. Otro que jamás me abandonó. Compañero de pasillo, que por cosas de la vida me sumó a su familia, y que por supuesto se sumó a la mía. Éste también es tu esfuerzo viejo. A Harold Hernández. Compañero de aula, amigo y compadre. A ti viejo por estar en ese lugar y en el momento justo. Tú también me inspiraste a continuar. Al llegar yo, ya llegaste tú. Mis respetos.

A Eduardo Zamara1. Personaje importante para los momentos de inspiración laboral. Gracias por impulsarme permanentemente a dar pasos al frente. A Karla Franchesqui y a Maria Eugenia Belandria por enseñarme algunas de las complejidades de la espiritualidad femenina. Gracias por inyectar siempre ese apoyo que tanto hace falta. Un apoyo llamado amistad de mujer.

A Gabriel Moreno y a Ángel Muñoz. Triunfadores del periodismo deportivo institucional. Representantes de la pasión que implica tener en dicha área Siempre proactivos y con las puertas abiertas de par en par para todos aquellos que quieran desarrollarse en sus filas. Gracias Gabrielito por considerarme tu hermano. Tú también lo eres para mí. Gracias Ángel por caminar en la misma senda.

A la gente del ININCO, quienes desde el primer encuentro se mostraron abiertos y dispuestos a prestarme la mayor y la mejor de sus colaboraciones. Gracias, Gustavo Hernández por brindarme un lugar dentro del pequeño cúmulo de amistades que te rodean. Gracias a Bernardino Herrera, quién no sólo es parte de los miembros que conforman al ININCO y profesor de la Escuela de Comunicación Social, sino también mi tutor. Y no sólo eso, también es mi Amigo. Gracias Bernardo por extenderme la mano. Aún está tendida, y sé que seguirá estándolo. Una reverencia para ti.

Quisiera también agradecer a la biblioteca Central, recinto que hasta ahora, no sólo me ha permitido ser parte de su nómina de empleados, sino también la institución que me suministró ese grueso de materiales y documentos. La Biblioteca Central ha sido pieza fundamental en mi desarrollo tanto intelectual como espiritual. Por eso, éste trabajo también se lo debo a ella. A mis compañeros de trabajo. Son ellos los que han soportado las pérdidas, entreveros y extravíos laborales producto de los estudios. Muchas Gracias.

A mis hermanos, quienes alguna vez transitaron por los pasillos de esta gran universidad, pero que por distintas razones y circunstancias, no pudieron continuar. A mis hermanos, especialmente a mi hermana, que siempre me tienen presente en sus vidas, en sus recuerdos. A ellos, que nunca me abandonaron en mi andar, y tampoco en mis paradas. Abrazos y besos.

En fin, quiero agradecer a todas aquellas personas que son parte de mi alma. Son esas personas que completan mi existencia; y que sin ellos, la llegada hasta este punto hubiese sido más agobiante. Gracias a todos por oxigenar mi espíritu y mi pensamiento.

Finalmente agradezco a mi otro hogar, a mi refugio, a mi casa, a la Universidad Central de Venezuela por haberme permitido caminar entre sus muros y estudiar entre ellos. Agradezco a la Universidad porque no sólo me ofreció la oportunidad de transitar en sus espacios, por demás sagrados, sino también de ser parte de ella. Porque la Universidad Central de Venezuela, también es parte de mí. Porque la UCV es mi santuario. Gracias. Esto es más tuyo que mío.

Resumen

Las lecturas acerca de los contenidos de la radio y la televisión en Venezuela se ven reflejadas en los estudios realizados por investigadores de la talla de Gustavo Hernández, Eduardo Santoro, Marcelino Bisbal, Antonio Pasquali y Bernardino Herrera por nombrar algunos. Dichos trabajos aunque han contribuido con la tradición de estudios acerca de los contenidos de los medios de comunicación y sus efectos en los destinatarios, no han sido lo suficientemente constantes, más bien aparecen dispersos, con presupuestos teóricos diferentes y con metodologías distintas, lo cual les resta capacidad para posibilitar una perspectiva de largo plazo en qué fundamentar las nuevas propuestas de contenido. Por ello, nos hemos dado a la tarea de diseñar un Laboratorio de Estudios y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y la Televisión en Venezuela que opere sobre un protocolo de procedimientos, y con técnicas metodológicas ofrecidas por la investigación científica.

No obstante, estamos concientes de que el hecho mismo de diseñar un Laboratorio con dimensiones tales como análisis de género televisivos y radiofónicos, análisis de discursos audiovisuales, entre otras, que opere sobre la base de procedimientos cónsonos con las demandas de las actuales líneas de investigación desarrolladas por el ININCO, requiere unir en lo posible todas las piezas de los contenidos audiovisuales a fin de poder brindar un espacio de constante seguimiento para su mejor aprovechamiento teórico, práctico y de aplicación, tanto educativo como en la producción de nuevos contenidos. Asimismo, fortalecer los conocimientos con lecturas introductorias acerca de los lenguajes audiovisuales, radiofónico y televisivo, respectivamente es de capital importancia para la comprensión inicial de los contenidos implícitos en los mensajes ofrecidos por los medios de comunicación social. Asimismo manejar, las técnicas del análisis de contenido como herramienta fundamental en la consecución de resultados óptimos, nos permitirá de alguna manera realizar una lectura más profunda de los contenidos ofertados por los medios radiotelevisivos. Es por ello que partimos de la premisa de que la programación de la radio y la televisión en Venezuela si pueden ser leídos.

Summary

The readings about the contents of the radio and the television in Venezuela are reflected in the studies made by investigators of the stature of Gustavo Hernandez, Eduardo Santoro, Marcelino Bisbal, Antonio Pasquali and Bernardino Herrera to name some.

These works although have contributed with the tradition of studies about the contents of mass media and their effects in the addressees, have not been the sufficiently constants, rather appear dispersed, with different theoretical budgets and different methodologies, which reduces capacity to them to make possible a perspective of long term in what to base the new proposals of content.

For that reason we have occurred to the task of designing a Laboratory of Studies and Permanent Analysis of the Contents of the Radio and the Television in Venezuela that operate on a protocol of procedures, and with technical methodologies offered by the scientific research.

However, we are conscientious of which the same fact to design a Laboratory with dimensions such as televising and wireless analyses of sort, analysis of audio-visual speeches, among others, that operate on the base of harmonizes procedures with the demands of the present lines of investigation developed by the ININCO, require as far as possible to unite all the pieces of the audio-visual contents in order to be able to offer a space of constant pursuit for their better theoretical advantage, practical and of application, as much educative as in the production of new contents.

Also, to fortify the knowledge with readings beginning about the audio-visual languages, wireless and televising, respectively is of capital importance for the initial understanding of the implicit contents in the messages offered by social mass media.

Also to handle, the techniques of the analysis of content like fundamental tool in the attainment of optimal results, will somehow allow us to make one more a deeper reading of the contents supplied by the average radiotelevisives. It is for that reason that we left from the premise of which the programming of the radio and the television in Venezuela if they can be read.

Palabras claves. Definición de términos básicos

Análisis: “trabajo elaborado con miras a diferenciar las partes componentes de un todo hasta llegar a conocer los principios y elementos que contiene. En el periodismo se trata de un método de tratamiento de la información, especialmente orientado a la búsqueda y estudio de los documentos y de las opiniones, para extraer lo esencial de todas las fuentes disponibles, que resulten para los fines informativos.” (Olga Dragnic, 2006, p.16).

Análisis de contenido: “...métodos de estudio con la finalidad de desentrañar el sentido connotativo de sus mensajes y, a partir de allí, inferir el proceso de los efectos que se originan en el entorno social en el cual tienen lugar. Fue definido por Berelson como la técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación. Los distintos métodos de análisis de contenido se aplican a los textos escritos (libros, documentos, periódicos, revistas, afiches), a las comunicaciones orales (discursos, declaraciones, consignas verbales) y los mensajes de medios audiovisuales (radio, televisión, cine, fotografías, imágenes, tiras cómicas, etc.).”(Olga Dragnic, 2006, p.17).

Análisis del discurso: Metodología de investigación de textos escritos y orales, derivada de la lingüística. En los años finales del siglo pasado, van Dijk, junto con Fairclough y Wodak, desarrolla una perspectiva interpretativa de esta disciplina, bajo la denominación de Análisis Crítico del Discurso. Su objetivo es el seguimiento de las argumentaciones que se desarrollan a través del discurso mediático, con el fin de reconocer las relaciones de poder, de desigualdad o de resistencia, situado en el contexto más amplio de la legitimación de un proyecto ideológico, sea político, cultural o de género. El discurso es percibido inserto en un determinado contexto que, en la línea de enfoque de Teun van Dijk, su creador, se define como la estructura que comprende las características de una situación social dada y que son importantes para su producción y asimilación.” (Olga Dragnic, 2006, páginas. 19, 20).

Audiencia: “Con este término se designa al público que en determinado lapso puede estar expuesto a un medio de comunicación social y que, por lo tanto, percibe los mensajes que aquellos emiten. El concepto no hace referencia necesariamente a un público efectivo, sino a una audiencia potencial.” (Olga Dragnic, 2006, p.23).

Audiovisual: “...se refiere a todos aquellos medios de transmisión o soportes tecnológicos que utilizan simultáneamente el sonido y la imagen. En un sentido más amplio, la palabra indica también los mensajes elaborados para ser transmitidos a través de ese tipo de medios, masivos o no”. (Olga Dragnic, 2006, páginas. 23, 24).

Comunicación: “...se trata de la emisión, transmisión y recepción de un mensaje entre un emisor y un receptor (o receptores), mediante un código que ambos comparten y cuyos papeles son intercambiables.” (Olga Dragnic, 2006, p.54).

Comunicación social: “Según Humberto Eco, la comunicación social se da cuando el emisor es sólo uno y central, el canal a través del cual pasa su mensaje es un canal tecnológico de gran complejidad, y el receptor es una masa extremadamente diferenciada por la lengua, la cultura y la categoría social”. (Olga Dragnic, 2006, p.58).

Contenidos de la comunicación social: “Conjunto de significaciones que contienen los mensajes escritos, visuales y sonoros. En la comunicación social se designa con este término, tanto la manifestación explícita del mensaje como su sentido connotativo. De allí que el sentido de los contenidos transmitidos por los medios de comunicación social dependerá de las expresiones denotativas y del contexto social en que las mismas han sido situadas en el proceso de su elaboración”. (Olga Dragnic, 2006, p.63).

Digital: “De amplio uso en la terminología de la computación, pasó a significar todo lo que en alguna forma se relaciona con la tecnología computarizada: sistema digita, lenguaje digital y también periodismo digital”. (Olga Dragnic, 2006, p.83).

Discurso: “En la Teoría de la Comunicación Social, **el discurso** es identificado con todos los contenidos que se transmiten a través de los medios, tanto verbales, como icónicos” (Olga Dragnic, 2006, p.83).

Hipertexto: “Dispositivo tecnológico de la Internet que permite a los cibernautas obtener referencias complementarias, textuales icónica y auditivas, que no estén presentes en el trabajo consultado. Para el caso de los contenidos informativos, el empleo del hipertexto implica que el periodista debe tener conocimientos exactos de las unidades de contenidos relacionadas, estructurar de forma coherente y pertinente los enlaces y orientar en la escogencia”. (Olga Dragnic, 2006, p.128).

Imagen: “Representación mental o material de una cosa, una persona, una situación. A través de la imagen y su empleo en los procesos de comunicación, el hombre superó los límites de la palabra, como único vehículo de representación y comunicación”. (Olga Dragnic, 2006, p.132).

ININCO: “Acrónimo del Instituto de Investigaciones de la Comunicación dependiente de la Facultad de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela”. (Olga Dragnic, 2006, p.142).

Metalinguaje: “Término de la lingüística que señala un lenguaje formalizado como es el caso de los códigos científicos o un lenguaje especial que se utiliza para el estudio y la descripción de un lenguaje común En último caso se trata de la participación de un observador analista durante los procesos de comunicación entre un emisor y un receptor, quien registra sus observaciones, datos estadísticos y frecuencias, en un código propio, generalmente científico, creando así un código que no pertenece al lenguaje utilizado por el emisor y el receptor”. (Olga Dragnic, 2006, páginas. 171, 172).

Programación: “...es la actividad profesional encaminada a la determinación de los programas, espacios de emisión y su distribución en el tiempo en función del estilo de la emisora, las expectativas de la audiencia y de la demanda de los

publicitarios. Dicho de otro modo: es la previsión de los programas que se van a producir, contratar y emitir”. (Jaime Barroso García, 1996, p. 204).

Protocolo: “El protocolo, que debe existir en cualquier trabajo de investigación, es el documento que describe las hipótesis a investigar, los objetivos del trabajo, fundamentos, diseño, metodología, consideraciones estadísticas, participantes, calendario de evolución, organización y supervisión”.(*Luís M. Molinero, Julio 2002*
www.seh-lelha.org/stat1.htm).

Radiodifusión: “Sistema de difusión sonora a través de las ondas radioeléctricas, cuyas emisiones están destinadas a ser recibidas por el público en general”. (Olga Dragnic, 2006, páginas. 223).

Semiología: “También Semiótica. Ciencia que estudia los signos y los significados. Las elaboraciones teóricas de la semiología ejercen una importante influencia en áreas diferentes de la lingüística, entre ellos, los estudios sobre los medios de comunicación social, sobre todo en relación con los contenidos de los mensajes, sus formas y sus efectos”. (Olga Dragnic, 2006, páginas. 250).

Televisión: “Transmisión de imágenes en movimiento a distancia, a través de cables, ondas radioeléctricas y satélites”. (Olga Dragnic, 2006, página. 266).

Índice General

Introducción	1
Capítulo I	
La realidad como contenido del signo	
El lenguaje audiovisual	6
Sistema audiovisual	6
El signo de la realidad representada	7
El signo según sus modos estructurales	10
Semiótica de lo audiovisual	11
Las sincronías	12
Las asincronías	13
Las antisincronías	13
Lo denotativo y connotativo en el lenguaje audiovisual	13
La realidad a través de la imagen visual	15
Los objetos de la realidad Natural	16
Zoosemiótica	17
Próxemica	18
La escena audiovisual	19
Kinésica	20
La escritura en lo visual. <i>Sus recursos tecnológicos</i>	22
Videotexto y teletexto	23
La expresión Sonora	24
Elementos de la expresión sonora	25
La expresión oral	25
La música	25
Los ruidos	26
El silencio	26

Capítulo II

Leyendo los contenidos de la radio

El discurso radiofónico	28
La voz y la palabra en radio	29
La palabra armónica	31
El ritmo	31
La música	32
El silencio	33
La imagen sonora visual	33
Función descriptiva	34
Función expresiva	35
Función narrativa	35
Función ornamental	36
El relato	37
La puesta en escena de lenguaje radiofónico	38
Un paréntesis	39
Programación, géneros y contenidos radiofónicos	41
Dosificación de los contenidos	42
Algunas consideraciones acerca de los tipos de programación	44
De los contenidos y de los programas	48
Géneros radiofónicos y la información	51
Géneros informativos	52
Otros géneros	56
La entrevista	56
El documental radiofónico	59
Genero Cultural	60
Géneros de entretenimiento	62

Capítulo III

Leyendo los contenidos de la televisión

El discurso televisivo	68
De la programación y otras formas discursivas	70
Segmentación de la programación como otra forma discursiva	72
Continuidad y fragmentación discursiva	74
Diversidad discursiva	75
Semiótica, significación y algo de programación	76
La enunciación	77
La enunciación como imagen	78
Imágenes habladas	79
Géneros de pantalla chica	82
De la programación	84
De los géneros y de los contenidos	85
Informativos	86
Documentales	86
Deportivos	86
Musicales	86
Dramáticos	87
Variedades	88
Educativos	88
Religiosos	89
Publicidad	89
Las promociones	89

Capítulo IV

Lectura técnica para Radio y televisión.

Análisis de Contenido

Aprendiendo a leer la radio y la televisión	91
Ámbitos metodológicos del análisis de contenido	97
Análisis de contenidos. Sus distintos tipos	99
Análisis de Contenido según sus fuentes	101
Análisis de Contenido según su diseño	102
Análisis de Contenido según tipos de medición	104
Una lectura de los instrumentos de Análisis de Contenido	106
Unidades de análisis	108
Las categorías	111
De las hipótesis y las variables	115

Capítulo V

Laboratorio de análisis de contenido

Diseño operativo

Resumen	118
Generalidades	118
Justificación	119
Actividades de laboratorio. Tácticas, técnicas y estrategias operacionales	120
Objetivo General	120
Objetivos específicos	120
Actividad de reconocimiento de soporte teórico acerca de las investigaciones realizadas por el ININCO. Nivel I	121
Soporte teórico. Nivel II	122
Visión tecnológica del Laboratorio de Contenido	125
Actividad de Soporte metodológico. Nivel I	125
Actividad de reconocimiento de Soporte metodológico. Nivel II	127
Actividad de reconocimiento de Soporte metodológico. Nivel III	132
Actividad de enfoque	135

Estrategias de adiestramientos	136
Programa de adiestramiento	137
Del programa de adiestramiento	138
Objetivo	138
Actividad de capacitación. Unidad I	138
Actividad de capacitación. Unidad II	142
Actividad de capacitación. Unidad III	144
Esquema de duración para el seminario de capacitación	144
Actividades de índole operativa	
Protocolo del LaC para el análisis de contenido Nivel I	146
<i>Etapa uno: proceso de segmentación y registro de datos</i>	
Libro de códigos	148
Ficha de análisis	154
Protocolo del LaC para el análisis de contenido Nivel II	158
<i>Etapa dos: Cálculo de la confiabilidad</i>	159
<i>Etapa tres: Cuantificación de los datos</i>	160
<i>Etapa cuatro: Actividad de análisis simultánea</i>	161
<i>Etapa cinco: Complementar el análisis</i>	162
<i>Etapa seis: Revisión exhaustiva</i>	168
<i>Etapa siete: Almacenamiento óptimo de resultados</i>	168
<i>Etapa ocho: Informe del análisis de contenido</i>	169
Actividades complementarias. Generalidades	170
Especificidades	171
Recursos Humanos	172
Recursos Técnicos	173
Cronograma de trabajo	173
Instalaciones	173
Conclusiones	175
Bibliografía	178

Introducción

Pues sí. Así es. La radio y la televisión sí pueden ser leídos.

Desde el primer momento en que nos vinculamos con nuestro entorno vamos adquiriendo una serie de conocimientos diversos que se relacionan con nuestras experiencias y cotidianidades, en fin, con nuestras formas de percibir las realidades; el conocimiento empírico. No obstante, estos conocimientos deben ser reforzados por estudios y por lecturas profundas que nos hagan conocer acerca del significado y la razón de ser de ciertas y determinadas cosas. A esto lo llamamos conocimiento científico.

Este conocimiento científico al relacionarlo con las áreas de la Comunicación Social nos introduce en el saber acerca de los medios de comunicación social, los cuales no sólo ofrecen información y entretenimiento, sino que igualmente contribuyen con la construcción de realidades sociales a partir de significados y significantes dirigidos a captar nuestra atención.

Por ello, tener un conocimiento científico acerca de los medios de comunicación social es conocer igualmente a toda aquella gama de soportes técnicos y de estructura tecnológica capaces de hacer posible procesos singulares de comunicación. Asimismo, se debe considerar que los también conocidos medios de comunicación de masas, hacen referencia a todos aquellos sistemas de diverso tipo que logran enlazar, mediante productos comunicativos, a una sociedad con una realidad o ficción determinada. Esto es, mantener a los destinatarios o receptores de esos productos comunicativos (contenidos) en una cercana relación con los acontecimientos, hechos o situaciones que emergen de la dinámica social.

De hecho, los medios de comunicación social se caracterizan por informar, educar y entretener a los públicos receptores. Sin embargo, son igualmente capaces de culturizar, ideologizar y crear nuevas formas y estilos de vida. Esto por lo general se logra gracias a estrategias comunicacionales que residen sobre la base de una

programación predeterminada en función de los distintos géneros que se manejen dentro del medio, las expectativas de la audiencia y la demanda publicitaria.

Por otra parte, los medios de comunicación social especialmente los audiovisuales, han servido como fuente de inspiración para muchas investigaciones que han estado vinculadas al estudio de los contenidos y el impacto que éstos tienen sobre las audiencias. Estos estudios se centran fundamentalmente en la lectura del discurso audiovisual, el lenguaje radiofónico, así como los contenidos de la televisión.

A este respecto, la radio y la televisión en Venezuela, al igual que los medios digitales (Internet) por ejemplo, son los medios que hasta ahora han logrado una mayor influencia sobre el público receptor. Es por ello que buena parte de las investigaciones de los medios audiovisuales, radio y televisión específicamente, están destinadas al conocimiento, no sólo de los aspectos arriba mencionados, sino también enfocadas en determinar el tipo de programación que estos medios ofertan al público. Entiéndase programación como la actividad técnica determinada por criterios programáticos dirigidos a cubrir las expectativas de sus destinatarios.

De hecho, Venezuela cuenta con una tradición de estudios sobre los contenidos audiovisuales, radio y televisión, muchos de los cuales han contribuido a llamar la atención sobre la importancia de la producción de contenidos ofertados por tales medios de cara a la formación social, educativa y moral de los venezolanos. Sin embargo, tales investigaciones no han sido constantes, más bien aparecen dispersas, con presupuestos teóricos diferentes y con metodologías distintas, lo cual les resta capacidad para posibilitar una perspectiva de amplio espectro en qué fundamentar las nuevas propuestas de contenidos. Por ello la necesidad de crear un Laboratorio de Estudios y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y Televisión en Venezuela.

No obstante, no creemos prudente diseñar un Laboratorio de Contenidos (LaC), sin antes conocer algunas lecturas que nos relacionen con los contenidos de

los medios de comunicación, especialmente aquellas lecturas referidas al lenguaje audiovisual, el lenguaje radiofónico y el discurso televisivo.

Las características fundamentales del lenguaje audiovisual de alguna manera nos revelan los contenidos implícitos en la radio y la televisión, incluso desde una perspectiva específica. Asimismo, el conocer este lenguaje nos permitirá acercarnos a las significaciones de la realidad visual a partir del signo como realidad de representación. De igual modo, el lenguaje audiovisual nos introducirá en el contexto de su sistema semiótico y demás objetos característicos, a propósito de ir relacionándonos con las distintas formas en que se presentan los objetos visuales y auditivos manifiestos en los medios de comunicación social.

Por otra parte, hacer una lectura inicial de la radio es introducirnos en el discurso radiofónico donde la voz, la palabra, el ritmo, la música, los ruidos y el silencio son sus principales contenidos característicos, aunado por supuesto a su diversidad de géneros que lo conforman. Asimismo, la forma en que el discurso radiofónico estructura su programación construye igualmente un proceso de comunicación más allá de los contenidos reconocidos por la audiencia.

Igualmente, el lenguaje televisivo es pieza fundamental para ir armando todas aquellas informaciones relacionadas con los contenidos que emergen de la televisión. El estudio de su programación, la simultaneidad, la fragmentación y la combinación de distintos géneros edifican su unidad discursiva. Asimismo, las distintas enunciaciones de la imagen lo hacen ser un medio de comunicación social de los más complejos.

Una vez realizadas las lecturas introductorias acerca de los distintos lenguajes, es importante considerar la aplicación de ciertas técnicas y el uso de procedimientos metodológicos que nos permitan realizar una lectura científica, profunda y objetiva de los contenidos de la radio y la televisión en Venezuela. Este tipo de lectura, permitirá igualmente desentrañar lo oculto, lo escondido, lo inmerso en los mensajes. Hablamos del Análisis de Contenido como herramienta fundamental en pro de alcanzar resultados mediante lecturas precisas y acertadas de los contenidos ofertados por la programación de la radio y la televisión en Venezuela. Técnica que se pondrá

de manifiesto con el modelo metodológico que se presenta para la creación, diseño y modelo operativo del Laboratorio de Estudio y Análisis Permanente de la Radio y la Televisión en Venezuela (LaC).

Este modelo metodológico, el cual la veremos desarrollarse en el Capítulo V, no sólo tomará en consideración todos aquellos procedimientos por las cuales debe transitar un estudio de análisis de contenido, sino también delimitará todas las actividades y estrategias que deberían ser puestas en marcha de cara a la posibilidad real de instalar el LaC.

Se partirá del hecho de que existe una profundidad teórica y metodológica que sirve de base y soporte para la creación del Laboratorio de Contenidos. Igualmente la propuesta de un programa para el adiestramiento y capacitación de estudiantes de postgrado y pregrado como parte de las actividades y estrategias a seguir, supondrá un nivel de aprendizaje para el abordaje de los materiales a ser analizados. Este programa de capacitación, el cual hemos denominado “**LECTURA DE MEDIOS. Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela**”, establecerá de alguna manera las propuestas en cuanto a los tipos de enseñanza referidas a las investigaciones en comunicación social y los ciclos de cooperación académica. Asimismo, como ya habíamos dicho, la Guía metodológica mostrará cada uno de los procedimientos para la elaboración de análisis de contenido, partiendo de los pasos establecidos por un protocolo de investigación. Como primer paso, se delimitará el manual de instrucciones resumidos en el “libro de códigos”: segmentación del corpus y elaboración, registro y tratamiento de datos, los cuales se inscriben en una planilla o “ficha de registro”. Seguidamente se expondrán todas aquellas actividades y técnicas que permitan una recolección más amplia de los datos de cara a unos resultados más fieles y precisos. En este punto se determinarán las últimas actividades que deberán realizar tanto investigadores como codificadores y asistentes de laboratorio participantes. Finalmente se tomarán en cuenta los recursos humanos y técnicos necesarios para los fines de las investigaciones, así como el recinto donde supone debe operar el Laboratorio de Estudios y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y Televisión en Venezuela.

Capítulo I

La realidad como contenido del signo

El lenguaje audiovisual

Aunque la lingüística comprende al lenguaje como un sistema de signos estructurado de tal manera que permite su decodificación, fue Ferdinand de Saussure¹, quien promovió la idea de construir una disciplina que manejara nuevos conceptos teóricos que fueran capaces de explicar los procesos comunicativos que imponían los actos de habla, la semiótica. De allí la ruptura epistemológica entre la lingüística como la ciencia que estudia al lenguaje; y la semiología como aquella que estudia los signos y sus componentes: significado y significante.

Las construcciones teóricas de la semiótica, también semiología, han alcanzado el interés de las investigaciones que se han llevado a cabo en los ámbitos de la comunicación de masas, especialmente aquellos estudios ligados con los contenidos de los mensajes, formas y efectos.

No obstante, nuestro propósito en este capítulo no es precisamente realizar un estudio acerca de la ciencia semiótica, sino reconocer desde su perspectiva al lenguaje audiovisual como un sistema de signos integrados por otros subsistemas conformados por códigos.

Sistema audiovisual

Lo audiovisual se encuentra delimitado por la perspectiva biopsicológica, que consiste en estimular una reacción fisiológica mediante la percepción. Es decir, que la realidad estimula las percepciones a través del vínculo audiovisual como un cúmulo de signos de la realidad².

¹ DE SAUSSURE Ferdinand. *Curso de lingüística general*, Madrid, Akal, 1980, pág. 41.

² CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 307.

Dada esta consideración, habría que estudiar el lenguaje audiovisual desde la perspectiva de la semiótica. Por lo que desarrollar sus sistemas de signos es de capital importancia para su comprensión.

El Signo de la realidad representada

Siendo tan diversas las acepciones elaboradas en relación al signo, aún no surge una definición que agrupe todas las clases de signos que nos rodean. Esto precisamente porque cada acepción se encuentra sobre la base de unos objetivos específicos. Sin embargo, Umberto Eco, logra; encuentra una definición en relación al signo, la cual se expresa como “la correlación de una forma significativa a una (o a una jerarquía de) unidad que definiremos significado”³.

Según Cebrían Herreros, esta definición de Eco, estriba en la composición del signo. Por lo que insiste, se debe acudir a un concepto de mayor alcance: “aquello que al ser percibido conduce al conocimiento de otra cosa”⁴. Con esto se asevera que el signo asume una identidad que conduce a otra cosa distinta de sí. El signo puede sustituir un objeto que al mismo tiempo pueda ser signo de una realidad cualquiera, pero jamás podrá ser signo de si mismo.

El signo abarca tres elementos fundamentales: el significante representado o expresado en lo material, el contenido, su significado, Y el remitente a la cosa objeto, que sería su referente.

El aspecto material del significante en el signo audiovisual se ramifica en tres grandes conjuntos: los primeros son aquellos producidos por los significantes apreciables por los oídos, los signos auditivos. Los segundos son los percibidos por la vista (imágenes, gráficos, pictóricos) y los terceros son aquellos producidos por la combinación de significantes visuales y auditivos. Es decir, los significantes audiovisuales propiamente dichos.

³ECO Umberto. *Signo*. Labor, Barcelona, 1980, 2ª ed., pág. 169.

⁴ CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág.307.

El significante constituye el signo audiovisual de las imágenes y de los sonidos, el plano de la expresión. El significado por su parte, el contenido de la expresión. Estos dos planos de la expresión, según el ejemplo de Oscar Moraña⁵, se pueden observar así:

1.- Plano de contenido

- a) la materia que se refiere al sentido semántico. Es el tema o el contenido.
- b) la forma. Se refiere al tratamiento del tejido.

2.- Plano de la expresión

- a) la forma son las configuraciones audio-scripto-visuales: poliformas dadas entre imágenes, sonidos y textos; el montaje.
- b) la materia referida a los elementos scripto-visuales: imágenes en movimiento, ruido, sonido, palabras y música.

Dentro de las delimitaciones de los signos conseguimos: los modos de signos que se desprenden de los modos de significación debido a las relaciones existentes entre el significante, los modos de representación y el referente.

1.- El modo de significación consiste en la unión entre el significado y el significante. Es un proceso de significación donde no puede haber significado sin su significante. Es una estrecha vinculación correlacional donde uno conlleva al otro.

En torno a este proceso de significación se organizan tres ejes respectivos:

- a) El monosémico: consiste en la unión del significado y el significante producto del conocimiento de los signos implícitos antes de acceder a la interpretación.
- b) El polisémico: la unión múltiple entre significado y significante. Permite que el significante tenga varios significados. El significante “lobo”, por ejemplo, puede tener varias acepciones: depredador, cazador, animal, etc.

⁵ Citado en CEBRIÁN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 308.

c) El pansémico: admite cualquier interpretación. Alude a realidades abstractas. Más no establece un enlace con una realidad concreta. Algunos ejemplos de ésta unión significante-significado se muestra en la interpretación de la música o de las pinturas abstractas.

2.- Relaciones entre significantes y referentes.

a) Relaciones analógicas: se refieren aquellas que remiten al objeto significado. Por ejemplo, cuando en la pantalla del televisor se muestra la imagen de una silla, los niveles de iconocidad son semejantes entre la imagen y la silla como tal. Esto se debe a los altos niveles de iconocidad que se manifiestan en los sistemas audiovisuales. La realidad audiovisual amplía su gama de iconocidad debido a las relaciones con los objetos representados.

A estas analogías hay que sumarle la ráfaga de convencionalismos sociales, los cuales manejan cierto grado de iconocidad con respecto a la realidad abstracta sujeta a una actitud moral, política e ideológica. Un ejemplo de ello es la antorcha como símbolo de triunfo, libertad y competencia.

b) Relaciones causales: son las que insinúan una situación o cosa sin expresar abiertamente la idea. Estas relaciones necesitan de un aprendizaje previo acerca de los significantes con respecto a su referente. Dicho de otro modo, todo significante en esta relación remite a un referente como el efecto provocado. Esto es causa de que el significante “trueno” remite al relámpago como el causante de éste.

c) También las relaciones arbitrarias o convencionales establecidas por los propios signos simbólicos del sistema lingüístico. Estos se dan cuando dos significantes, por ejemplo de “sillas” y “mesa” remiten a una forma habitual de una mesa comedor; los significantes “libros” y “estantes” remiten a un lugar común de una biblioteca. He ahí la arbitrariedad dada en el uso de los signos surgida de la evolución histórica de la cultura de sus usuarios.

3.- Modos propios del significado. (Modos de representación).

Se refieren a la representación mental de las ideas, de los sentimientos y de los objetos. Pueden ser concretos, abstractos y emotivos. Los primeros realizan la representación del objeto físico, al que se le puede apreciar todas sus delimitaciones. Los segundos realizan la representación abstracta de una acción o cosa. Los emotivos, serían aquellos que representan una emoción en cualquiera de sus distintas manifestaciones.

El signo según sus modos estructurales

“Un modelo estructural es la representación o figuración abstracta de un campo semántico de unos fenómenos reales o sociales”⁶. Por ello la semiología se apoya en un modelo estructural a fin de organizar los sistemas de signos.

Esta perspectiva del signo tiende a manifestarse mediante tres dimensiones fundamentales:

- 1.- La semántica como la dimensión del significado de los signos, en tanto representación del signo con su referente.

- 2.- Relaciones establecidas de manera secuencial entre unos signos y otros, de acuerdo a ciertos parámetros de composición que dependen de: a) sucesión de secuencialidad de la imagen y los sonidos, b) del espacio válido para las representaciones visuales, c) de la combinación de las dimensiones espaciales y temporales de acuerdo a los ejes “diacrónicos-sincrónicos, y de la sucesión espacial.

- 3.-Pragmática: relación dada entre el signo, la unidad productora, el destinatario, la decodificación impuesta por éste y los efectos producidos.

⁶ CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 310.

Semiótica del contenido audiovisual

El lenguaje audiovisual agrupa en su estructura una serie de elementos que al conjugarse establecen un proceso comunicativo entre emisor (emisores) y receptor (receptores). Por ello debemos observarlo desde varios puntos de vista.

Desde la perspectiva de la lingüística encaja como un conjunto de signos, que además de que se relacionan entre si, son percibidos por los aparatos óptico, y auditivo. Por lo tanto en éste contexto, las relaciones se desarrollan en los planos auditivos y visuales. Igualmente el sistema audiovisual apunta hacia la combinación de signos que se integran tanto a un sistema o subsistemas, como a los comportamientos de los códigos.

Desde la semiótica, está dirigido a sintetizar las posibles integraciones de los diferentes subsistemas que en él acontecen. Se trata de un sistema de características distintas a los diversos sistemas que lo conforman. Es una fusión entre subsistemas que reúne a su vez un elevado número de componentes sensibles al oído y a la vista.

Así como el sistema audiovisual tiene la particularidad de agrupar subsistemas en un todo con características distintas a los que lo conforman, de la misma manera, adquiere también la acepción de aquel sistema de expresión que construye un universo posible de procesos comunicativos mediante sus signos

El alto nivel de complejidad del lenguaje audiovisual implica no sólo la combinación de subsistemas auditivos y visuales, sino que simultáneamente da origen a dos lenguajes por separado: auditivo y visual.

El auditivo se enfoca en evocar “imágenes acústicas”, por lo que su función se centra en establecer una relación de tiempo, más no de espacios. La fijación del mensaje no es constante, más si pueden ser registrados en las unidades de almacenamiento como cintas magnetofónicas, Cds, etc. Por sus características el emisor siempre es una fuente sonora. Desde el ámbito del receptor el empleo de la audición posibilita su objeto.

Por su parte los lenguajes visuales, se manejan en las relaciones de espacio. Establecen su relación de tiempo con respecto a su desarrollo, que puede ser

instantáneo, como el caso representado en las imágenes fijas, o imágenes en movimiento.

Los lenguajes visuales están enfocados en la representación técnica de la realidad. De reflejar la realidad. Reproducen imágenes de una realidad, además de que permite la interpretación visual de la misma.

Otra propiedad especial del lenguaje audiovisual, es su sistema copulativo, el cual, gracias a sus combinaciones de subsistemas en función de otro sistema, da origen a un nuevo lenguaje diferente al de sus componentes.

El lenguaje audiovisual también se estructura mediante ciertas sujeciones espacio-temporales ofrecidas por las imágenes y los sonidos. Las relaciones establecidas por el aspecto temporal se observan desde un eje diacrónico, que se refiere a los lenguajes que se desplazan en un tiempo fugaz; y el eje sincrónico, el cual se encuentra delimitado por un espacio de tiempo, donde podrían producirse, no sólo la percepción de imágenes y sonidos de forma simultánea, sino que además pueden establecerse una correspondencia entre imágenes y sonidos en tiempos compartidos; es una relación de un antes y después. Asimismo, el eje sincrónico infiere en las relaciones halladas entre imágenes y sonidos dentro de un mismo plano. De igual manera, el eje diacrónico, a través del montaje externo, infiere en las relaciones establecidas en las imágenes que pertenecen a un plano con respecto a otras imágenes y sonidos que pudieran pertenecer a un plano posterior o anterior.

De este cruce y nacimientos de elementos surgen⁷, tres divergencias importantes de apreciar.

1.- Las sincronías

Se refiere al camino que conduce al lenguaje publicitario. Es la multiplicación de los mensajes con igual o similar contenido, aun estando ausente el receptor de la sala donde se encuentre el televisor, por ejemplo.

⁷ CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 312.

2.- Las asincronías

Conjunto de palabras que se manifiestan y que se vinculan con algún contenido expuesto a través de imágenes, que bien podrían estar en movimientos o fijas.

3.- Las antisincronías

Radican en el hecho de introducir imágenes sin ninguna relación con lo que se escucha, con lo que se dice. Con lo que se lee. Es un ruido, producto de una interferencia en el proceso comunicativo. Las antisincronías podrían significar un claro obstáculo para la comprensión del mensaje manifiesto.

Como se dijo anteriormente, el lenguaje audiovisual logra agrupar, correlacionar y combinar, los distintos lenguajes que acontecen en su proceso comunicativo. Estos se organizan de acuerdo a unas dimensiones estructurales de las que surgen los ejes diacrónicos y sincrónicos respectivamente. De igual forma, a través de una sincronía se estructura una relación entre subsistemas que pertenecen a una realidad representada en imágenes acústicas: subsistemas de ruido, musicales, de silencio, de imágenes reales; subsistemas del lenguaje articulado (escrito) y demás subsistemas visuales.

Estos subsistemas una vez estructurados en función de un sistema nuevo pierden cierta autonomía. Asimismo, la estructura dada por la sincronía, manifiesta un eje de diacronías (sucesividades) que caracterizan los contenidos del lenguaje audiovisual.

Lo denotativo y connotativo del contenido audiovisual

La significación de las relaciones sintagmáticas resulta de la combinación de los elementos seleccionados del sintagma. Por ello, construir una estructura textual, radica en el manejo de dos niveles precisos de señalar: el connotativo y el denotativo.

De acuerdo a los planos de expresión y de contenido en los que actúa todo sistema de significación, se constituye tanto la denotación como la connotación. La denotación se encuentra estrechamente vinculada a la realidad referente, mientras que en la connotación intervienen los elementos de interpretación ofrecidos por el emisor como por el receptor con respecto al referente.

La significación denotada más inmediata la hallamos referida en las imágenes y en los sonidos, según la forma y los momentos en que se presentan dentro de un mundo colindante de captación selectiva. La denotación consiste en la significación esencial de objeto.

El grado de denotación resulta del nivel de las relaciones entre el significante y la remisión a los significados. Representa el lenguaje objetivo de la información. Es donde los sujetos actuantes, emisores y receptores entienden el mismo mensaje.

La connotación representa el conjunto de significaciones de orden secundario, pero que se asocian a la información primaria. Son las realidades resultantes de las vías asociativas que están determinadas por una relación de tiempo.

La connotación surge incluso, de manera imprevista, en el sentido de la posibilidad de asociación que tenga cualquiera de los elementos que componen al lenguaje audiovisual. Lo connotado consiste en la presencia de asociación no deseada, pero que el receptor decodifica. En relación a esto Cebrián apunta que:

La connotación, es un proceso en cadena. Es una denotación a la que se adhiere, se añade y se vincula algo nuevo... la connotación es todo aquello que se asocia semánticamente a la interpretación y tratamiento audiovisual de dicha información⁸.

En relación a esta apreciación, pudiéramos asumir que tanto la denotación como la connotación, aunque son procesos de significación jerárquicas: una primaria, y la otra por vía de asociación a la primera, colindan con una realidad resultante de los componentes, de los textos visuales, sonoros o audiovisuales. El montaje

⁸ CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 316.

televisivo es un ejemplo de este tipo de encadenamiento que sirve de aparato articulador. Recordemos que el montaje asocia significantes representados en imágenes y en sonidos, donde los mensajes denotan una determinada realidad cargada simultáneamente de distintas connotaciones.

La realidad a través de la imagen visual

Cuando hablamos de la representación de la realidad no podemos dejar de un lado a la imagen como objeto referente, y por consiguiente remitente de una realidad percibida.

La expresividad de la imagen depende de una mediación técnica-retórica que se interpone entre la realidad misma y lo que se observa a través de la pantalla.

Intervienen en esta mediación una serie de sucesos de características técnicas y humanas que hacen posible tal expresividad. Los recursos técnicos utilizados en esta mediación van desde el uso de las cámaras, las cuales trabajan de forma metonímica (captan el objeto como un todo), hasta las modificaciones que se implementan para captar la realidad (montaje) .por su parte, la intervención de los recursos humanos en esta mediación, se refiere a la incursión de un personaje que complementario: Interlocutor, presentador, narrador.

La mediación técnica está dirigida a ofrecer un enfoque bidimensional del objeto reflejado, como por ejemplo, la perspectiva visual causada por un espejo, quien presenta a la imagen como un reflejo de la naturaleza, pero con dimensiones distintas con respecto a las cosas reales. En este caso la “profundidad” de la cosa reflejada se presenta por vía de apariencia.

La imagen nunca muestra la realidad objetiva. Se enfoca en mostrar los signos de alguna realidad previamente reconocida, a fin de que sus códigos puedan ser interpretados. La imagen es la construcción de un sin fin de situaciones dadas en el mundo y expresadas como signos que lo reflejan.

La mediación retórica entonces, consiste en las diversas perspectivas y formas de interpretación que manejan los autores a objeto de hacer una combinación de

estructuras visuales. Esto se refiere a todas aquellas particularidades expresivas insertas en los equipos técnicos disponibles para la construcción de imágenes, escrituras y sonidos, bien desde sus aspectos dinámicos, como de sus estáticos, además de las características específicas que aporta el montaje a la imagen.

Los objetos de la realidad Natural

Dado que la interpretación de la imagen requiere del reconocimiento de la realidad, conlleva a pensar que la experiencia de los telespectadores, por nombrar un ejemplo, con el universo natural es fundamental para lograr el proceso comunicativo que sugiere una representación de la realidad.

Por ejemplo, cuando se conoce que mediante el frío o el calor los cuerpos suelen sufrir cambios en sus temperaturas habituales; o bien cuando por experiencia se conoce que el fuego produce quemaduras, y el frío congelamiento. Asimismo, debido a este conocimiento se puede percibir la forma de los objetos; su apariencia. No obstante sigue siendo una reproducción de la realidad. Por ello, el signo y la realidad no deben ser confundidos, puesto que un objeto en si mismo no puede ser su propio signo.

Jorge Urrutia⁹ delimita las relaciones de espacio que ocupan los signos y los objetos dentro de una realidad reproducida, además asume que las realidades y los signos están bien diferenciados. Los objetos por lo tanto, en ese sentido, pueden representar signos de otras realidades. Por ejemplo, un abrigo como objeto supone un uso determinado, pero en tanto signo puede referirse a otro cúmulo de cosas que se le son asignadas posiblemente por la cultura, los convencionalismos, la historia, etc.

De ahí, la defensa de la existencia de una semiótica del universo natural propuesta por Algirdas Julien Greimas donde afirma que se puede concebir las relaciones dadas entre los sistemas lingüísticos de la naturaleza y sus signos. Asegura

⁹ Citado en CEBRÍAN H. Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 324.

el autor que los signos y los sistemas de significación vienen dados no como referencias simbólicas de lo variable e invariable en un mundo natural, sino como un encadenamiento de correlaciones entre la realidad significativa y el nivel semiótico.

En todo caso, Greimas¹⁰ defiende la postura de que todo se manifiesta a través de los signos; y concibe a la realidad como una “aglomeración de signos” donde todos los objetos pueden transferirse una relación de causa y efecto.

Zoosemiótica

Dentro de éstas manifestaciones de los objetos encontramos a la zoosemiótica como la ciencia que estudia la comunicación animal.

El nivel de comprensión de éste sistema de comunicación implica estar especializado en el estudio de cada especie animal. Igualmente exige un alto grado de reconocimiento de las manifestaciones animales, y el sentido expresivo de las mismas, respecto a las vinculaciones que éstas tienen con las expresividades y las distintas manifestaciones humanas. Por ejemplo cuando notamos la presencia de un gato que se agazapa entre nuestras piernas, asumimos que es una manifestación de afecto, e igualmente es un llamado a una caricia. Esto ocurre en aquellas sociedades donde se le reconoce a los animales ciertos y determinados comportamientos con respecto a sus protectores o cuidadores. Contrariamente ocurre en aquellas sociedades donde se desconoce este tipo de manifestaciones por parte de los animales. Es decir, el sistema de comunicación animal, -la zoosemiótica-, se asume de acuerdo a los niveles de reconocimiento que tenga el hombre en torno a éste.

El hecho de que los animales sean objetos del mundo natural, significa que son signos que pueden al mismo tiempo remitir a otros objetos. Y en vista de que son seres vivos como el hombre, se manejan dentro de su propio lenguaje. Por ejemplo una hembra en celo podría manifestar una posibilidad de apareamiento.

¹⁰ GREIMAS.A. J. *En torno al sentido. Ensayos semióticos*. Fragua, Madrid, 1973, pág. 53.

El hombre por su parte, también pertenece al mundo natural, y por tanto un objeto que se desarrolla en el lenguaje de la acción y de sus movimientos; con las miradas que realiza sobre las cosas, con sus gestos y con el resto de expresiones que suponen la construcción de un sistema semiótico de la realidad icónica humana.

Con respecto a las relaciones que tiene el hombre consigo mismo, habría que considerar otras situaciones que giran en su entorno, tales como el uso de los lenguajes orales o articulados, por un lado, y por el otro, las amistades, las posturas que asume ante una realidad cualquiera, las ideas que manifiesta, así como el ámbito delimitado por las distancias, como el caso de la próxemica.

Próxemica

La expresión de las distancias escénicas se debió a la llegada de los medios audiovisuales. El hecho de que el hombre haga un uso determinado de sus espacios en los que realiza su dimensión social, marcó el nacimiento de una nueva ciencia, la próxemica. El objeto de estudio de ésta ciencia se enfoca en delimitar las relaciones espacio-temporales dadas entre emisores y receptores, así como las relaciones de distancias entre ambos.

Según la semiótica se pueden identificar cuatro tipos de distancias bien diferenciadas:

- 1.-Distancia íntima: se relaciona con la cercanía o lejanía que se tenga con sentimientos, como el amor o el odio.
- 2.- Distancia amistosa: tiende a parecerse a la distancia íntima, pero con la diferencia de que se asume racional y conscientemente.
- 3.- Distancia de las relaciones que el hombre tiene con su entorno social.
- 4.- Distancia establecidas entre las figuras públicas y la gente común.

Por lo general estas distancias ocurren especialmente en la televisión. Por un lado nos encontramos con la distancia entre un emisor y el telespectador, con respecto al espacio que ocupa el aparato receptor, en este caso, el televisor. Nos referimos a las distancias y espacios que ocupa cada uno con respecto al otro. Por otra parte, nos topamos con la distancia dada entre el personaje y la cámara, la cual puede cambiar el enfoque de acuerdo al plano visual y sonoro que se utilice. Finalmente nos conseguimos con la distancia psíquica, la cual podría considerarse como social, personal, íntima o pública, de acuerdo a la actitud que los receptores asuman en relación al nivel emocional y crítico ante una realidad ofrecida por estas distancias.

La próxemica en la televisión es de gran importancia, en el sentido de las decisiones que se tomen de cara a una manera de transmisión que se adopte, sea en vivo o diferida, así como el género, lo cual construye dentro de la próxemica unas distancias con respecto a los temas y los tiempos de transmisión propiamente dichos.

La escena audiovisual

Los elementos expresivos de un enunciado, los objetos y demás testimonios de una realidad pierden su autonomía y sus individualidades desde el mismo momento en que son capturados por la lente.

La autonomía se pierde precisamente por el mismo hecho de que los objetos se adhieran, se incorporen a un nuevo contexto; y en consecuencia asumen otras vinculaciones. En ese sentido, la lingüística interviene en tanto que se origina una coordinación de los objetos de representación de la realidad.

En relación a esto, Boudrillard destaca:

...los objetos, su sintaxis y su retórica remiten a objetos sociales y a una lógica social. A través de los objetos cada individuo, cada grupo, busca su lugar en un orden mientras trata de arrollar este orden de acuerdo con su trayectoria personal¹¹.

¹¹ BOUDRILLARD. *Crítica de la economía política del signo*. Siglo XXI, México, 1974, pág.14.

Este encadenamiento de signos, de significación, y de significantes, se denomina “puesta en escena”. Se trata de agrupar, combinar, seleccionar y presentar todos aquellos elementos compositores de una realidad. La puesta en escena se materializa, si se quiere de la expresión particular del autor (enunciador) en relación a la visión que tiene éste del mundo, o mediante el testimonio de la realidad tal como el autor la observa.

La puesta en escena resume de alguna manera las relaciones entre objetos-códigos y organiza de forma determinada la realidad que engloba el cúmulo de signos visuales. En ese sentido, los códigos en la obra visual y audiovisual funcionan mediante la comprensión de las funciones de la semiótica en tanto a formas interrelacionadas. Por lo tanto, la aproximación inicial y la articulación espacio-temporales de los elementos que conforman un acontecimiento sintetizan la función de la puesta en escena. En ese sentido, ésta técnica se establece en un tiempo exacto, pero a la vez, en un tiempo fugaz. Por ello, los objetos, animales y hombres nos situamos dentro de los parámetros del tiempo, pero en un espacio de dimensiones diversas, según sean las circunstancias. Por otro lado, el tiempo y las cosas que confluyen en la puesta en escena son efímeros; y cada elemento tiene un rango significativo distinto del otro. Es precisamente en ese espacio-tiempo que se pueden introducir otros sistemas de signos visuales.

El caso del teatro es un claro ejemplo de ello: los movimientos escénicos de los actores, la iluminación, los accesorios, entre muchas otras cosas que implica el montaje de la obra teatral. Lo mismo ocurre, aunque en otras circunstancias, dentro de la preparación de los programas audiovisuales de distintos contenidos, como los informativos, deportivos, o magazines, que igualmente son miembros de la escena visual.

Kinésica

Elemento fundamental en la información audiovisual. Se refiere al lenguaje del cuerpo en movimiento. Por tanto, forma parte de la puesta en escena. Al estudiar

los movimientos del cuerpo, los sitúa en una doble perspectiva: como lenguajes autónomos y como auxiliares del lenguaje hablado.

La mímica, por ejemplo, los gestos o la danza, representan parte de este lenguaje corporal. De entre éstos, la primera se ha destacado con un papel protagónico dentro del lenguaje audiovisual. En la época del cine mudo alcanzó el cenit de su esencia.

La mímica no sólo se enfoca en el hecho de imitar, también se refiere a la posibilidad de hacer llegar el mensaje a través de gestos, expresiones del rostro, ademanes, entre otros. Es el arte de la representación gestual. La mímica hace florecer el interior de los cuerpos al dejar traslucir la expresividad de quién la realiza, y la emotividad de quién la visualiza.

Pues bien, las manos manifiestan tanto ritos, como relaciones sociales. En el lenguaje audiovisual se emplean unas más que otras. Sin embargo, son los medios de comunicación audiovisual, quienes desarrollan el máximo de códigos kinésicos posibles. Actores, directores y presentadores, manejan un determinado número de elementos expresivos que pueden ser de primer orden, capaces de sustituir cierta cantidad de palabras innecesarias e inexpressivas que se manejan en el mundo escénico audiovisual.

A través de la mímica se sobrepasan, se traspasan las fronteras de la piel. Cosa que no pueden hacerse con los primeros planos en televisión por ejemplo. Los recursos del mimo en su gran mayoría, se ven reflejados en el rostro; dentro del rostro. Los gestos expresan la actitud y viveza del individuo. Y si bien el mimo expresa la emotividad en sus representaciones, pues ésta se puede apreciar a través de las puertas del alma, en sus ojos.

La kinésica abarca un gran campo en los códigos de expresividad. La mayoría se encuentran aglutinados en las manos. Los signos de las manos son los más antiguos. Desde las esculturas y pinturas prehistóricas, hasta las pinturas rupestres. Los signos de las manos representan una riqueza ancestral que se ha venido sumando de milenio en milenio y que aún permite que la gente, incluso muchas sociedades se manifiesten a través de las manos: los ritos danzantes de las tribus nigerianas, los

bailes de los antiguos egipcios con sus características posiciones de manos invertidas y en posiciones casi geométricas; las danzas de las mujeres de la India, los bailes de flamenco. Aunado a todo ello un sin fin de expresiones que se logran mediante distintas posturas y movimientos de las manos, y que al mismo tiempo representan un sin número de realidades. Por ejemplo, cuando al levantarlas de cara al cielo, podrían estar manifestando regocijo por el día soleado, o placer por las gotas de lluvia que caen sobre el rostro, o bien recibiendo los “poderes del más allá”. Un saludo de despedida, una estrechada de mano, etc. Todo esto refleja la vivencia de un legado ancestral que ha hecho posible una forma de comunicación entre los hombres.

La escritura en lo visual. *Sus recursos tecnológicos*

El novedoso mundo de la expresividad visual ha sido consecuencia, en gran parte gracias a los avances de la informática aplicada a los medios audiovisuales. Los sistemas de teleprinter, la infografía y los generadores de caracteres, son considerados de singular importancia para la información visual.

Las escrituras en solitario o en combinación son de gran valor expresivo al ser incorporadas en el mundo visual. Y aunque esta escritura no debe confundirse con la de la prensa, representa un concepto universal del lenguaje escrito, en términos audiovisuales.

La escritura visual utiliza todos aquellos recursos que el mundo audiovisual le permita. Los tipos, los colores, e intensidad de las letras por un lado, y por el otro, el soporte en la pantalla con respecto a las imágenes.

De igual forma la escritura visual, ha venido sufriendo transformaciones que han enriquecido su espectro, gracias a los soportes de la tecnología. Ordenadores y procesadores de palabras han hecho posible tales cambios tanto en la tipografía y topografía (configuración en la pantalla con respecto a las imágenes) como con los colores volúmenes e intensidad de las palabras o letras.

Estas herramientas contribuyen con la posibilidad de aportar mayor claridad en la composición de las pantallas, además de permitir la creación de columnas, situar

palabras, almacenar códigos en lugares específicos. Permiten jerarquizar fragmentos y bloques de almacenamiento de información, combinar párrafos, etc.

Los ordenadores permiten igualmente la posibilidad de acceder a la actualización de datos y correcciones ortográficas, entre otras funciones relacionadas con el uso de diccionarios propios del ordenador. Todo esto puede ser utilizado en función de crear imágenes visuales.

Videotexto y teletexto

Las modalidades de teletextos y videotextos, también son consecuencia del empuje vertiginoso que ha traído consigo el mundo de la informática. Estos sistemas han alcanzado un elevadísimo auge dentro de las distintas formas de tratamiento de las escrituras y gráficos presentes en los contenidos audiovisuales: cine, televisión y multimedia.

Estos sistemas trabajan sobre la base de codificaciones alfanuméricas y gráficos visuales creados en pantallas electrónicas que subordinan a la escritura a restricciones inexorables, las cuales establecen ciertas y determinadas configuraciones.

El videotexto y teletexto vienen a ser representaciones electrónicas de las escrituras visuales, los cuales se correlacionan, por un lado, con elementos de la escritura y el grafismo, y con elementos visuales de distinto tipo, por el otro.

La palabra escrita se convierte en imagen debido algunas formas expresivas y a una determinada configuración icónica. Sus rasgos denotativos asumen una transformación que dan origen a otros niveles de connotación, los cuales modifican al mismo tiempo su significado, cuyo resultado es una nueva denotación. El tratamiento informático que hoy día reciben los programas de televisión, han dejado de un lado los logotipos tradicionales para dar paso a un sistema de audio y escritura visual distinto. La escritura en el lenguaje audiovisual se encuentra en una constante transformación. Adquiere formas, colores, volúmenes y movimientos que ofrecen una lectura de éstos de forma simultánea. El tratamiento tecnológico de la escritura visual

hace posible la incursión de distintos elementos que completan la información. Es una conversión de la escritura a una nueva gama de simbolismos que generan nuevos campos de estudios, que bien podrían abordarse de forma particular, o bien integral.

La expresión Sonora

Quien percibe un sonido de algún suceso natural, lo hace dentro de los parámetros omnidireccionales. Es cuando el oyente resulta envuelto por tal sonido. Caso contrario ocurre cuando el oyente percibe algún sonido proveniente de alguna fuente técnica.

Para la composición de la expresión sonora se deben tomar en consideración las distintas características que lo envuelven. Son cuatro sus cualidades principales:

- 1.- La intensidad. Se refiere a la propiedad de un sonido de ser más o menos fuerte que otro. Cuantifica la potencia de la voz débil o estruendosa del quien la emite. Selecciona la más adecuada de acuerdo a la audiencia.
- 2.- El tono. Se refiere a la propiedad de elevación de los sonidos, en tanto de ser más o menos grave o agudo.
- 3.-El timbre. Reconoce la procedencia de un sonido. Es un componente que identifica la fuente productora de sonido con su carga de rechazo u agrado.
- 4.- Duración. Se refiere al tiempo en que un sonido se mantiene. Es la velocidad en la que aparece un sonido, sea ésta rápida o lenta.

Las características de los sonidos, en vista de que encuentran presentes en un sin número de mensajes, también repercuten en los sentimientos y estado de ánimo de los receptores.

El mensaje radiofónico, por ejemplo, se construye con todas las herramientas que arriba nombramos en función de hacer llagar el mensaje con mayor fortaleza o debilidad a la audiencia escogida para tales fines.

Los sonidos técnicos por el hecho de ser signos icónicos, representan la realidad sonora en mayor o menor grado. A este respecto Evelina Tarroni, apunta que

los recursos radiofónicos realizan “una representación del mundo construida por imágenes acústicas bien definidas por la variación de altura tonal, por la duración del sonido, por su dirección y por su distancia”¹².

Elementos de la expresión sonora

La expresión sonora logra formar su estructura de acuerdo a cuatro subsistemas expresivos:

La expresión oral

La expresión oral es un sistema de signos pertenecientes al ámbito de la lingüística. Se refiere a la composición de la fonología, de la fonética, de la prosódica y de la morfosintaxis. De éstas el lenguaje hablado en su acepción más coloquial. La palabra hablada podría representar la realidad mediante imágenes acústicas, más no todas las palabras tienen igual capacidad para la representación.

En este particular la expresión oral se diferencia en dos niveles: el primero pertenece al lenguaje verbal articulado, el lenguaje coloquial con todas sus peculiaridades y contextos. El segundo al lenguaje inarticulado, cuya referencia obedece a los sonidos o ruidos convencionales.

La música

Consiste en la articulación armónica de los sonidos. Es un subsistema enfocado en la edificación de un nivel de coherencia, que en concordancia con las unidades de signo con las instrumentación musicales y las voces humanas, logran una integración, que bien podría ser mediante la diversidad de voces en conjunto y

¹² TARRONI Evelina. *Los niños, la radio y la televisión* Studium, Madrid, 1962, pág. 20

agrupadas en forma de coros, o bien en solitarias; y, que según el nivel de entonación, timbre, duración e intensidad, repercuten en las sensaciones humanas y por ende subjetiviza el mensaje.

Los ruidos

El ruido tiene varios sistemas referenciales. Aquí nombraremos los dos más característicos.

1.- Aquellos sonidos en los que no se logra identificar el marco referencial al cual pertenecen. Son aquellos que propician una distorsión de la imagen acústica, y por ende deforman la realidad sonora al momento de sus intervenciones.

2.- Aquellos en los cuales si se logra apreciar el objeto de la realidad sonora referencial. Remiten a una realidad en la que confluyen distintos grados de iconicidad, precisamente por la producción de una imagen acústica icónica artificial.

El silencio

El silencio aunque representa ausencia de sonido, y que por si solo no está constituido por ningún signo; una vez integrado a los demás subsistemas: el ruido, la música y la expresión oral, puede alcanzar un nivel de significación.

La imagen acústica del silencio es creada mediante la carencia de vibraciones auditivas, que igualmente se encuentran sobre la base de un montaje sonoro u audiovisual. El silencio metafóricamente hablando se refiere a los puntos suspensivos del lenguaje hablado. Es el objeto sobreentendido por el oyente.

Capítulo II

Leyendo los Contenidos de la radio

El discurso radiofónico

El texto leído en radio debe cumplir con una particular integración entre la redacción del mismo y aquellos recursos que connotan el registro acústico, a fin de exponer al oyente la sensación de naturalidad y espontaneidad del discurso expresado.

Aunque se piense que la improvisación no requiere de ningunas consideraciones previas al acto mismo de improvisar, pues ésta necesariamente debe responder a tres reglas fundamentales: a) evitar hablar de lo desconocido, b) evitar desligarse del tema y c) liberarse fácilmente.

Si embargo, hallar las reglas de la improvisación es tarea difícil cuando existe un vasto repertorio de técnicas utilizadas por profesionales del discurso, especialmente los ligados a la radiodifusión.

Maurice Ajam precisaba para el año de 1938 que algunos fundamentos característicos para los oradores del siglo XIX dentro de lo que él llamó el “arte” de la improvisación:

La educación nos ha hecho visuales y no auditivos, pero es el oído lo que cuenta en un orador. Hay que hacer trabajar la memoria motriz de la articulación, entrenarse todas las mañanas con una corta improvisación en voz alta. Meditar el discurso en voz alta si es posible, meditar la forma tanto como el fondo, escuchar buenos oradores, hablar mucho, cuidar la dicción, llenar los oídos de bellos períodos sonoros, tener la audacia de afrontar el auditorio a menudo¹.

Así mismo, aunque los “códigos culturales” no lo consideren como un recurso expresivo positivo, la pausa o el silencio podría ser parte también del “arte de la improvisación” en tanto que se encuentra íntimamente relacionado con las reglas de la expresión verbal. El silencio al ser parte del repertorio de recursos técnicos y al ser utilizado como tal de forma apropiada, evitaría distorsiones dentro de los flujos de información sonora.

¹ Citado en BALSEBRE Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996, pág.38.

Por otro lado, el silencio o la pausa es necesario por razones de distinta índole, especialmente cuando existe una carencia en la preparación del tema, o cuando por alguna falta de motivación psicológica por parte del locutor, obligan a introducirlo de forma positiva en el proceso comunicativo emisor receptor, a fin de otorgarle al locutor un mínimo de tiempo para organizar y repensar lo que seguidamente dirá.

Ahora bien, existen parámetros de tiempo por los cuales las pausas deben regirse. Por ejemplo, si la pausa excede los dos segundos, podría ser considerada como una interrupción en la comunicación radiofónica. Por lo que racionar el tiempo de la misma es de gran importancia para los fines de la continuidad expresiva.

La voz y la palabra en radio

La palabra radiofónica, bien sea leída o improvisada; con o sin interrupciones obedece a una profunda interpretación lingüística de su contenido. El análisis de su sistema expresivo arroja una correlación con otras disciplinas que conjugan armónicamente con su significación semántica y con su sentido estético.

Hablar entonces de la palabra radiofónica en su sentido estético y semántico, es tomar en consideración su riqueza expresiva plasmada e cuatro factores., que según Rudolf Arheim, son: “intensidad, volumen, intervalo y ritmo”². No obstante, la palabra radiofónica merece ser considerada desde una perspectiva del análisis del lenguaje radiofónico que marque la diferencia entre la palabra radiofónica propiamente dicha, y el estado de la voz radiofónica conocida como la descripción del sonido verbal o sonido producido por la voz del locutor.

La palabra radiofónica representa el sistema semiótico de la radio, el cual se encuentra sobre la base de un soporte enunciativo. La voz por su parte es la descripción del sonido verbal.

La palabra radiofónica connota una acción comunicativa de un sonido verbal dentro de una función comunicativa.

² Citado en BALSEBRE Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996, pág.40.

La voz radiofónica sirve de fuente de energía para la creación de las palabras que enuncian significantes en pro de un proceso de acción comunicativa.

La palabra radiofónica reúne otros elementos constitutivos que bien pueden ser estudiados en profundidad, desde, como dijimos anteriormente, a través de estudios lingüísticos, entre otros, como los musicológicos, etc. Sin embargo, a continuación enunciaremos algunos de estos elementos a fin de abarcar una explicación resumida de los mismos.

Siguiendo a Balsebre, la palabra radiofónica, se define acústicamente por el “timbre, el tono y la intensidad”, como los elementos que determinan el “color de la palabra”³.

Balsebre, asume que el *timbre* está definido por tres factores:

1. Composición espectral, 2. Forma de los transitorios de ataque y extinción y 3. Número y distribución de las zonas formánticas. La variación de un timbre de un sonido, aquello que lo hace distinto, es consecuencia de las zonas formánticas o armónicos (frecuencia múltiplo de lo fundamental)⁴.

El *tono* constituye a través del reconocimiento, como parámetro fundamental, la voz masculina de una femenina. Por su parte, es la fuerza de espiración es la que demarca la *intensidad* de la voz. El ritmo respiratorio, que además de ser voluntario, es el que ejerce control sobre la intensidad de la voz. Esta función obedece a la modificación de la respiración con el objeto de alargar la espiración, dado que en la medida que se termina o se comienza cada frase se produce una inspiración.

La inspiración significa un espacio de silencio, que supone la producción de un material lingüístico que se producirá a continuación.

La melodía de la palabra define su grado de significación lingüística al momento de conjugarse la melodía y la entonación en la palabra radiofónica. La pronunciación de las palabras produce una curva que melódica que expresa de alguna manera la personalidad del hablante.

³ BALSEBRE Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996, pág. 46.

⁴ Ídem, pág. 46.

La melodía de la palabra radiofónica expresa, no sólo la dramatización de una realidad, sino también los diferentes matices de los elementos connotativos y semánticos y estéticos, los cuales se encuentran sujeto a su carácter polisémico.

La melodía expresa también elementos de continuidad mediante la agrupación sintagmático-asociativa de los diversos fragmentos del discurso radiofónico

La palabra armónica

Si partimos desde el estudio de la mímica como aquel lenguaje capaz de generar emociones tanto desagradables como agradables, comprenderíamos a la armonía como el repertorio de juicios estéticos que surgen del oyente como analizadores sonoros. La armonía representa un espacio psicoacústico que emerge de las notas resultantes de los sonidos acústicos. La misma nace de los límites dados entre la consonancia y disonancia –cualidad de los sonidos-, que una vez combinados producen efectos antes descritos.

La armonía viene dada por la yuxtaposición y superposición de las diversas voces de una secuencia, resultantes del conjunto sonoro, sea éste disonante o consonántico.

El Ritmo

Según la teoría física de la música, el aspecto físico- objetivo del ritmo vendría a ser “...la ley u orden de sucesión de los sonidos y de sus alteraciones, cuando estos forman grupos que se repite. Este grupo recibe el nombre de curso o período rítmico”⁵.

El fenómeno rítmico de la palabra radiofónica se debe comprender desde los conceptos de periodos y repetición. En un sentido, el proceso comunicativo que implica este lenguaje, define el ritmo que se presenta como la repetición sucesiva de los elementos sonoros manifiestos en el mensaje.

⁵ BLANXART, Daniel. *Teoría física de la música*. Bosch, Barcelona, 1958, pág. 116.

El ritmo genera una estimulación estética producto de la percepción del oyente por el mensaje recibido. Es el orden proporcional de los recursos sonoros.

La música

Representa la fuente creadora de la imagen auditiva, en la que converge una multiplicidad de sensaciones que elevan el conector estético del discurso radiofónico. Dentro de los aspectos físicos y acústicos de la música encontramos los tres elementos que arriba nombramos: el ritmo, la melodía y la armonía. Estos en combinación crean la base estructural del mensaje musical.

La música tiene un esquema, que aunque no vamos a precisar por no ser éste un estudio de musicología, lo vamos a nombrar, puesto que define el código de su composición:

Tema / transición / fase secundaria / grupo de notas terminales / resolución de temas.

Este esquema dentro de los aspectos físico-acústicos no hace más que mostrar una realidad fragmentada de lo que significa la expresividad comunicativa de la música. No así la información estética de esta, la cual también hace un aporte imprescindible, en tanto que describe la íntima relación del nivel connotativo dentro de su sistema semiótico. Por ello la información estética de la música ofrece un nivel de significación bastante amplio.

La música adquiere un valor específico más allá de los determinados por sus géneros y estilos. Por lo que tal valor hay que integrarlo al sistema semiótico del lenguaje radiofónico.

Por otro lado, mientras la experiencia de la perspectiva psicológica representa un factor fundamental para el estudio de las distintas formas de producción de los diversos mensajes musicales, por el otro nos topamos con que esa perspectiva no se admite por los fundamentos dogmáticos de la teoría musical.

El silencio

El silencio también adquiere cierta significación dentro de los códigos de lenguaje radiofónico.

Por el hecho de estar adscrito a los distintos sistemas sonoros, el silencio, representa igualmente una porción de la realidad construida por el lenguaje radial. De tal manera, que defina de forma interdependiente al igual que el sonido, el mismo sistema semiótico: el lenguaje verbal. Por lo tanto, adquiere mayor complejidad.

Desde el ángulo de la percepción del radioyente, el silencio no es aceptado como una ausencia de sonido, sino más bien como un objeto más del proceso comunicativo. Balsebre asume que la presencia del silencio en la comunicación radiofónica es percibida por el oyente como un ruido debido a dos factores preponderantes: uno es porque el radioyente no concibe integrar el silencio en el discurso de la radio, dada la falta de familiarización con sus diversos códigos; y el otro factor obedece al rechazo impuesto por el radioyente dado que los hábitos culturales del siglo XX dentro de los ámbitos de lo audiovisual descartan el valor comunicativo del silencio.

El silencio radiofónico forma parte del gran conglomerado de sistemas que definen los distintos códigos del lenguaje radiofónico. Son los valores preceptivos de la atención, los que crean un problema dialéctico entre la ausencia y la presencia de este sistema como parte del espacio de la realidad. El silencio radiofónico se expresa a través de secuencias de signos que se constituyen en unidades de *silencio / sonido / silencio*.

La imagen sonora visual

Representar la realidad referencial; describir los factores de verosimilitud y de ambientación, así como el hecho de alimentar al oyente de coloridas ideas, son también funciones del lenguaje radiofónico de cara a la construcción de una imagen visual. Estos son, los efectos sonoros.

El nivel de significación de los efectos sonoros define una posible visualización de un determinado paisaje acústico en el radioescucha: el ruido de un avión, la ráfaga de viento, el sonido aglutinado de las gotas de lluvias, etc. El radioyente reconoce el efecto sonoro a través de la agrupación de una serie de ideas, que a su vez hacen la función de reproducir una imagen auditiva.

El carácter connotativo del efecto sonoro viene dado por la yuxtaposición o superposición de la música y la palabra radiofónica. Es una integración de varios elementos de los distintos sistemas expresivos que se agrupan en el lenguaje radial, lo que constituye una genuina significación radiofónica del efecto sonoro.

Mario Kaplun, divide el efecto sonoro en cuatro funciones básicas que realzan los efectos denotativos y connotativos de éste elemento: “función ambiental o descriptiva, función narrativa, función expresiva y función ornamental”⁶.

Función descriptiva

Se refiere a la restitución de la realidad objetiva “denotándola semánticamente”. Es la congruencia de los elementos sonoros de la acción representada en una imagen sonora. Es decir, que los elementos que representan el sonido de la lluvia, enuncian la imagen de lluvia.

La función descriptiva del efecto sonoro no sólo identifica la acción del espacio visual, sino también representa automáticamente al objeto de percepción visual. Es también un factor de verosimilitud dado que ofrece, la sensación de realidad de estar en un ambiente determinado. De igual forma, esta función sirve para excitar la producción imaginativa del radioescucha.

⁶ Citado en BALSEBRE Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996, pág. 125.

Función expresiva

Transmite los estados de ánimo distintos dentro del efecto sonoro. Representa el grado de significación simbólica que trae consigo el objeto ambientado, y la realidad que produce éste mediante la percepción del radioyente. Es la analogía de lo que representa el efecto sonoro con respecto al nivel connotativo de la descripción. Por ejemplo, el efecto sonoro del trueno, podría significar por convenciones culturales un sin fin de cosas, pero de las referencias que más se manejan son las relacionadas con la “fuerza y la tormenta”. Igualmente ocurre con el sonido de un aullido de un lobo, que podría significar metafóricamente el asecho, el peligro en una noche oscura; también puede producir la sensación de espanto o miedo.

Función narrativa

La articulación por yuxtaposición de los segmentos sonoros es lo que logra una realidad temática de distintas secuencias radiofónicas, cuya función es la de ofrecer una continuidad narrativa al efecto sonoro mismo.

La función narrativa viene a ser otra particularidad del sistema semiótico del lenguaje en radio. Se produce a través del nexo existente entre secuencias, dimensiones espaciales-temporales y bloque temáticos de la propia narración.

Una de las funciones más importante de la función narrativa, es apoyarse en la palabra a fin de establecer una secuencia entre el efecto sonoro y la narración. Es decir, esta función le ofrece a la palabra una connotación correlacionada con el efecto en curso. Un ejemplo puesto por Balsebre es el siguiente:

... bajo la lluvia torrencial suena la campana dando las doce; desvanecimiento de la acción sonora a través de “fade out” del efecto sonoro de “lluvia”. Silencio muy breve. Efecto sonoro de “canto de gallo”. Efecto sonoro de “trinos de pájaros”. El radioyente comprende inmediatamente que la tormenta ha cesado, ha pasado la noche y ahora estamos ante un tranquilo amanecer⁷.

⁷ BALSEBRE Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996, pág. 130.

Otro aspecto de la función narrativa de los efectos sonoros, es el hecho de identificar una acción, o bien un sujeto de la acción en función de describir el relato radiofónico, lo que otorgaría al efecto una verosimilitud en la narración. Tomando el ejemplo anterior, si entre la yuxtaposición y superposición de los efectos sonoros “lluvia” y de “campana”, se escucha la voz de algún sujeto diciendo: “aún llueve” el efecto sonoro de la función narrativa en forma de continuidad y secuencia, pasaría a ser un efecto sonoro descriptivo de la realidad ambientada.

Función ornamental

Determina la relación afectiva del radioyente con la imagen auditiva. Por lo tanto, define un mensaje estético, más no semántico. La función ornamental, al igual que la función narrativa, describe tanto al sujeto como a una acción determinada. Otorga los elementos sonoros que definen una imagen y un ambiente. Además, representa la composición imaginativa visual que se inserta como un código adicional dentro de la complejidad del lenguaje en radio.

Esta función también se refiere a la representación del diálogo de voces, superpuestos sobre un conjunto de efectos sonoros dados por la función narrativa: la palabra y el conjunto de los efectos sonoros como primer y segundo planos respectivamente.

La construcción del discurso radiofónico trae consigo una función comunicativa que es su razón de ser, la de crear significados de forma coherente (mensajes). Como vehículo difusor de información, la radio recrea en el receptor un ambiente cargado de imágenes sonoras que debido a sus diversas formas de expresión, por demás sucedidas unas tras otras de forma organizada e ininterrumpida, realzan en los radioyentes los niveles, tanto de efectividad, como los de emotividad, dando lugar con ello un discurso legítimamente genuino.

Entre las diversas formas de expresión que se conforman de manera simultánea en el lenguaje radiofónico, conseguimos las siguientes:

El relato

El lenguaje radiofónico propone un código imaginativo-visual que es interpretado por el radioyente, dándole así distintos grados de significación a los mensajes que se emiten a través de la radio.

Por ello, la percepción del radioyente es un factor preponderante en la decodificación y en la construcción de escenarios auditivos y de imágenes acústicas implícitas en la secuencia del discurso radiofónico.

Desde ese ámbito, el relato radiofónico es dado por el sintagma, el cual construye igualmente el carácter secuencial del discurso radiofónico, dando paso a la producción imaginativa-visual del radioyente. De modo que, los niveles de significación semántica entre el efecto sonoro y la imagen acústica construida y la relación existente entre el radioyente y la realidad percibida, quedan claramente establecidos.

Según esta perspectiva del relato radiofónico, podemos clasificar al sonido como signo en cuatro elementos fundamentales:

- 1.- Las unidades de tiempo representadas en secuencias sonoras.
- 2.- Situaciones ambientales dadas como unidades de contornos
- 3.- Unidades de distancias establecidas por los planos sonoros
- 4.- Unidades de movimiento dadas por combinación de planos y secuencias acústicas.

La integración de estos cuatro elementos ofrece al radioyente la posibilidad de percibir una imagen visual expresada como una microestructura que define unidades de secuencia y unidades espaciales. Las primeras se refieren a distintos ambientes, movimientos y perspectivas. Las segundas, a unidades de tiempo. En tal sentido, estas unidades constituyen un sistema ordenado de la realidad y contexto radiofónico.

La puesta en escena del lenguaje radiofónico

Veíamos anteriormente como el radioyente construye una realidad mediante el relato radiofónico. Descubrimos que a través del sistema sintagmático se elabora una continuidad narrativa o secuencial que define varios niveles de significación dentro del discurso radiofónico; lo que significa igualmente un encadenamiento de significantes dentro de una estructura lineal y ordenada en un tiempo determinado dado por la percepción del oyente.

Todo este agrupamiento de elementos sonoros que se dan mediante las relaciones entre sintagmas y demás unidades, como los planos sonoros y las diversas secuencias, además de la construcción sintagmática del radioyente, surgen gracias al montaje radiofónico.

El montaje radiofónico se elabora sobre la base de un sin fin de posibilidades expresivas que darán como resultado, todas aquellas relaciones que ya hemos nombrado.

Este sistema apunta a la producción y reproducción de los sistemas de la radio, por lo que significa un proceso técnico que permite en gran medida mejorar y manipular tanto electrónicamente como mecánicamente el repertorio de posibles formas de expresión, como los fragmentos que se utilizan para crear la realidad sonora.

A través del montaje radiofónico, se pueden mutilar y alterar los atributos naturales de las fuentes sonoras.

Esta variación de los atributos de las fuentes, se da precisamente por el manejo determinado de los equipos técnicos que conforman una emisora de radio.

El montaje responde en la mayoría de los casos al hecho de poner la tecnología a la disposición de los creadores de mensajes radiofónicos.

El montaje radiofónico se caracteriza por yuxtaponer y superpone de forma sintagmática los diversos componentes sonoros y no sonoros de la realidad construida: el silencio, la palabra, la música, los efectos sonoros y demás elementos

de manipulación técnica que hacen posible la realidad a la cual nos referimos, la radiofónica.

Se trata entonces de recrear una realidad definida por una relación espacio-temporal, dada por la continuidad narrativa y los recursos sonoros puestos en marcha para fines consiguientes.

El montaje radiofónico, se refiere igualmente al hecho de dotar a la imagen sonora de elementos que realcen el objeto en cuestión, así como, la de otorgarle una connotación comunicativa que articule y produzca en el radioyente la más claras de las realidades sonoras.

Un paréntesis

Así pues, el recorrido que hasta hora hemos hecho es con la finalidad de reconocer los elementos más característicos del lenguaje radiofónico. Este pasaje a su vez nos ha hecho comprender algunas de las expresiones comunicativas del sistema semiótico de este lenguaje, así como otras características referidas a la percepción y creación de realidades, entre otras cosas. No obstante, dejar de un lado el fin último de estos elementos no sería apropiado y daría una idea inconclusa. Por ello, es importante hacer un paréntesis en el *mensaje* radiofónico, como parte esencial del conjunto de elementos que conforman el lenguaje del cual venimos haciendo referencias.

El mensaje radiofónico viene determinado por los códigos de su sistema semiótico, los cuales elaboran su estructura desde el montaje radiofónico, que, como dijimos atrás, agrupa una serie de formas expresivas de la cual resultan enunciados significantes que hacen posible una realidad referencial. El mensaje entonces, es la acumulación de esos distintos elementos de forma sucesiva y organizada sintagmáticamente, que al ser percibidos por el radioescucha en todas sus dimensiones semánticas y estéticas, se conjugan en una función comunicativa. Función esta que manifiesta la superposición de los niveles connotativos y

denotativos, que excitan de manera sorpresiva y emocionante la sensibilidad del radioyente; lo que hace de esto, un lugar para la información.

En la explicación que nos ofrece el concepto de mensaje radiofónico, logramos identificar que el mismo, se encuentra sobre la base de contornos. Pues el soporte de estos contornos, se encuentra precisamente sobre la base física y psicofísica ofrecida por el texto.

Debemos tomar en consideración que el texto es una construcción de sintagmas (dos elementos en una microcadena), que puede ser segmentado en tanto que existan elementos por separados, que al momento de combinarlos puedan dar como resultado una continuidad narrativa o narración radiofónica. Por lo tanto, entender esto es precisamente tomar en consideración que una narración radiofónica, se realiza con los elementos que conforman los códigos del lenguaje radiofónico propiamente dichos, mientras que el texto se refiere al aspecto sonoro compuesto por las imágenes sonoras.

A este respecto pudiéramos considerar que el texto radiofónico, se constituye mediante cuatro unidades narrativas bien características:

- 1.- el texto narrativo se debe a la combinación de unidades independientes: sonido, palabra u todo lo que conforma su significación semántica.
- 2.- la combinación secuencial de las unidades semánticas. Recordemos que el sintagma es la yuxtaposición de los planos sonoros. Es decir, la secuencia sonora está representada por una unidad sintagmática.
- 3.- elementos dados por una microcadena de frases. Es el nivel de la estructura significativa sobre la base de una secuencia lineal y organizada en el tiempo. Cabe destacar aquí, que la extensión de las secuencias por la yuxtaposición de los elementos que constituyen el encadenamiento podría llegar a ser ilimitada.
- 4.- la temática, define la acción, los objetos e identifica los sujetos implícitos en la narración. Es la información del acontecimiento. Es el suceso.

Programación, géneros y contenidos radiofónicos

El discurso radiofónico, el que escuchamos, lo que imaginamos. Aquellos colores y elementos superpuestos y yuxtapuestos de forma sucesiva y continua en una relación de tiempo Ese que se conjuga de tal manera, que permite una construcción de la realidad mediante la percepción de las imágenes sonoras. Ese discurso, se encuentra más allá de la improvisación y de la simple manipulación de los elementos de recreación imaginativa. Se encuentra delimitado por el nivel de significación otorgado, por el lugar que ocupe dentro de un contexto programático previamente diseñado por la emisora radial. Hablamos de la programación.

La programación es la que determina el factor espacio-temporal de los contenidos. Gracias a ella es que todo programa se encuentra delimitado por un horario específico, salvo que ocurran imprevistos que permitan la flexibilidad de dicha programación. Por su parte los programas, también se conciben como parte de la programación, por lo que su significación, igualmente viene dado por el espacio que ocupen en la misma.

En cuanto a los programas como géneros, podemos conseguir una gran gama compuestos tanto por contenidos específicos, como por diversas características, según sea el caso. No obstante, el estudio del lenguaje radiofónico, sus unidades y elementos que lo conforman, hasta ahora nos han dado la introducción de lo que pudiéramos definir, como componentes de los contenidos que emite la radio como medio de comunicación de masas. Sin embargo, el estudio del lenguaje radiofónico nos introduce en una etapa inicial de lo que son los contenidos implícitos en el mensaje sonoro.

En vista de esto, es importante complementar ésta lectura del lenguaje radiofónico haciendo una parada por lo que son otras formas expresivas de la radio, en relación a la difusión de sus mensajes e imágenes visuales.

Estos otros elementos vienen dado por la configuración de las estructuras de programas. Son agrupaciones de contenidos con un fin determinado, que a su vez pueden expresarse a través de distintos formatos, los géneros radiofónicos.

Dentro de la concepción de programa radiofónico que otorga Mariano Cebrían Herreros, podemos hallar que:

El programa es continente y contenido. El programa como género es un continente de contenidos, los configura y los modifica... se concibe como un conjunto de contenidos sistematizados dentro de una duración determinada conforme a una unidad y coherencia de tratamiento, estructura y tiempo para ser difundidos en una programación⁸.

Es por ello que la planificación de la programación es determinante con respecto a lo que se quiere transmitir. Se realiza sobre la base, de una serie de previsiones que se encuentran enmarcadas en un espacio y tiempo determinados, a fin de que puedan llevarse a cabo, tanto en un corto, como mediano y largo plazo.

Las emisiones representan las distintas producciones, que serán transmitidas en unos días y en unos horarios específicos. La programación es el proceso de comunicación, que se efectúa a través de las emisiones propias de la planificación, lo que establece aún compilación de relaciones entre emisores y receptores.

Dosificación de los contenidos

En cuanto a la dosificación, nos encontramos que se refiere a la colocación de los distintos contenidos según ciertos criterios predominante. La dosificación de los contenidos muchas veces se realiza bajo ciertas consideraciones que se toman en torno a las funciones de los medios. Es decir, que en su gran mayoría la radio centra sus esfuerzos en contenidos informativos, de entretenimiento y en la producción de otros ligados a los ámbitos educativos y culturales. Esto, por lo general repartido en

⁸ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 443.

porcentajes iguales, dejándole un 10% a la creación de contenidos persuasivos, como la propaganda, la autopromoción y la publicidad⁹.

En la actualidad, la dosificación no hace un equilibrio dentro de los contenidos, sino que reparte unos y otros contenidos. Por su parte, la ordenación busca la combinación de unos contenidos después de otros. La ordenación es un “supermontaje” donde la base no son precisamente las escenas o secuencias, sino unidades establecidas con interrupciones de autoprogramación publicitarias o sin ellas. Estas unidades son expuestas muchas veces como programas. “el supermontaje establece también el ritmo de la programación según la duración de cada programa y la organización narrativa interna de los mismos”¹⁰.

Pues bajo estos criterios es que se lleva a cabo una programación radiofónica. No obstante, para que la misma pueda materializarse dependerá de los recursos para su realización. Estos son tanto recursos humanos, como técnicos. Los primeros, son aquellos que apuntan a los números y niveles de competitividad y productividad del personal técnico. Los segundos, se refieren al ámbito de cobertura y potencia de cada emisora, así como el nivel tecnológico y equipos técnicos.

Por otra parte, conseguimos que la programación se organiza de acuerdo a tres grandes dispositivos de contenidos: Macrounidades, unidades y microunidades.

Las macrounidades, agrupan una serie de contenidos que su vez engloban varios programas, los cuales se expresan de forma continua bajo tres modalidades principalmente.

A) Constantes: se refieren a las repeticiones de los contenidos cada determinado tiempo. Aunque cambian el contenido específico, suele mantenerse su organización como los presentadores y el enfoque. En ese sentido, la audiencia conoce la programación, por lo que sabe que y cual programa será transmitido.

⁹ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 421.

¹⁰ Ídem., pág. 421

B) Escalonadas o seriadas: es la homogeneización de la coherencia y la estructura de los contenidos. Es una continuidad de un género que se desarrolla todo un día, o que su programación está hecha para toda una semana. Por ejemplo, las que encierran contenidos culturales o una serie de documentales bajo un mismo formato, o bien contenidos deportivos.

C) Alternas: son aquellos contenidos de los noticieros que aparecen de forma intermitente en la programación. Es una continuidad informativa que hace su aparición en algún otro programa que siga una noticia. En este aspecto se le otorga relevancia a noticia que acarreen gran interés, tanto así que podría llegarse a interrumpir, si es necesario, una programación a objeto de dar seguimiento al hecho noticioso hasta llegar al noticiero donde se le dará mayor amplitud a dicho hecho.

En las *unidades de emisión* la estructura de contenidos es más reducida. Las unidades de programas suelen ser consideradas de manera aislada, por lo que el tiempo de duración entre una y otra varía según su contenido. Por ejemplo existen programas de cinco minutos, como los de media hora y los demás de dos horas.

Microunidades: se trata de la posibilidad de incorporar contenidos diferenciados y con cierta autonomía dentro de unos programas determinados. Aparecen algunas veces en los magazines y noticieros, que por lo general cuentan con un presentador propio. La diferencia de estos contenidos radica precisamente en el grado de “autonomía” que agrupa, lo que hace reconocer su identidad unitaria.

Algunas consideraciones acerca de los tipos de programación

Existen varios modelos y enfoques de la programación, los cuales se establecen en la mayoría de los casos por sus contenidos y por el tipo de emisoras. Hay programaciones con contenidos destinados un público específico. Por ejemplo, las emisoras que producen contenidos deportivos, suponen una audiencia que se enfila por escuchar programas deportivos. Sin embargo, nombraremos algunos modelos que nos podrán acercar un poco más a este respecto.

1.- Según sean sus contenidos, la emisora puede establecer dos formas de programación.

- A) *La programación generalista o convencional*, la cual oferta contenidos variados, debido al uso de todos los géneros posibles, sean estos informativos, de ficción o de entretenimiento. Se caracteriza por estar dirigido a toda aquella audiencia potencial de las emisoras, bien sea fragmentada, homogénea o heterogénea.
- B) *La programación especializada*, se refiere a que podría tratarse de una emisora de contenidos especializados, o bien especializada en una fracción del contenido la programación. El primer caso se refiere, a que la emisora presta especial atención a un sólo tema por programa o a un sólo tema por programación, haciéndola monotemática. En el segundo caso, no sólo se enfoca en una parte de la programación total de la emisora, sino también que se genera por otros factores como el hecho mismo de estar dirigida a una audiencia en particular.
- C) *La programación especializada en tratamientos o formatos*. Por ejemplo las enfocadas al ámbito musical. Este tipo de programación coinciden en gran mayoría, con otras que ofertan sus contenidos a la misma hora y con las mismas características. Esta tipo de programación, según Cebrían, se refiere a:

“...una estrategia similar de concertación de los mismos tipos de contenidos a las mismas horas. Así es la programación de los noticiarios, de los magazines, de las transmisiones deportivas, de la difusión musical, etc.”¹¹.

2.-Ahora según sean sus estructuras, las emisoras pueden girar en torno a tres modalidades de programación.

¹¹ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 426.

- A) El *mosaico*: es la construcción paulatina de la proposición programática global de los contenidos, mediante la yuxtaposición de programas de corta duración, donde la continuidad viene dada por la contigüidad existente, sin presentar ninguna relación con sus contenidos; y aunque la información pondría estar programada para ciertas horas, tampoco presenta conexión alguna con programas anteriores o posteriores y tampoco con sus presentadores.
- B) Los *bloques*: se establecen sobre la base de la diversidad de contenidos, pero con cierto nivel de coherencia y unidad con respecto a los demás temas. Es una introducción de microespacios particulares que pueden integrarse de forma inmediata a la programación. Por lo general, se establece un orden en la correlación de unos contenidos con otros.
- C) La *continuidad*. Es el elemento conductor de la programación. Ofrece la información de forma inmediata y permanente, independientemente cual sea su procedencia, internacional o nacional o bien creada por la propia emisora. Se refiere a un tipo de programación permanentemente abierta a cualquier tipo de información o noticia de interés. Permite el seguimiento del acontecimiento, introduciendo elementos que van aportando nuevos datos al acontecimiento emitido. La continuidad en la radio es también la búsqueda de un programa idóneo que concilie tanto con los aspectos informativos, formativos y de diverso índole a fin de que no se establezcan amplias diferencias entre unos y otros contenidos. Salvo los noticieros, donde las exigencias informativas son bien establecidas.

3.- La *programación caracterizada por períodos estacionales*, se refieren a un tipo de programación construida en función de cubrir una época del año. Algunas emisoras mantienen un esquema de programación cada tres meses, donde a lo largo de este esquema se deja introducir elementos novedosos que complementen los contenidos. Estos cambios de la programación de acuerdo a la época del año también resultan del comportamiento de la audiencia, en el sentido de que los públicos asumen una

conducta en cuanto al consumo de contenidos de acuerdo a una época en particular. Por ejemplo, la época decembrina o de carnaval. La idea de este esquema, es prever para cada estación del año cierta programación que cubre las expectativas de la audiencia.

Entre este tipo de programación se observan también las construidas bajo esquemas de distintas características.

1.- Esquema de cadencia semanal

Se construye según los cambios de hábito de las audiencias. La programación en los días laborales podría ser diferente a los no laborales, que por lo general son los fines de semana. Se refiere a la adaptación de las emisoras y su programación de acuerdo a las costumbres de la audiencia y el comportamiento de ésta en días específicos, ejemplo citado en el apartado anterior.

2.- Esquemas estratégicos de acuerdo a las relaciones entre emisoras

Es un esquema construido bajo los propósitos de encadenar un tipo de programación, especialmente en las emisoras pertenecientes a un circuito o red propietaria. En estos casos se diseña una programación con parámetros que puedan ser cubiertos por las emisoras incorporadas. Del mismo modo, se les otorga a dicha programación una determinada relación espacio-temporal, un tiempo de duración, donde se programan ciertos servicios informativos que puedan cubrir algunas necesidades específicas de la comunidad donde la emisora esté establecida.

3.- Esquema de programación según la audiencia

La programación se edifica según sean las características de los grupos destinatarios. Se intenta responder a las expectativas de la audiencia, creando no sólo una programación heterogénea para todos los públicos, sino también construyendo

otro tipo de programación dirigidas a cubrir necesidades específicas según el tipo de receptores.

Existen programaciones destinadas a niños y jóvenes adolescentes, como también existen programaciones infantiles y juveniles bien diferenciadas. Hay otras programaciones destinadas a un público específico estratificado por la edad, el sexo, incluso por el grado de instrucción. Por lo general, este tipo de programación se enfoca desde una perspectiva científica en función de trazarse objetivos cada vez más claros de acuerdo a comportamientos y gustos de la audiencia.

De los contenidos y de los programas

Dijimos anteriormente que el programa es “continente y contenido” y que cómo género también representa la misma característica.

Todo contenido se comprende como la producción de un texto radiofónico donde convergen la cohesión y la coherencia, entre otras cosas del discurso.

El contenido, es el producto de una sistematización de criterios que encierra cierta relación armónica y coherente con respecto a los objetivos de la emisora y las expectativas de la audiencia. Según su selección y ordenación los contenidos podrían estar enfocados en la construcción de un género como el informativo o el magazine, o bien podrían estar diferenciados por el orden y tema. Es decir, que las orientaciones de los contenidos pueden estar dirigidas hacia una actitud generalista o especializada.

Los contenidos pueden caracterizarse y diferenciarse unos de otros según hayan sido concebidos; según sea la construcción de sus discursos. Pueden ser informativos, culturales, de ficción, de entretenimiento, publicitarios, persuasivos, de autopromoción, propagandísticos, etc.

En el género informativo podemos encontrar una carga de contenidos fundamentalmente informativa.

Los contenidos también se encuentran determinados por una relación espacio-temporal. Su elaboración se encuentra sujeta y determinada por un tiempo de duración dentro de un horario previsto en la programación.

En el caso de los géneros informativos, nos encontramos que los programas expresan la información como una macrounidad intermitente. Muchas veces, representa el único contenido que se programa de forma reiterada en el transcurso de cada día. En vista de que la intermitencia permite la continuidad, pues la reiteración se concibe como una acumulación y seguimiento de los contenidos, más no como una repetición de los mismos.

A diferencia del resto de los contenidos de carácter generalista para una audiencia heterogénea, los contenidos informativos radican en la exigencia de una inmediatez que muestre un carácter de actualidad. Esto requiere de que los contenidos sean transmitidos en unos horarios fijos y puntuales para con la audiencia que los escucha. Estas características hacen que los contenidos de corte informativos ocupen un espacio predilecto dentro de la programación ofrecida por las emisoras.

Otros contenidos son los que encontramos en las emisoras que manejan programación especializada. Por ejemplo, existen programas con características referidas únicamente al tema de la música clásica; o programas enfocados en el tema de la salud; o los de ficción.

Sin embargo, la radio presenta un dinamismo que muchas veces conlleva a la búsqueda de un equilibrio de sus contenidos. Las emisoras de programación generalizada buscan establecer una especie de combinación entre la información y el entretenimiento. Por ejemplo, si es una entrevista, se introduce repentinamente un hecho curioso o noticia deportiva o de farándula.

Si Mariano Cebrián Herreros considera que “el programa como género es un continente de contenidos”¹², pues entonces pudiéramos entender a los programas como la agrupación de contenidos sistematizados; coherentemente estructurados, con un tratamiento específico a objeto de ser difundidos en una hora prevista y con un tiempo de duración específico.

¹² CEBRIÁN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 443.

En este sentido, referirnos a programas es tratar igualmente el tema de los contenidos en tanto que éstos en su conjunto forman un programa. Un programa está compuesto por una serie de contenidos determinados por el género. Es decir, los programas son definidos por sus contenidos y por sus temáticas. Un ejemplo de ello sería un programa de género informativo -noticiero- con contenidos de corte noticioso.

Todo programa debe responder a un tratamiento y a una estructura delimitada y coherente. Debe de la misma forma estar caracterizado por un título, por un presentador general, el cual da paso a otros de secciones distintas. Todo dentro de una unidad programática que cumpla con:

-Una programación general o macroestructura que distribuya los contenidos de la misma en un sentido correlacionado.

-Una estructura que otorgue coherencia y unidad a todas las partes propias de los aspectos referidos en el tema. Aquí se establece la interrelación de las partes implícitas en el programa.

-Unas macroestructuras de programas que se refieren a las partes que se congregan en un conjunto de contenidos cohesionados y significativamente armónicos.

-Un tiempo de duración preestablecido que supone un contacto puntual con la audiencia. La duración de los programas no debe tener ninguna ruptura, salvo justificación. Ésta última por la inserción de un acontecimiento inesperado o que haya ocurrido de forma imprevisible, y que por razones de sumo interés debe ser informado, lo que flexibilizaría a la programación.

En el caso de *la periodicidad*, tenemos que se refiere a la cadencia de los programas: diarios, semanales, fines de semana, programas cada quince días; los mensuales, los de días alternos. En resumidas cuentas, *la periodicidad* es la emisión de los programas de acuerdo a unos determinados horarios, días y semanas. La emisión establece los días y las horas en la que se transmite un programa. Además

fija sus objetivos según los destinatarios. La periodicidad puede sufrir de modificaciones en las horas previstas para una emisión en particular, lo que causa una ruptura previa de la programación, y por ende rompe con la correlación pautada entre unos programas y otros.

Géneros radiofónicos y la información

Una vez más apelamos a lo de Cebrián Herreros: “El programa como género es un continente de contenidos, los configura y los modifica”¹³. Sin embargo, los géneros radiofónicos no sólo reflejan su sentido de ser en los contenidos propiamente dichos, sino también en sus caracteres informativos. Es por ello, que no podemos deslindarnos de la información como característica propia de los distintos géneros, y contenidos. Esto es porque desde sus inicios, la radio ha sido un medio de comunicación social, pero también un medio de transmisión de información.

Cabe destacar que la información es el elemento por excelencia de cualquier género radiofónico, por lo que podríamos asumir que, todo discurso conlleva en sí mismo un carácter informativo. La música por ejemplo lleva implícita una información, bien desde una perspectiva semántica o estética. En el caso de los magazines, el hecho de conocer el signo zodiacal, por ejemplo añade un carácter informativo, o que dentro del mismo magazine se introduzca un dato: “*ganó el Madrid*”. Con esta afirmación se reduce de alguna manera la incertidumbre, por el hecho de que el dato significa la difusión de una información. Incluso, los géneros vienen cargados de información, no sólo en sus contenidos, sino desde el mismo momento en que comienza la transmisión, se está difundiendo un mensaje, una información. La información está inmersa en todos los formatos. No obstante, los géneros se diferencian unos de otros de acuerdo a esos formatos.

¹³ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 443.

Géneros informativos

Algunas transmisiones que se consideraban tenían carácter informativo se realizaron antes de 1920. Pero no fue sino hasta 1923 cuando nace como género el primer noticiario. Su presentador Bill Slocum, es quien lo mantiene de forma regular y con 15 minutos de duración diaria.¹⁴

El “diario hablado” fue el formato que caracterizó al género informativo en sus primeros años. Consistía en leer las noticias publicadas por la prensa nacional mediante los micrófonos de las emisoras.

Para la época (1933-1948) Venezuela contó con su más prestigioso periodista Francisco Fossa Andersen, quien fuera “director, redactor y locutor del *Diario Hablado*, programa que se transmitió por la emisora 1BC a partir del año 1953.

Esta forma de transmitir la información publicada en la prensa no ha desaparecido del todo. De hecho, muchos programas informativos lo ponen en práctica.

El género informativo se caracteriza por un formato básico, *el noticiario*, para otros, *noticiero*. Se organiza en varios sub-formatos diferenciados unos de otros. El noticiero o noticiario, propiamente dicho se refiere a un programa de tiempo de duración fija donde se dan cita una o varias emisiones por día. Su particular enfoque se centra en la difusión de noticias.

Para Julio Cabello¹⁵, los noticieros están subdivididos en noticiero propiamente, el noticiero corto y los noticieros largos.

Cada uno de ellos con especificaciones distintas, pero con amplias relaciones dado su sentido informativo.

¹⁴ CABELLO Julio. *La radio. Su lenguaje, géneros y formatos*. Torre de Babel, Caracas, 1986, pág.53.

¹⁵ Ídem, pág. 54.

El noticiero

Formato de género informativo, se caracteriza por tener un horario fijo con una o varias emisiones al día, en las que se transmite noticias, notas periodísticas, boletines entrevistas y algunas otras informaciones de otros géneros. Su discurso es construido sobre la base de los acontecimientos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros que repercuten en la sociedad.

El noticiero corto

Se conoce como aquella emisión que busca llegar a una audiencia de mediana u alta formación cultural. Su existencia muchas veces se justifica por el hecho de mostrar la misión informativa de la emisora. Este noticiero se caracteriza por tener un tiempo de duración no mayor de treinta minutos; y si en el caso de que tenga varias emisiones al día, se le prestará mayor atención y tiempo a la última emisión, considerada como la emisión estelar. Las noticias son redactadas de forma resumida a fin de transmitir la mayor cantidad de noticia en el menor tiempo posible. Este formato también evita incurrir en opiniones y criterios en relación a la emisora. El orden temático de las noticias, también es otro rasgo distintivo.

Noticieros largos

Se caracteriza por tener un tiempo de duración de una hora. Busca combinarse con elementos de distracción a fin de mantener entretenida a la audiencia, que por lo general es de menor nivel cultural, por lo que muchas veces extreman la sencillez del lenguaje: palabras grotescas, vulgaridades, entre otras. Las transmisiones en la mayoría de los casos se realizan a dos voces, donde a cada locutor le corresponde emitir una noticia o una frase de la noticia. Este formato hace lo posible por involucrar el clamor popular mediante conexiones vía telefónicas, por Internet, o mensajería de textos. En cuanto a las formas expresivas, las opiniones entran algunas

veces como parte de una nota producto de las inflexiones de las voces de los narradores.

Para Cebrián Herreros¹⁶, considera que dentro de los noticieros existen cuatro tipos de sub-formatos: el flash informativo, el avance, los boletines y los grandes informativos.

El flash informativo

Se caracteriza por una noticia corta o por un avance escueto de una noticia. Se refieren a hechos y acontecimientos imprevisibles que no pueden esperar el boletín para su transmisión. Por lo general, abarca las noticias que encierran amplias repercusiones políticas, económicas, sociales, culturales y ambientales, así como algún hecho relacionado con algún atentado o muerte de alguna personalidad; un terremoto, un ataque terrorista, etc.

Avances

Consiste en adelantar los títulos de las noticias que se desarrollan posteriormente en el *gran informativo*. Por lo general, son resúmenes que abarcan un tiempo de dos minutos aproximadamente. Su función es anunciar un acontecimiento cualquiera, el cual se ampliará en la emisión próxima.

¹⁶ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 459.

Boletines

Los boletines suelen ser confundidos con los avances y con los *flashes informativos*. Sin embargo, estos se consideran como un programa informativo donde se ofrecen diversas noticias. Se refiere a una síntesis de los acontecimientos que se vienen desarrollando en el día, además de ofrecer el resumen de las noticias más representativas del momento o las noticias que se hayan producido con anterioridad.

Grandes informativos

Se refiere aquellos que se encuentran estructurados por la concepción global, de todos aquellos elementos que logren su distinción. Aunque se le parece, suele confundirse con el diario hablado que se comentó anteriormente, sin embargo, las diferencias son notorias. En primer lugar, no se trata de un diario, dado que su periodicidad no abarca todo un día, sino que sus transmisiones son cada vez más cortas. Los grandes informativos se caracterizan por transmitir una cierta cantidad de noticias de actualidad, que resuman de alguna manera los acontecimientos ocurridos en el día. Al mismo tiempo, toma las previsiones informativas acerca de las noticias que se ampliarán más adelante. Aquí la diferencia la impone el nivel de contenido, de fascinación y de tratamiento que se le otorgue a cada noticia transmitida.

La programación de los noticieros en los medios radiales cuenta con gran participación. Podemos hallar que los momentos de transmisión son las que comprenden las horas matinales que oscilan entre las seis y nueve de la mañana. Las horas del medio día, las cuales son las de almuerzo y descanso laboral de las audiencias. Las horas del final de la tarde, cuando termina la jornada laboral; y las horas nocturnas que sirven para actualizar y resumir las noticias acerca de los acontecimientos más importantes acaecidos en el día.

Otros géneros

Anteriormente consideramos que las radios bien podrían estar enfocadas en ciertas programaciones de corte especializado, generalizado, homogéneo u heterogéneo. Dijimos también, que esto obedece al tipo de emisora y los objetivos que estas buscan con respecto a las necesidades y expectativas de sus audiencias. Lo cierto es que los tipos de programación en radio logran darle a ésta un toque que la podría hacer más o menos atractiva, según sea el tratamiento que se le otorgue a cada programa. De ahí los otros géneros que integran el discurso radiofónico; que de hecho existe una variedad importante de la que nombraremos los más representativos.

La entrevista

Aunque se le considera como uno de los programas pertenecientes al género informativo, logra ser un género en sí misma, por el hecho de ser uno de los más utilizados desde el origen de la radiodifusión. Por lo general su emisión está comprendida luego de los noticieros.

La entrevista se desarrolla dentro del marco de las características de la entrevista periodística, por lo que la valoración de la información se obtiene mediante las opiniones acerca de los distintos acontecimientos. Contempla en su estructura una técnica de presentación como programa distinto de otros, resaltando igualmente la personalidad y prominencia del o los entrevistados, los cuales serían las fuentes principales de las informaciones que se recojan.

Julio Cabello¹⁷, afirma que según los teóricos de la comunicación social, existen tres distintos tipos de entrevistas que se definen por las características formales, en tanto al papel que juegan los entrevistados y entrevistadores: las informativas, de opinión y de personalidad. Así mismo, de éstas entrevistas surgen

¹⁷ CABELLO Julio. *La radio. Su lenguaje, géneros y formatos*. Torre de Babel, Caracas, 1986, pág.62.

otro sub-formatos como *el foro, el panel, la mesa redonda, el coloquio y la encuesta radiofónica*.

El entrevistador como figura central

Suele ser un formato donde se manifiesta el alto nivel cultural del periodista y su agudeza en función de hacer aportaciones que complementen las opiniones de los entrevistados. La habilidad del entrevistador obedece al buen manejo de ciertas técnicas comunicacionales. Entre ellas se observa el como el entrevistador incurre en opiniones que complementan la información, pero que de manera magistral no coarta ni interrumpe abruptamente el sentido de la entrevista, logrando con esto un detalle adicional para con la audiencia.

El entrevistado con el centro de mesa

Una vez más el entrevistador con su habilidad en el manejo de la entrevista hace posible que los entrevistados sean el centro de atención. La entrevista esta formulada por una cantidad de preguntas que al ser bien expuestas, permite que las informaciones y opiniones fluyan espontáneamente haciendo sobresalir a los entrevistados. Las interrupciones por lo general se realizan de forma adecuada, cuando viene el corte o cuando bien para complementar alguna pregunta que amplíe el horizonte de informaciones, lo que hace más interesante la presencia del entrevistado.

El foro

Se caracteriza por la presencia de varios entrevistados o expositores, con la posibilidad de poner sobre la mesa una o varias temáticas, lo que dificultad la conducción del programa, producto de los puntos de encuentros y de desencuentros

por parte de los invitados. Por ello, la habilidad del moderador o entrevistador es fundamental.

El entrevistador debe realizar los esfuerzos necesarios a fin de brindarle a la audiencia resúmenes parciales de las discusiones que se vayan presentando con la entrevista. Igualmente el entrevistador, no debe guardar ningún favoritismo por alguna de las opiniones de los invitados por razones de ética profesional principalmente.

El panel

Consiste en una entrevista realizada por varios periodistas a un solo invitado. Por ello, la prominencia y personalidad del invitado debe ser de renombre a fin de brindar informaciones amplias y concretas acerca de temas de alta factura. Una modalidad de este sub-formato, radica en que el invitado es entrevistado mediante preguntas realizadas vía telefónica. Está situación, muchas veces oculta el bajo dominio del o los moderadores acerca del tema en discusión.

La mesa redonda

Aunque coincide con el panel en algunas situaciones, este sub-formato consiste en la presencia de varios moderadores y entrevistados, que de forma simultánea desarrollan uno o varios temas. La presencia de criterios y opiniones de los entrevistadores es notoria, por lo que todos los que comparten el programa representan el centro de atracción.

El coloquio

Se refiere a una conversación informal entre varias personas acerca de un determinado tema, con la presencia de un entrevistador, el cual debe procurar pasar inadvertido. En el coloquio se observa la libertad de hacer interrupciones tanto por los periodistas hacia los invitados o viceversa. No obstante, el manejo del tema por parte de los periodistas debe ser de suma importancia.

La encuesta radiofónica

Se caracteriza por conocer la opinión de diversas personas en relación a un tema. Las preguntas expuestas en estas entrevistas suelen ser idénticas. Lo que se quiere es saber que opina alguien en relación a algo. Tiene dos modalidades. Una de ella es la de preparar las entrevistas con anterioridad para luego exponerlas en los programas. La otra, es realizar la entrevista desde el estudio en vivo o por vía telefónica o con el uso de las nuevas tecnologías en telecomunicaciones: fax, Internet (correos electrónicos, encuestas virtuales, páginas Web) y mensajería de textos vía celular.

El documental radiofónico

El género documental suele confundirse con el género reportaje. Sin embargo, existen diferencias uno de otro en sus distintas acepciones. Mario Kaplún señala que:

un reportaje es una monografía radiofónica sobre un tema dado. Cumple en radio una función informativa un tanto similar a la que cumple en cine la película documental...podríamos compararlo también con un artículo periodístico largo; pro que no solo contendría texto sino también ilustraciones, fotografías¹⁸.

Por su parte, Cabello¹⁹, afirma que el documental radiofónico se compara con el reportaje informativo del periodismo impreso. Su función es brindarle al oyente un horizonte de información lo más completo posible acerca de los acontecimientos, sus antecedentes, circunstancias y el contexto donde se desarrolla. El documental radiofónico puede ser en vivo o en diferido.

¹⁸ Citado en CABELLO Julio. *La radio. Su lenguaje, géneros y formatos*. Torre de Babel, Caracas, 1986, pág. 71.

¹⁹ Ídem, pág. 72

El documental en vivo

Se caracteriza por la búsqueda y acumulación de información previa que debe hacer el moderador o el cuerpo de producción con la idea de estructurar un cuerpo de relato. Se refiere también a la narración en vivo de acontecimientos que se sucedieron en un momento determinado y que fueron recogidos por la historia. Es decir, un cúmulo de informaciones que se relacionan con un acontecimiento actual y que se exponen de forma comparativa. Por ejemplo: la toma de posesión presidencial se transmite haciendo referencias a los acontecimientos de la historia democrática, pero relacionándolos con el hecho mismo de toma de posesión.

El documental diferido

Consiste en la recolección de información previa de cara a la exposición posterior. Se centra en la construcción de un tema de gran importancia, archivado como un acontecimiento que marcó la historia nacional o mundial, pero con la salvedad de ser transmitido de manera más amplia posible: Origen, causas, circunstancias, consecuencias y relación con el mundo actual.

Genero Cultural

El género cultural se caracteriza por la creación de programas de corte educativo y pedagógico, que contribuyen con la formación académica e intelectual de los radioyentes, dándole la oportunidad de ampliar sus conocimientos de forma metódica e integral.

Aunque existen otros formatos, en esta oportunidad haremos referencia a solo dos, que a nuestro juicio son los más importantes.

El reportaje radiofónico

Se considera como el género más completo, dada su función investigativa acerca de los temas, problemas o circunstancias de distinto índole. Equivale a lo que se conoce en prensa como reportaje interpretativo.

Al igual que el reportaje interpretativo, el reportaje radiofónica parte de una hipótesis, la cual supone ser demostrada en la medida que se vaya desarrollando el programa. Sus modalidades son las dubitativas y la reiterativa. La primera, se centra en reducir la incertidumbre o incógnita al final del programa. Por su parte, la reiterativa se enfoca en repetir la hipótesis después de cada argumento o bien después de la demostración, lo cual significa el cierre del espacio.

El reportaje puede tomar con base de su discurso todos aquellos recursos ofrecidos por lo demás géneros. Puede desarrollar aspectos relacionados con informaciones noticiosas, crónicas, entrevistas, elementos musicales, o en todo caso basarse en aspectos de la música; puede incluir elementos de distracción y de entretenimiento.

Producir un reportaje radiofónico es de un arduo trabajo. Sin embargo, las satisfacciones al igual que el costo pueden ser elevadas. El reportaje radiofónico rescata el papel pedagógico y educativo que debe cumplir todo comunicador social.

La charla

Consiste en la presencia de un narrador o locutor con amplios conocimientos de un tema en particular, el cual es transmitido a modo pedagógico. Se caracteriza por ser un programa con contenidos educativos, manejados de una manera puedan acercarse a una conversación informal. Por lo general, no se usa música, a menos que el tema sea referencial a ella. La charla radiofónica debe tratar un tema por sesión o programa, o varios temas íntimamente relacionados entre sí.

Géneros de entretenimiento

Deportivo

El género deportivo se caracteriza por tener en su estructura una multiplicidad de sub-formatos o sub-géneros que se desarrollan de acuerdo a un deporte en particular. Asimismo, este género se nutre de todas las alternativas que ofrece la información radiofónica, especialmente la información periodística pero esta vez enfocada desde la perspectiva de los deportes. El género deportivo introduce entrevistas a especialistas en un área deportiva determinada. Realiza paneles de entrevistas, foros y mesas redondas, reportajes y documentales. También se observa, que muchas veces desarrollan temáticas destinadas a ampliar las informaciones referidas a una disciplina deportiva. Sin embargo, el género deportivo, como *Radio deporte*, aunque introduce técnicas periodísticas, muchas veces omite la doctrina de la objetividad, pues con la incursión de comentaristas a programas hace deducir de forma subjetiva la información o acontecimiento. Su objeto es la distracción y el entretenimiento.

Musicales

Hablar de música, es traer a colación todas aquellas manifestaciones que se generan mediante la exposición e introducción de instrumentos musicales y la yuxtaposición de voces en coros o en solitarios. No obstante, la música no reduce a ésta minúscula acepción. Se refiere a un indeterminado número de expresiones conjugadas en un todo a objeto de representar una realidad acústico-imaginativa cargadas de diversos elementos sonoros.

El género musical viene dado por la creación de programas que expresan, no las características de la música en sí, -salvo programación especializada- sino programas acerca de ella; simplemente espacios destinados a la transmisión de

distintos formatos musicales. Asimismo, este género hace valer la música por encima de la palabra. La idea es hacer la menor cantidad de comentarios posibles.

Si se trata de una emisora especializada en programas musicales, por lo general se observa la variedad de las formas y estilos musicales a lo largo de la programación. Si por el contrario, el programa está determinado dentro de una programación, procura mantener una secuencia de melodías si ese es su objetivo, o bien una combinación de estilos.

Los géneros musicales pueden desarrollar programas dirigidos al reconocimiento de un género musical en especial, por lo que también manejan entrevistas que refuercen la información. De igual modo ocurre con el reconocimiento de un autor o músico. Se realiza un estudio previo en relación a ese autor en particular y se desarrolla un programa único y exclusivamente enmarcado en la figura de quien se esté hablado. Este tipo de programas marca una combinación entre comentarios y piezas musicales del autor en cuestión o piezas musicales ligadas al mismo estilo.

Existen programas destinados a la música folklórica de un país, de una región, de un pueblo. También los hay inspirados en el estudio de la salsa, del merengue o guaguancó. Sus orígenes, sus máximos exponentes.

En fin, los géneros o formatos y sub-formatos musicales tratan de abarcar el mayor cúmulo posible de estilos y formas de expresión musical, aunque con mucha o poca dedicación en su producción incurren en una indirecta discriminación, dado que se le es imposible, por razones de tiempo y programación agrupar todos los estilos musicales.

Dramáticos

Para unos significa la forma más estéril y denigrante de representar las obras de la literatura. Para otros representa una de las formas de expresividad que sobrepasa la adopción, y por ende una nueva expresión artística.

Los dramáticos, se caracterizan por poner de manifiesto el nivel de verosimilitud entre la realidad referenciada y las cosas del mundo real. “La Guerra de los Mundos” de Orson Wells, transmitida en el año de 1938 es un claro ejemplo de lo que significa verosimilitud. Tal fue el grado de veracidad, que un indeterminado número de personas se sintieron amenazados por una supuesta invasión extraterrestre. En fin, el radiograma procura recrear la imaginación del radioyente tomando obras de la literatura que adaptándolas a los formatos radiofónicos sirven de entretenimiento. Asimismo, el radiograma mantiene una secuencia, una relación de temporalidad y una periodicidad a fin de mantener una estrecha vinculación con su audiencia.

Como su acepción lo indica, las adaptaciones radiodramáticas, hacen uso precisamente de todos los recursos técnicos disponibles: efectos sonoros, música, silencio, ruidos, entre otros a fin de construir el ambiente propicio. Por otro lado, la incursión de actores que interpretan una serie de personajes estereotipados complementa la acción construida. Igualmente, el uso y la puesta en práctica de distintas tonalidades, timbres y volúmenes en las distintas voces, diferencian un personaje de otros.

La presencia de un narrador con un determinado timbre de voz ubica al radioyente en los contextos diversos de la historia, por lo que el nivel de expectativas aumenta o disminuye de acuerdo a las incursiones de las distintas radioescenas, que en su gran mayoría son referenciadas por el narrador.

Magazines

Se considera al magazine como un programa donde prevalece la variedad de sus contenidos. Se constituye en combinación con aspectos informativos de opinión, de entretenimiento; por lo que su estructura encierra una diversidad de contenidos. Se enfoca en ofrecer dentro de una unidad coherente el mayor número posibles de temas, de sonidos, de voces, lo cual, lo hace diferente de otros géneros; y es en ese sentido que logra ser reconocido por la audiencia con gran facilidad.

Este tipo de programa da paso a una programación continua y flexible. Por ello “el magazine se convierte en un programa de larga duración, con una continuidad y secuencialidad engarzada por un presentador que da coherencia a la diversidad de contenidos”²⁰. Según este autor, existen tres tipos de magazines: Generales, especializados y los informativos.

Los generales, como su nombre lo indica, son aquellos que recogen un gran número de contenidos diversos. De igual forma, por su estructura son los que definen al género con mayor exactitud. El magazine general plasma la mayor cantidad de alternativas de temas: se realizan entrevistas, comentarios, breves noticias. Este género eleva a la radio como el medio de contenidos de espectáculos sonoros y de entretenimiento.

Por otra parte, el sentido programático del magazine no se enfoca en transmitir un buen programa en un solo día, sino también en los días subsiguientes, por lo que las posibles deficiencias de un programa, podrán ser subsanadas en el siguiente espacio con mejores y novedosas aportaciones. Igualmente la participación de invitados y especialistas en distintas áreas del conocimiento enriquecen con sus distintos aportes, alguna de sus secciones en particular.

El tratamiento de los contenidos es otro punto importante del magazine. La inserción de documentos sonoros, reportajes, entrevistas, noticias músicas especialidades culturales e información deportiva, le otorga un conglomerado de ritmos diversos, lo que lo convierte en uno de los géneros más atractivos para la audiencia.

El magazine especializado, se enfoca en el manejo de un contenido homogéneo, sin dejar de un lado alguna de sus modalidades o manifestaciones. Los magazines deportivos y culturales por ejemplo, son los más representativos de los especializados. Se caracterizan por tener un tiempo de duración inferior a los generales, pero con una gran capacidad para lograr conexiones en directo con algún

²⁰ CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 482.

acontecimiento relacionado con su temática, o con algún especialista que pueda servir de entrevistado. La participación del público es de carácter preponderante. Están dirigidos a una audiencia específica.

Los magazines informativos, están dirigidos en la difusión de contenido de corte informativo. Sin embargo, también flexibilizan su estructura programática, dando lugar a varias modalidades: noticiero general, noticiero de información local, noticieros de hechos curiosos y otros servicios informativos. Introduce elementos humorísticos. Aunque se enfoca en la actualidad, se encuentra abierto y dispuesto a cualquier inserción de algún otro acontecimiento de gran o de menor importancia, o bien, novedoso o desactualizado.

En los magazines, deportivos, informativos o generales, se nota la presencia de un profesional quien es el coordina las diferentes secciones del programa. Tal profesional realiza los enlaces con otros reporteros; realiza las entrevistas, dirige los debates, y narra las noticias. De igual forma los magazines muestran una continuidad lo cual los hace permanecer en el tiempo.

Capítulo III

Leyendo los contenidos de la televisión

El discurso televisivo

La televisión no es sólo un medio de comunicación social capaz de transmitir a distancia sonidos e imágenes fijas o en movimientos que se transportan sobre ondas hertzianas y radioeléctricas. Es también, al igual que la radio, un instrumento que por sus particulares formas de expresiones contribuye de la misma manera con la construcción de realidades sociales. Encierra un lenguaje donde intervienen varios elementos fundamentales. Por un lado, tenemos a la imagen como atractivo principal, por el otro, al sonido, el cual se manifiesta a través de los efectos sonoros y la palabra hablada, o leída, reforzada por los elementos de arriba entre otros de carácter tecnológicos.

Si bien entran en juego estos elementos que son expresados de forma simultánea, podemos entonces afirmar, que el lenguaje de la televisión se refiere a la diversidad y multiplicidad de signos que se agrupan en forma de significados y significantes dentro de un sistema semiótico que comprende un singular proceso comunicativo, particular y genuino. Este proceso comunicativo se construye concatenando varios elementos de forma correlacionada, a objeto de presuponer una variedad de enunciados dentro de un sistema semiótico que constituye a su vez una diversidad de signos expresivos susceptible a la percepción e interpretación de una audiencia. Todo esto comprende un proceso de comunicación dado entre un emisor caracterizado por una estructura discursiva que representa una fuerza integradora de contenidos subordinados a una programación, y un cúmulo de receptores capaces de decodificar tal estructura discursiva, la audiencia. A esto, Umberto Eco señala que:

El proceso comunicativo se verifica sólo cuando existe un código. Un código es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación¹.

¹ECO Umberto. *Tratado de semiótica General*. Lumen, Barcelona, 1981, pág. 35.

Las manifestaciones del discurso televisivo se pueden presentar en dos grandes bloques de lenguajes significantes. Por un lado, los que son percibidos por el oído: música, el lenguaje hablado, efectos sonoros y ruidos; y por la otra tenemos los registrados por la vista, como la imagen estática o en movimiento, el color o la escritura. Esto, luego de ser decodificado por la vista y el oído, tal como se presenta en el lenguaje audiovisual.

En cuanto al término programación, éste se denota por encima de los contenidos propiamente dichos, lo que la hace ser un macro-discurso, que permite observar desde una perspectiva más amplia el campo de la investigación semiótica de los elementos de expresión de la televisión y de los procesos de significación implícitos en tal continente de cosas.

En este respecto Umberto Eco apunta que: “cuando el destinatario es un ser humano...estamos ante un proceso de comunicación, siempre que la señal no se limite a funcionar como simple estímulo, sino que solicite una respuesta interpretativa del destinatario”².

No obstante, hay que tomar en consideración dentro de este contexto que la noción de programación no es percibida por el telespectador como mensaje, sino como ámbito de significación no habitual que se manifiesta como un “marco de actos comunicativos autónomos y bien diferenciados”³.

Por ello, afirma González, que “todos los programas emitidos por una emisora de televisión y que configuran su programación poseen el carácter de mensajes implicados en un bien explícito proceso comunicativo en la medida en que interpelan al destinatario demandando de él una respuesta interpretativa”⁴.

²ECO Umberto. *Tratado de semiótica General*. Lumen, Barcelona, 1981, pág. 35.

³ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 26.

⁴ Ídem, pág. 26.

De tal manera que el proceso comunicativo televisivo implica considerar las diferencias existentes entre mensaje y discurso; conceptos que permitirán delimitar campos de significación de los fenómenos semióticos.

Ambos conceptos aunque muestran diferencias en sus acepciones, se refieren al conjunto de símbolos y signos susceptibles de decodificación y de interpretación.

El mensaje, según Olga Dragnic, se refiere “en general, al conjunto de señales, símbolos y signos mediante los cuales se transmite un contenido. En comunicación social, es el “que”...es decir, aquello que se comunica a los receptores”. El discurso, siguiendo a la autora, “en la teoría de la comunicación...es identificado con todos los contenidos que se transmiten a través de los medios, tanto verbales como icónicos”⁵.

De estos dos aspectos pudiéramos deducir que el mensaje es todo contenido susceptible de interpretación, mientras que el discurso sería la forma en que se manifiestan tales mensajes, sin dejar de lado en ninguno de los casos el nivel de significación semiótico que acarrea cada uno.

En tal sentido, el discurso de la televisión se presenta a través de múltiples lenguajes. Aquellos que contienen los mensajes propiamente dichos, y los que se encuentran conformados por el marco de la programación. No obstante, hablar de aquellos de las cuales resulta una interpretación es nuestro norte aquí.

De la programación y otras formas discursivas

El discurso televisivo se compone además del mensaje implícito, por un gran número de elementos y de variadas formas enunciativas que se constituyen en una programación que es ofrecida a los telespectadores como un conjunto de mensajes.

Para justificar la tesis de que “el conjunto de la programación constituye una unidad discursiva de rango superior a las unidades que contiene y capaz de someterlas su propia lógica”⁶. Podemos apelar a lo dicho por Siegfried Schmidt, en relación a la

⁵ DRAGNIC Olga, *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pp.83-170

⁶ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 30.

definición de texto como noción de discurso, tal cual como se usa en el ámbito de la lingüística textual:

Solo por la función elocutiva (sociocomunicativa) realizada en una situación comunicativa, provocada por un hablante y perceptible para los interlocutores, una cantidad de enunciaciones del lenguaje se convierte en un proceso de texto (una manifestación de textualidad) coherente, regulado por reglas constitutivas y que funciona sociocomunicativamente con éxito⁷.

En este caso la definición de texto resulta del contexto función comunicativa, lo cual es fundamental para su comprensión.

Por lo tanto la programación, como discurso (texto) está compuesta de elementos complejos de variada articulación enunciativa, pero al mismo tiempo, se hallan compuestos por otros textos de orden inferior, los cuales serían los distintos programas. Esto entonces nos señala, que el discurso televisivo se encuentra constituido dentro de programación que no puede reconocerse, sino, como una estructura integrada por textos inferiores, los programas.

González Requena, completa esto insistiendo en que:

Es necesario que estos elementos (consistentes en discursos de orden inferior como los programas, o en fragmentos de continuidad) se hallen sometidos a una fuerza integradora de orden superior constituida, en nuestro caso, por la programación como estructura discursiva autónoma⁸.

Esta fuerza integradora a la que se refiere González, es precisamente la que se manifiesta dentro del enfoque de la fragmentación a la que se someten los textos

⁷ SIEGFRIED Schmidt. *Teoría del texto*, Cátedra, Madrid, 1978, pág. 156.

⁸ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 31.

inferiores, en el sentido del lugar que se le son asignados dentro de la estructura programática del discurso televisivo.

Segmentación de la programación como otra forma discursiva

La designación de los programas en un espacio determinado. La escogencia de un horario en la que se va a transmitir una serie de enunciados, mensajes o contenidos. El tipo de programa, género o formato. El tiempo de duración. En fin la delimitación por capítulos, emisiones y tipologías de los géneros se realiza mediante el proceso de fragmentación, el cual se caracteriza por una serie de consideraciones, de las cuales nombraremos algunas:

- 1.- Las emisiones son las que delimitan la autonomía de los programas. Son estas las que fragmentan los contenidos y el lugar que ocupan en la emisión.
- 2.- Se dividen los programas por capítulos, sub-capítulos y por temáticas diversas, la cuales pueden ser interrumpidas por algún otro programa u emisión imprevista.
- 3.- Los límites en cuanto a la autonomía discursiva de ciertos programas como los noticieros y magazines, pueden estar indeterminados, dado que estos en su mayoría agrupan diversas sub-unidades: entrevistas, musicales, noticias, deportivos, etc.
- 4.- Igualmente el tiempo de duración de éstas sub-unidades puede variar según sean las circunstancias en la que se presente la emisión, por el hecho de ocurrir un acontecimiento de interés inmediato. Por ejemplo, el seguimiento de un proceso electoral trae como consecuencia, en algunos casos, la pérdida de unidad programática.
- 5.- Por otro lado existen programas que aunque estén delimitados por un tiempo de duración, no poseen autonomía discursiva, sólo se enfocan en presentar, promocionar y anunciar otros programas de la emisora. Se refieren a la autopromoción.

6.- También se observan unos programas que dentro de su mismo desarrollo, hacen referencias a otros programas que se transmitieron o que se van a transmitir, lo que significa, según González⁹, una violación a la autonomía.

7.- Los segmentos por su parte, apunta González¹⁰ no pueden ser considerados como mensajes con autonomía propia, debido a que como representan fragmentos que garantizan la conexión entre segmentos, carecen de autonomía discursiva. Son conocidos como los segmentos de continuidad: Presentaciones de programación, temas musicales, visuales de continuidad, etc.

En todo caso, los programas se encuentran sometidos a un fenómeno de fragmentación implícito en el discurso televisivo que impera en la unidad programática, lo que los define dentro del ámbito de la semiótica textual. Esta ya repasada en el capítulo anterior.

Schmidt llama a esto “intextos” en el sentido de:

Las porciones que realizan actos elocutivos integrados y diferenciables se llaman intextos... también tales porciones de enunciaciones (interrumpidas por enunciaciones por los demás interlocutores, pero desde la perspectiva del hablante pertenecen a un acto elocutivo) son válidas como textos continuos¹¹.

En el caso de la intervención de los interlocutores se refiere al efecto polifónico de la enunciación televisiva, la cual se genera por la existencia de una diversificada estrategia programática.

En esta estrategia se insertan los niveles de coherencia que se estipulan, no sólo dentro de la función sociocomunicativa del texto, sino también dentro de una

⁹ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 33.

¹⁰ Ídem, pág. 33.

¹¹ Citado en GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 33.

cualidad que Teun a Van Dijk define así: “Intuitivamente, la coherencia es una propiedad semántica de los discursos, basada en la interpretación de cada frase individual relacionada con la interpretación de otras frases”¹².

Por su parte García Berrio y J. Petöfi se refieren a la coherencia como una propiedad semántica del discurso y como la noción y congruencia de un texto que “a nivel de la forma textual, se traduce en un conjunto de mecanismos lingüísticos de cohesión”¹³.

La coherencia dentro del plano del discurso televisivo se observa en los segmentos de continuidad, que como bien hemos dicho, carecen de autonomía discursiva, pero que sin embargo, constituyen una serie de elementos que construyen una programación, además de dar muestra de los mecanismos semióticos de la unidad discursiva de la programación.

Continuidad y fragmentación discursiva

La continuidad del discurso televisivo la podemos ver manifestada mediante el mecanismo genérico de la recurrencia originado por varias circunstancias: por el hecho de que desde el interior de un programa se haga referencia a otro. Por los segmentos discursivos que tienen como función, publicitar próximos programas junto a la intercalación de otros segmentos publicitarios. Por programas de larga duración que tienen como objeto, promocionar la programación semanal. Este mecanismo de conexión pone de manifiesto el nivel de fragmentación que configuran una programación, además de las referencias cualitativas y cuantitativas comprendidas por la cantidad y variedad de segmentos, que aunque no tienen discurso propio, se les considera parte de la programación.

¹² Citado en GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 35.

¹³ JANOS S. Petöfi y GARCÍA Berrio. *Lingüística del texto*. S/E, Madrid, 1978, pág. 57.

Así pues, parte del discurso televisivo se descubre desde la perspectiva sistemática de la fragmentación y de la continuidad, en tanto que éstas logran integrar diversos géneros dentro de un sólo contexto; lo que implica una heterogeneidad de programas: documentales dramáticos, de ficción, informativos, entre otros. Gracias a estas sistemáticas se logra edificar una forma de combinación de géneros diversificados presentes en un proceso elocutivo, que se acentúa y manifiesta mediante distintas articulaciones textuales; y por lo tanto, dan como resultado el discurso televisivo.

Diversidad discursiva

Además de la heterogeneidad genérica del discurso que se observa en un nivel diacrónico horizontal, en la diversidad de programas, también se encuentra el nivel sincrónico discursivo vertical, que consiste en la multiplicidad de emisiones simultáneas.

Con la diversidad de emisiones y la heterogeneidad de los géneros se rompe con la linealidad de una emisión, lo cual da paso a la diversificación de una oferta programática en varios canales de emisión de forma simultánea. La articulación sincrónica en el discurso televisivo, se entiende como el lento de fragmentación relacionado con la forma en que se consume la televisión. El destinatario es quien transita por la múltiple oferta programática con el sólo hecho de oprimir un botón. Con esto el destinatario abre la puerta a la simultaneidad de canales debido a las operaciones fragmentadas que este realiza. Por esta razón es que la simultaneidad no se refiere sólo a la cantidad de emisiones que el destinatario de programación tiene a su alcance. Se refiere también a la congregación entre la multiplicidad diacrónica (diversificación de programas y registros de géneros) y la diversidad vertical sincrónica dada por la instantaneidad impuesta por el telespectador.

Semiótica, significación y algo de programación

En el campo de la semiótica encontramos que el discurso se estructura en dos grandes niveles, que según Janos Petöfi y García Berrio, serían el “macroponente y el microcomponente. El primero le correspondería a la estructura profunda y el segundo a la superficie”¹⁴.

Para conocer estas estructuras, habría que partir del conocimiento de las características semióticas de la programación televisiva como discurso. En ese caso, saber que la programación se estructura como grandes unidades textuales, de las cuales depende el proceso comunicativo que establecen los mensajes que en ellos se inscriben, así como los efectos sociales, políticos, antropológicos y psicológicos que producen en los telespectadores. Es por ello, que el estudio de la programación nos permite abordar el campo de la investigación semiótica de los elementos del discurso televisivo, en tanto que navegamos en los procesos de significación implicados en el intercambio que supone un proceso de comunicación.

Así pues, al ubicarnos desde una perspectiva del análisis textual, podemos observar la complejidad del fenómeno de la programación como una serie de múltiples intextos que configuran una fragmentación sistemática de los objetos inscritos en el discurso televisivo. En ese sentido, el discurso televisivo diseña sus estrategias textuales caracterizadas por los distintos géneros que lo conforman: Deportivos, espectáculos, magazines, dramáticos, informativos, cine, entre otros. Por lo tanto, observamos a la programación como una estructura organizada desde un orden jerárquico que unifica en un todo, los distintos géneros y programas de forma sistematizada, dando lugar a lo que pudiéramos llamar objeto de significación semiótico. Asimismo, al plantearnos que el fenómeno de la programación hay que comprenderlo desde el ámbito de la semiótica como objeto para la significación de los códigos establecidos en un proceso de comunicación, nos permitiría de alguna manera tomar en consideración el comportamiento de la televisión dentro de lo que se

¹⁴ JANOS S. Petöfi y GARCÍA Berrio. *Lingüística del texto*. S/E, Madrid, 1978, pág. 66.

conoce como cultura de masas. Esto es, observar la producción de programas mediante un discurso mayor (la programación) y sus ampliaciones dentro de la sociedad. En ese sentido de la semiótica, es que pudiéramos comprender el nivel de significación de la programación televisiva como un fenómeno cultural que afecta directamente a los telespectadores, puesto que intervienen en el papel que desempeña la televisión, incluso sin tener conciencia de ello. Por eso estudiar el contenido de los programas es igualmente determinar las implicaciones de éstos con sus destinatarios.

A estas ideas González aprueba la necesidad de “reconocer que la significación no es una propiedad de la cosa, sino la constitución de ésta como signo en función de un sujeto, independientemente del grado de conciencia que el sujeto tenga de tal proceso”¹⁵.

La enunciación

La pronunciación de algún referente hipotético como la palabra hablada representa para el lenguaje una figura discursiva, que puede ser concebida como un enunciado. Si bien es un sujeto quién toma la palabra, sería sujeto de comunicación.

Es a través del aparato formal de la enunciación que se constituye la identidad del individuo, por lo que la problemática de la enunciación advierte una circunstancia básica en la comprensión de los efectos psicosociales que produce el discurso televisivo en los destinatarios, bien en la prefiguración de éste, como en la construcción de la imagen en aquellos.

En ese sentido podemos observar que los sujetos se inscriben dentro del discurso televisivo aplicando un proceso de exclusión y de elección que media en la estructura de los códigos del discurso, que no es más que el proceso de enunciación. Esto nos llevaría a formularnos ¿cómo se constituye un sujeto dentro del proceso de la enunciación?

¹⁵ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 28.

En primer lugar, el sujeto se refiere a su –yo- que se construye en la relación imaginaria de los deseos. En segundo lugar, se introduce en el universo del lenguaje dando paso a los elementos que constituyen su nivel de subjetividad, es decir, como se dijo arriba, de su identidad. Es su acceso al mundo de las representaciones simbólicas, a la enunciación. De modo que el universo de las representaciones es producto del discurso televisivo; lo imaginario, está edificado por los niveles de relación con lo simbólico que se encuentra implícito en los signos icónicos. Relación que nos hace abordar el tema de la imagen.

La enunciación como imagen

La imagen puede ser considerada como un signo analógico que supone una función- signo de percepción que se construye en la retina del destinatario.

A este respecto, Abraham Moles afirma que:

La imagen es un soporte de la comunicación visual, que materializa un fragmento del medio óptico (universo perceptivo) susceptible de persistir a través del tiempo, y que constituye uno de los principales componentes de los mass-media (fotografía, pintura, ilustraciones, escultura, cine, televisión). El universo de las imágenes se divide en imágenes fijas e imágenes móviles, dotadas de movimiento, éstas proceden técnicamente de las primeras¹⁶.

El signo icónico, se constituye como una cualidad de la experiencia visual humana, de la que existe una constitución primitiva del individuo en lo imaginario.

Olga Dragnic completa esta postura refiriéndose a la imagen como una:

...representación mental o material de una cosa, persona, una situación...cuyo eje central sería la televisión. A través de la imagen y su empleo en los procesos de comunicación, el hombre superó los límites de la palabra, como único vehículo de representación y comunicación¹⁷.

¹⁶ MOLES. Abrahan. *Imagen y Comunicación*. Cirilo Amorós, Valencia España, 1973, pág. 47.

¹⁷ DRAGNIC Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pág. 132.

Por su parte, González asume que la imagen visual se encuentra estrechamente vinculada con el ámbito de la “identificaciones primarias”¹⁸ donde el –yo-se crea, incluso, antes que el sujeto mismo socialice y se pronuncie con el orden simbólico, con el lenguaje.

Esta vinculación a la cual se refiere este autor¹⁹, se define por el intermedio de una ordenanza, si se quiere, de enunciación, en el sentido de que no puede existir lenguaje sin tener una fuerza mayor que lo enuncie, una ley, una orden, por decirlo así. En ese entonces, los individuos siempre estarán bajo el dominio del lenguaje, de la ley.

Así pues, las deliberaciones que podamos tener acerca de la imagen en función de inscribirla en lo semiótico, se referirán al modo más manifiesto de ésta en relación con los demás objetos significantes del lenguaje, en ese caso, del discurso televisivo. Por ejemplo, la imagen de un “perro”, se relaciona con un perro, la de un “ave”, con un ave, mientras que los fonemas “perro” y “ave” no se asemejan ni a un perro, ni a una ave. He ahí las diferencias dadas en los objetos de significación. De igual modo hay que tomar en consideración que las imágenes en televisión pueden ser móviles (en movimiento) o fijas, y estar acompañadas o no, con sonidos, y de distintos colores simultáneos. De manera pues, que comprender a la imagen es relacionarla con todos sus elementos de significación. En ese sentido, podríamos estar en un nivel de lectura de la imagen.

La idea de enunciar a la imagen, es hacer saber que en ella se concibe igualmente como un cúmulo de iconicidad que se relaciona con los elementos semióticos que conforman el discurso televisivo. Sin embargo, la idea no es agotar el tema de la imagen en este trabajo, sino comprender que representa un nivel de compuestos icónicos dentro del proceso comunicativo dado entre una emisión de

¹⁸ GONZALEZ Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988, pág. 20.

¹⁹ Ídem, pág. 20.

televisión y sus telespectadores; proceso que también es visto en términos de sujetos y objetos de enunciación dentro de una figura discursiva.

En otras palabras, en el ámbito de la semiótica, los sujetos y los objetos implicados dentro del proceso comunicativo del discurso televisivo, deben ser reconocidos tal como en el lenguaje, como figuras discursivas, es decir, los que se encuentran entretejidos por el discurso.

Esto nos enseña que el discurso televisivo se encuentra sujeto por un conjunto de complejidades, haciéndolo un macrodiscurso bien caracterizado por programas, segmentos, fragmentos de continuidad, simultaneidad, sonidos y voces. Todo esto formando contenidos que se relacionan con los sujetos mediante representaciones. Por ello, los mecanismos de enunciación como los que hasta hora hemos visto, se inscriben, no sólo dentro de la variedad de estrategias enunciativas: programas, géneros, etc., sino también de la construcción discursiva de las imágenes y las formas de interpelación de éstas por parte de los destinatarios.

Imágenes habladas

Siguiendo con las imágenes en televisión, éstas también se pueden construir, al igual que en la radio, mediante los mecanismos polifónicos de enunciación que se originan con la multiplicación de figuras enunciativas dentro de la macroestructura del discurso televisivo.

La presencia polifónica en la imagen se puede evidenciar en la transmisión de programas bien característicos, como las entrevistas, debates y coloquios, donde la jerarquización de las voces que se apoderan de la palabra es determinada por el enunciador mediante el personaje emisor que pudiera estar representado en la figura del periodista, narrador, moderador, etc.

El enunciador se pone en evidencia desde la clara determinación de voces que se apoderan de la palabra, puesto que no todas esas voces tienen el mismo nivel. Se reconoce una sola voz mayor que decreta el ejercicio de la enunciación por parte de la televisora.

Por lo general esta se manifiesta de forma mucho más nítida en los programas informativos. Puede verse exhibido en los presentadores de los noticiarios, en los magazines, concursos, locutores, en fin, toda figura que tome la palabra en nombre de la institución emisora. De esta forma neutral del enunciador, podemos ver reflejada una imagen textual. El enunciatario por su parte, es conducido por la figura enunciativa que le interpela, que lo invita a la identificación, lo que establece un vínculo que lo hace ser participe del mundo ofrecido la imagen textual expresada en voces.

Esto también lo podemos asumir como parte de un proceso comunicativo que nos hace considerar a la televisión como un todo caracterizado por las funciones conativa, fática y expresiva, lo que hace delimitar a su vez el aspecto semántico del discurso televisivo.

De esto se desprende una clasificación de funciones del modelo comunicativo propuesto por Roman Jakobson²⁰:

- *Función denotativa o cognoscitiva* (referencial). Se encuentra orientada hacia el contexto referencial de la realidad extradiscursiva representada mediante el discurso.
- *Función emotiva o expresiva*: apunta hacia una expresión determinada por una actitud del quién está hablando.
- La *conativa* está orientada en función del objeto de interpelación al destinatario. Su retórica siempre es imperativa: hálame, cállate, escúchame.
- La *función fática* es la que interrumpe o prolonga el proceso comunicativo con el objeto de garantizar el funcionamiento del canal de comunicación.
- La *función metalingüística* se enfoca se enfoca en el reconocimiento del uso del mismo código por parte del destinador y el destinatario.
- *Función poética*: profundiza en la dicotomía de los signos y los objetos. Se refiere al mensaje. Se orienta en el mensaje.

²⁰ JAKOBSON Roma. *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral, Madrid, 1975, páginas 352-358

Las funciones expresiva y conativa, se encuentran relacionadas con la elaboración permanente de imágenes discursivas representadas en las figuras de sus enunciadores, quienes son los que toman la palabra, y del enunciatario en la persona receptor, quien es interpelado constantemente por la programación emitida.

Igualmente estas funciones (conativa y expresiva), se combinan sistemáticamente con la función fática, con la intención de manifestar el contacto comunicativo impuesto por ésta.. Asimismo, la función referencial se encuentra inmersa en el interior de los programas, y por ende, muestra el horizonte referencial de la programación que expone una serie de elementos que conforman la realidad; o bien desde el análisis de la cultura de masas podría verse dentro de los ámbitos de los géneros televisivos, como la representación de un universo. Por su parte, las funciones metalingüísticas y poéticas quedan en su actuación limitadas por las características de cada género, por lo que no estarían sujetas directamente a las particularidades del discurso, en tanto a la unidad programática global.

Géneros de pantalla chica

Al igual que en la literatura y el cine, el género en televisión se estructura partiendo de varios principios fundamentales, que de alguna manera contribuyen con su rápida comprensión. En principio podemos entenderlo como una gran unidad que agrupa y clasifica los programas, de acuerdo a un sentido temático que se enfoca en un público o audiencia determinada. Es decir, que los programas que se clasifican en géneros están contruidos y dirigidos a una determinada audiencia.

Los géneros representan una forma de adaptar la literatura a la televisión. Por un lado nos encontramos con aquellas adaptaciones especialmente dirigidas a la ficción narrativa, como las novelas y los cuentos; en segundo lugar, las de ficción dramática como: comedias, dramas, tragedias, etc. En un tercer bloque nos topamos con aquellas adaptaciones ligadas a la práctica periodística, como los informativos, los cuales reúnen una gama de alternativas, como noticieros, entrevistas, boletines, avances informativos, documentales, reportajes, deportivos, etc. De la misma manera

en que las revistas agrupan una serie de informaciones diversas y congregan ciertos géneros simultáneamente, surge en televisión el género de entretenimiento, que al mismo tiempo se subdivide en varios formatos o en una serie de programas, como musicales, variedades, de farándula; se les conoce al igual que en radio como magazines. Por otro lado, también complementan este abanico de alternativas televisivas, los programas seriales de ficción o dramáticos, como las telenovelas, entre muchos otros que surgen de la dinámica y creatividad de los productores y de los intereses de la televisora.

Los géneros, son entonces un cúmulo de categorías televisivas o categorías de programa que se agrupan de acuerdo a un orden temático, y que son ofertados a los públicos receptores sobre la base de una serie de intereses particulares de producción o de otro tipo. A esto, Jaime Barroso García, apunta lo siguiente:

Desde los intereses, de los productores, los programadores y las audiencias no ha habido jamás duda alguna sobre la diferenciación genérica de los programas; unos y otros no dudan en clasificar según diversos tipos (estereotipados por la herencia y relación con otros medios narrativos: la literatura y la radio principalmente) y reconocer como modelos peculiares los informativos, documentales, deportes, seriales, variedades, concursos, dibujos animados, etc.²¹.

Entonces, desde esta perspectiva, también podríamos asumir, en el sentido de la variedad enunciativa, que el discurso de la televisión se determina igualmente por una gran variedad de géneros, que vendrían a ser, como dijimos atrás articulaciones enunciativas.

En la televisión el género responde a una estrategia de programación que viaja más allá de las diferencias entre uno y otro. Se enfoca en diversificar los distintos dispositivos de emisión a fin de manejarse dentro de una parrilla de programación que permita comunicar distintos tipos de alternativas posibles.

²¹ BARROSO G. Jaime. *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis, Madrid, 1996, pág.190.

El género se caracteriza por su pragmática, en el sentido de que está producido para ser recibido. Por tanto las consideraciones que se toman para su producción lo determinan de conformidad con las relaciones de recepción, es decir, responde a las audiencias a quien va dirigido.”El género se revela en la intención genérica del autor, pero sólo se confirma en la intención genérica del lector”²².

Olga Dragnic, en su definición de género, aunque lo delimita en sus aspectos literario y periodístico, lo relaciona con lo de arriba:

En la literatura y en el periodismo se denomina géneros a las diferentes formas que pueden asumir la elaboración y la presentación de textos. Cada género, en ambas actividades, tiene ciertas características formales que lo diferencian de los demás. La escogencia de un determinado género depende de los objetivos del autor²³.

De la programación

La primera etapa de la televisión se vistió de idealismo, en el sentido de que subrayaron los criterios programáticos que en buena voluntad estaban dirigidos a prestar los servicios de formación, educación, información y entretenimiento. No obstante, los lineamientos por la que hoy se rige la programación televisiva están trazados en función de cubrir las expectativas, según estudios de mercado, de las audiencias.

Desde esa perspectiva se ha venido trabajando sobre la base de las nociones de flujo continuo, lo que ha traído como consecuencia una disponibilidad permanente de programación. Asimismo, la incursión a estos conceptos de continuidad de la segmentación ha sido la respuesta idónea a la necesidad de ofrecer una diversidad de programas que puedan cubrir las expectativas generadas en los destinatarios. Esta segmentación ha dado paso igualmente a los reiterados mensajes persuasivos y a las

²² BARROSO G. Jaime. *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis, Madrid, 1996, pág.191.

²³ DRAGNIC Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pág.121.

políticas de continuidad, caracterizadas por los programas seriados: telenovelas, series, los encuentros continuos con los programas informativos, los de variedades, entre otros.

La programación ha venido de igual forma involucrando a los destinatarios, implicándolos circunstancialmente en un proceso singular de comunicación, no sólo como simples receptores, sino también como partícipes de la producción en las figuras de protagonistas de los programas en tanto sujetos activos e interconectados permanentemente con la programación.

En todo caso, podríamos asumir que la programación se encuentra sumergida en un flujo continuo e ininterrumpido de programas de diversas categorías, que dan paso a un proceso - como ya se había dicho- de segmentación y de fragmentación sistemática del discurso televisivo. Asimismo, la unidad programática de la televisión se caracteriza por ser heterogéneas, de allí la diversidad de contenidos, que igualmente vienen determinados por un ritmo o frecuencia, que no es más que la presencia vertiginosa de imágenes sucesivas.

De los géneros y de los contenidos

La diversidad que caracteriza los géneros televisivos los hace estar presentes dentro de una unidad programática, para los efectos de ser transmitidos de acuerdo a una planificación de la emisión. No obstante, éstos no se inscriben en la programación sólo por su diversidad, sino también por su contenido temático que de acuerdo con criterios de producción, se encuentran ubicados en lugar específico de la programación. Entre estos podemos observar los informativos, los documentales, los deportivos, los musicales, los de ficción y largometraje, los de variedades, los educativos, los de contenido religioso, los de publicidad; las presentaciones y promociones, y otros.

Informativos

Se refieren a todos los que se producen bajo la premisa de transmitir la información acerca de aquellos acontecimientos de interés colectivo; de procedencia nacional o internacional. Por lo general los informativos utilizan los parámetros del periodismo y sus distintos géneros; por el ejemplo los noticieros, de los que se desprenden otros subgéneros: avances, boletines, entrevistas o debates, reportajes, coloquios, revista semanal, entre otros.

Documentales

Se refieren a un campo o área del conocimiento que muestra un fragmento de la realidad social, la cual se transmite de forma documental; de la que resultan los formatos de temas relacionados con las ciencias, las artes, la historia, la cultura, etc.

Deportivos

Los elementos que constituyen estos programas es el acontecer deportivo. Los deportes. En este género podemos encontrar distintos subgéneros como los programas destinados a una competición deportiva, como el caso de un Mundial de Fútbol, las carreras de formula uno, un partido de fútbol de la liga española, incluso podemos hallar los casos de entrevistas, magazines deportivos, donde se reúne la mayor cantidad de información y de secciones, noticieros deportivos y mucho más.

Musicales

Se caracterizan por tomar en consideración todo lo concerniente a la música. Es decir que centran su atención en lo relativo a la música como elemento preponderante de sus contenidos. Y, que aunque existen producciones audiovisuales caracterizadas por ser musicales, se les suman a este género circunstancialmente de

forma complementaria. De los géneros musicales surgen varios formatos de programación: noticieros musicales, documentales, comedias musicales, operas, zarzuelas, videoclips, entre otros. Su forma de presentación puede ser mediante magazines, retransmisiones, noticieros musicales, entrevistas con especialistas, y programas especiales.

Dramáticos

Se refieren a las distintas representaciones dramáticas de la realidad, bien sean históricas o tomadas de la literatura, mediante la actuación o diálogos dramatizados. Agrupan a todos aquellos programas originales o adaptados de ficción narrativa. Por lo general se determinan por el uso de un guión que delimita las distintas acciones de los personajes y registra la incursión de los procesos de producción en cuanto a las ambientaciones, locaciones, entre otras prerrogativas planteadas por el montaje. De estos dramáticos surge un importante número de formatos de programación de los que podemos nombrar algunos:

- *Las adaptaciones que provienen del género dramático y de la épica y de la poesía.*
- *Las adaptaciones que provienen de otros medios.* Son aquellas historias que tuvieron gran renombre en el pasado, pero que pueden ser transcritas de la forma más precisa y rigurosa posible, pero con actores ligados a estos tiempos.
- *Historias originales* producto de la creatividad de un autor, y adaptadas a la televisión: telecomedias, telenovelas, series, especiales.
- *Historias de acontecimientos reales:* son aquellas que exploran algunos sucesos relacionadas con personas anónimas y que acarrearán gran impacto. Por lo general se desarrollan en el interior de un hogar o de una familia.
- *El teleteatro:* es aquel que proviene casi exclusivamente del género dramático que ofrece la literatura, aunque también se observan los

provenientes de las novelas, adaptados bajo principios de dramaturgia a la televisión.

- *Telecomedias*: son igualmente adaptaciones. Filmadas en estudios y con pocos escenarios y pocos personajes.
- *Telenovelas*: se refiere a un formato serial que se caracteriza por ser un melodrama, donde intervienen personajes en constante enfrentamiento y bajo distintos ámbitos de dramatización. Utiliza todos aquellos recursos que ofrece la dramaturgia. Sus estructuras no son recurrentes. Su principal característica es la de provocar intriga en la audiencia. Sus estructuras narrativas son fragmentadas por capítulos; también realiza ciertas combinaciones entre locaciones exteriores e interiores. Su forma de presentación suele ser en horarios vespertinos y nocturnos.
- *Miniseries*: por lo general son adaptaciones de novelas. Sus narraciones suelen ser fragmentadas y dosificadas a fin de cumplir con el tiempo de emisión. En estos casos se observa que la estructura narrativa se ajusta a una serie de capítulos. Por lo general se presentan diariamente.

Variedades

El género de variedad, como su nombre lo indica agrupa a un número importante de formatos de programación que muchas veces surge de la creatividad de quién los produce. En estos se alterna una diversificación de subgéneros: musicales, concursos, espectáculos, de humor, juegos de envite y asar, entrevistas, tertulias, satíricos, charlas, dibujos animados, y mucho, pero muchísimo más.

Educativos

Son aquellos programas que se estructuran en función de un sentido pedagógico y de enseñanza. Su producción por lo general responde a planes educativos propuestos por los Ministerios Académicos. La idea de estos programas es

cumplir con una labor de enseñanza a la colectividad. Sus producciones se encuentran sobre la base de formatos dirigidos a escuelas básicas y diversificadas, institutos pedagógicos, universidades, educación especial, entre otras. Estos géneros por lo general se encuentran en la programación de televisoras especializadas.

Religiosos

Se realizan sobre la base de las distintas tendencias religiosas: sus formatos son los de información y cultos religiosos de distinto índole. Por lo general se observan en televisoras especializadas y sus horarios de presentación son ininterrumpidos.

Publicidad

Representan los espacios destinados a la publicidad o spots publicitarios. Se construyen bajo las premisas de información y persuasión. Hacen actos de forma permanente, por lo tanto pertenecen a la unidad programática. También se observan formatos especializados en publicitar cualquier producto. Son programas hechos sólo con el fin de publicitar única y exclusivamente un producto o servicio. Otros formatos son: Publicidad general, pases, reportajes de publicidad, propaganda política y publicidad institucional.

Las promociones

Se refieren a las autopromociones que pueden surgir desde el interior de otro programa. También son aquellas promociones comerciales, institucionales: ajustes, espacios de continuidad, de complementos, avances y promociones. Por lo general se comportan como protagonistas con funciones paliativas y concurrentes donde los elementos de continuidad también se hacen presentes a propósito de vender programación y más televisión. Son también elementos de perturbación programática.

Capítulo IV

Lectura técnica para Radio y televisión
Análisis de Contenido

Aprendiendo a leer la radio y la televisión

Los estudios acerca de los medios de comunicación de masas, centran especial atención en los procesos mediante los cuales se logran establecer un sin fin de productos comunicativos (textos, discursos, sonidos), a partir de numerosos procesos singulares de comunicación dados en distintas relaciones de entorno. Son en su gran mayoría, investigaciones destinadas a revelar un cúmulo de significados y de significantes implícitos en los mensajes transmitidos por los medios de comunicación social y los efectos que estos tienen sobre sus destinatarios o públicos receptores. El principal fundamento de estas pesquisas no es más que, como señala Hernández Pardo, la conversión de los hechos y sus símbolos en datos científicos¹

Una de las técnicas más utilizadas y de mayor repercusión en cuanto a las investigaciones acerca de medios de comunicación, es el Análisis de Contenido. Este hace referencia al conjunto de procedimientos sistemáticos de descripción, interpretación y lectura de los contenidos manifiestos en los mensajes, y por tanto, de los significados y los significantes.

Laurence Bardin, afirma que el Análisis de Contenido “Funciona por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes...no se limita al contenido, sino que tiene en cuenta al continente”². En ese sentido, estaríamos hablando de un tratamiento descriptivo, de acuerdo a una serie de premisas, de los mensajes implícitos en los productos comunicativos.

Por otra parte, el análisis de contenido puede ser desde la perspectiva temática, un análisis de los significados y al mismo tiempo podría ser un análisis de los significantes.

¹ HERNÁNDEZ P. Héctor. *Análisis de información internacional y medios de difusión*. Pueblo y Educación, La Habana, 1991, pág. 105.

² BARDIN Laurence. *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996, pág.

Bernard Berelson, asume de una forma genérica que el análisis de contenido se refiere a “la técnica de investigación para la descripción objetiva sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”³.

Por su parte, Juan A. Gaitán Y José L. Piñuel, consideran que el análisis de contenido no son por si solos un conjunto de procedimientos, sino además interpretativos dado que las técnicas que se utilizan para tales fines (la interpretación) son precisamente para refutar los productos comunicativos y las condiciones sobre las cuales estos pudieran manifestarse⁴.

Siguiendo a estos autores, el análisis de contenido cumple la función de procesar y extraer datos relevantes relacionados con las condiciones en que se han elaborado los productos comunicativos y sus resultados una vez difundidos. La denominación de análisis de contenido, Según Gaitán y Piñuel, supone que el contenido se encuentra dentro o guardado en el interior de un continente de elementos, que al momento de revelarlo asume una nueva forma de cual se tiene un sentido y una interpretación⁵.

De manera que al análisis de contenido lo podríamos asumir como el conjunto de técnicas y de procedimientos que delimitan una lectura objetiva, cuya práctica remite a la descripción e interpretación de los contenidos implícitos en los productos comunicativos, de los que se espera sean revelados como una nueva forma de conocimiento científico.

La mayoría de las investigaciones acerca de los medios de comunicación, hacen uso de este tipo de métodos a objeto de “capturar” el sentido connotativo de los mensajes, y en ese sentido descifrar los efectos que nacen en el ámbito social en la cual tienen lugar.

Está técnica de lectura de medios dispone de varios métodos que se originaron tras propuestas teórico metodológicas de las que resaltan las de Harold

³ Citado en DRAGNIC Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pág. 17

⁴ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 281.

⁵ Ídem, pág. 281.

Lasswell (1950-1960) enfocadas en el análisis frecuencial o cuantitativo, quien sumó poco tiempo después los métodos del análisis no frecuencial.

Estos análisis se enfocaron en el estudio de los símbolos y en los diversos elementos que conforman el lenguaje hablado, y en los que se delimitan con una serie de categorías predominantes en los contenidos.

Los estudios de Bernald Berelson en colaboración con Lazarfeld, son otros de los que resaltan en esta palestra de investigaciones destinadas a la comunicación de masas. Estos dos investigadores realizaron aportes metodológicos centrados en las reglas de análisis de las surgieron distintas definiciones, entre ellas, la vimos anteriormente, pero que bien vale la pena volverla a citar: “El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto en la comunicación”⁶.

Charles Osgood, por su parte, se enfocó en los métodos relacionados con la psicología, los cuales manifestaban una visión de “análisis asociativo o de contingencia” dirigido en explicar la naturaleza de las relaciones existentes en el interior de un mensaje con respecto a otros.

Otro método importante, según Olga Dragnic⁷, fue el ideado por Ithiel de Sola Pool, quien se fundamentó en el análisis funcional, orientado a la interpretación de los mensajes, sus significados y las consecuencias de éstos sobre los receptores.

El advenimiento de las nuevas tecnologías también hizo posible la necesidad de elaborar nuevas formas de análisis de contenidos. De ello surgió el análisis icónico, el cual tiene una estrecha relación con el método de análisis estructural creado por Abraham Moles⁸.

Los métodos propuestos por Marshal McLuhan, surgieron igualmente conforme a las nuevas tecnologías. Estos métodos se enfocaron en determinar los

⁶ DRAGNIC Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pág. 17.

⁷ Ídem, pág. 17.

⁸ Ídem, pág. 18.

efectos causados a los destinatarios por los distintos medios de comunicación, debido al uso de esas nuevas técnicas tecnológicas.

En fin, estos hitos han venido evolucionando con el transcurrir del tiempo; y con ese mismo tiempo, también han venido avanzando las nuevas formas de abordar los medios de comunicación social, prevaleciendo el análisis de contenido como técnica imprescindible.

La importancia de estos postulados se ve reflejada en la afirmación de que el análisis de contenido, se remite a unos determinados métodos que permiten elaborar, descifrar, tratar, registrar y decodificar los productos o mensajes comunicativos; lo que igualmente permite ir -al análisis de contenido-, más allá de las interacciones racionales que se dan por sabidas, por supuestas.

El análisis de contenido arroja datos relevantes con el objeto de conocer el ámbito de las condiciones de la comunicación, más allá del universo dado entre el público receptor y los contenidos

En ese sentido, ésta técnica de lectura, como señala Bardin, opera sobre la base de la “des-ocultación” donde lo que interesa es el hecho de indagar acerca de lo oculto, con el objeto de hacer emerger –sustraer- “ese sentido latente que subyace en los actos comunicativos”⁹.

Este desarrollo en cuanto a la sistematización que ha traído consigo el análisis de contenido desde el siglo pasado, ha hecho posible considerarlo como una metodología más que como una técnica. Sin embargo, las pericias utilizadas por este método han tenido una influencia de gran relevancia dentro de algunas parcelas del conocimiento, especialmente las referidas al de las ciencias sociales. No obstante, la génesis del análisis de contenido se remite al estudio de la perspectiva teosófica y filosófica de la hermenéutica, por un lado, y a las investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación en el área de la psicología y el de la funcionalista norteamericana.

⁹ Citado en GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 282.

La tradición filosófica de la hermenéutica es de origen clásico, es decir, que la visión de la interpretación de los mitos y los acercamientos hacia culturas, como la homérica, ya se encontraban en los postulados de Platón. Con respecto a la visión Aristotélica se evidencia el uso de una sistematización de los procedimientos gramaticales, lógicos, retóricos y poéticos; y de interpretaciones moralizantes dentro del estoicismo¹⁰.

Etimológicamente la hermenéutica denota un significado mucho más amplio que el que resulta de la sola interpretación de textos. Su objeto es aproximarse comprensiva e intelectivamente a la realidad.

En griego, *hermeneuein*, *hermenéutica*, significa: interpretar, traducir, explicar y expresar y la palabra *hermeneutiké Tékhne* significaba los medios que posibilitaban la traducción de una realidad cualquiera en palabras, su significado.

La tradición de la hermenéutica se refiere específicamente a la traducción de los textos escritos y documentos, técnica que heredó el análisis de contenido.

El carácter interpretativo de la hermenéutica está íntimamente relacionado con las mismas pretensiones de rigor vistas en el análisis de contenido. Sin embargo, desde sus orígenes, la hermenéutica se ha empeñado en aprobar el nivel de científicidad de los documentos que se encuentran vinculados con las tradiciones filosóficas y religiosas del pasado. Por ejemplo, en los aspectos religiosos se desarrolló como tradición interpretativa. En la época del cristianismo figuró como la exegética de los textos religiosos y al mismo tiempo originó una serie de técnicas interpretativas como la del comentario, la glosa, el escilio, la paráfrasis, entre otras.

Pues bien, desde la hermenéutica se han abordado varios campos de interpretación que su vez han generado otras tradiciones interpretativas igualmente sujetas a épocas y acontecimientos de la historia.

Así como la hermenéutica ha dado lugar a otras formas y tradiciones de interpretación, de la misma forma el análisis de contenido ha venido adquiriendo un

¹⁰ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 512.

rango metodológico conservando el legado interpretativo. A este respecto, Laurence Bardin, asume que el análisis de contenido “es una hermenéutica controlada que bascula entre dos polos: el rigor que exige la objetividad y el de la fecundidad propia de la subjetividad del investigador”¹¹. Este control al que se refiere Bardin le otorga un perfil científico al análisis de contenido, que ya habíamos nombrado. Este control se observa precisamente dentro de las técnicas aplicadas por la hermenéutica. Es decir, el carácter de objetividad y de interpretación. Por tanto, partiendo de la hermenéutica, pudiéramos asumir que cualquier lectura conlleva a un nivel de interpretación que de seguro encuentra sobre la base de un método científico que bien podría ser el análisis de contenido.

Con respecto a lo último algunos autores han establecido diferencias entre el análisis de contenido y otros ámbitos de investigación, como el análisis del discurso el cual se refiere, como dice Olga Dragnic, a una “metodología de la investigación de textos escritos y orales, derivada de la lingüística... y centra su atención en el uso y significación del lenguaje”¹².

Por su parte, M Stubbs¹³, toma el ámbito del análisis del discurso y lo incluye dentro de las perspectivas del análisis conversacional. Este autor ofrece dos distinciones del análisis de contenido: una se encuentra relacionada con la expresión escrita de forma no interactiva, y por otro lado, el discurso lo asocia con las expresiones escritas pero sumándole el carácter de interactividad.

El holandés Teun Van Dijk, considera que la palabra texto revela un constructo abstracto y teórico que se actualiza mediante el discurso¹⁴.

¹¹ Citado en GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 515.

¹² DRAGNIC Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006, pág. 19.

¹³ STUBBS. Michael. *Análisis del discurso. Análisis sociolingüístico del lenguaje natural*. Alianza, Madrid, 1987, pp. 23y 24.

¹⁴ Citado en GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 516.

Pese a estas distinciones, nos puede resultar frecuente observar que muchos autores utilicen estos términos (análisis del discurso y análisis de contenido) indistintamente como mutuas modalidades. Cosa que pudiera ocasionar una escueta definición y delimitación metodológica para los fines de una investigación del nivel analítico propiamente dicho.

Todas estas definiciones, incluyendo las de la hermenéutica y sus derivaciones, así como las disyuntivas surgidas de la lingüística, la sociolingüística, por ejemplo han sido las que hasta ahora han dado pie para que el análisis de contenidos se situó en un lugar distinto de acuerdo a los procedimientos e instrumentos de análisis de la cual se sirve, y cuya delimitación del objeto de estudio es precisa.

Ámbitos metodológicos del análisis de contenido

Una de las corrientes más importantes del análisis de contenido fue la visión cuantitativa desarrollada por Berelson, Lasswell y Lazarsfeld, la cual abordaba los aspectos sintácticos de los textos: su extensión, rasgos estilísticos, entre otros. Sin embargo, tiempo después, esta visión sería superada por la misma dinámica investigativa que arrojaba cada vez más, nuevos y ambiciosos alcances, en cuanto a los límites de las investigaciones referidas a las superficies textuales. De la misma manera que se iban desarrollando diversas expectativas, de esa misma forma se ampliaba el abanico en cuanto a las exigencias metodológicas, como por ejemplo la vinculación de técnicas de análisis con respecto al conjunto de hipótesis teóricas de las cuales también se conforma el análisis de contenido.

El análisis de contenido ha incursionado, como ya se dijo, en las ciencias sociales. Esta incursión es la que precisamente le ha permitido una diversificación de técnicas cada vez más desarrolladas. La prensa, la propaganda, la historia, la cultura, la política, la educación, han sido los campos, entre otros como los medios audiovisuales, donde el análisis de contenido ha tenido una importante participación, especialmente con las nuevas aplicaciones metodológicas que no se conforman con la

visión cuantitativa, sino también, con los análisis cualitativos de muy diversa gama. Podría ser una extensa lista de sugerencias de aplicaciones metodológicas, sin embargo, en su mayoría se remiten a test y escalas cualitativas y cuantitativas. El análisis de contingencia de Osgood, el análisis frecuencial de Berelson, el método de análisis funcional de Sola Pool, entre otros, son apenas una muestra del alcance del análisis de contenido.

Lo cualitativo en el análisis de contenido

El sentido cualitativo, aunque lo veremos materializado más adelante, no puede sustraerse de su condición misma, dado que ninguna de las metodologías pueden dejar de apoyarse en un marco teórico que delimite cierta y determinadas categorías de las que se servirá. Por ello, el análisis, aunque está delimitado por ciertas técnicas de cuantificación de los datos registrados, su esencia sólo podrá ser provista de manera teórica. Por lo tanto, el análisis de contenido no puede renunciar a los supuestos teóricos que lo delimitan, y menos aún cuando las inferencias dadas de la fase intermedia pasan a conducir la fase o etapa final de la interpretación, tal como lo veremos en el apartado referido al protocolo de investigación, capítulo V.

Vale la pena recordar aquí una máxima de Mario Bunge: “sin teoría no puede haber ciencia”¹⁵.

Lo que hemos visto hasta ahora en relación al análisis de contenido, nos ha brindado la posibilidad de entenderlo desde una perspectiva teórica y metodológica, como un conjunto de procedimientos y de técnicas de investigación enfocadas en la lectura, interpretación, la comprobación y la verificación –entiéndase su alcance cualitativo y cuantitativo- de hipótesis, sostenidas igualmente sobre un repertorio de categorías deducidas previamente de un marco teórico y de unos objetivos. Dicho repertorio marcará los procedimientos sobre el corpus o material de análisis de cara al registro estadístico y procesamiento lógico de los datos y su oportuna interpretación.

¹⁵ BUNGE Mario. *Teoría y realidad*. Ariel, Barcelona, 1975, pág. 53.

Tipología de análisis de contenidos

Existen varios tipos de análisis de contenido, los cuales se eligen de conformidad y en virtud de las exigencias que implican las características mismas del material o documento que se vaya analizar. Es decir que las exigencias se encuentran sujetas a una cierta y determinadas técnicas de aplicabilidad de acuerdo al material de análisis.

El análisis de contenido tiene un amplísimo campo de aplicabilidad, las comunicaciones. No obstante, los diferentes documentos que se pretendan analizar deben encontrarse sobre la base de un instrumento que se adapte el ámbito de aplicación. El propósito del análisis de contenido, según Bardin, se refiere a:

...la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)... por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes¹⁶.

Notamos en esta apreciación de Bardin, que el hecho mismo de las condiciones de producción delimitan una diferenciación entre unos mensajes y otros, por lo que habría que trazar procedimientos específicos de acuerdo al material escogido para el análisis. Por ello, el análisis de contenido se diferencia, según sus ámbitos de aplicación. De esto, Gaitán y Piñuel¹⁷, asumen que un análisis de contenido estándar debe cumplir con las siguientes exigencias:

- Elegir la comunicación próxima a estudiar
- Escoger las categorías que se usarán
- Seleccionar las unidades de análisis
- Seleccionar el sistema de recuento o de medida

¹⁶ BARDIN Laurence. *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996, pp. 29 y 32.

¹⁷ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 283.

Es de hacer notar que estas prerrogativas, aunque no agotan la complejidad del análisis, lo cual veremos más adelante, tampoco incluyen al resto de los posibles tipos de análisis. Por tales razones es conveniente clasificar algunos tipos de análisis de contenido de acuerdo a sus características más representativas.

Estos análisis de contenido se pueden reconocer según sean los objetivos trazados por la investigación, el material o fuentes de análisis, el diseño de la investigación y las unidades de análisis. Entre estos tipos de análisis de contenido, el primero que creemos debería ser explicado, es el que se encuentra delimitado por sus objetivos. Este se diferencia por ser exploratorio, descriptivo o explicativo.

Los exploratorios, parten de un pre-análisis o bien de una prueba piloto que tendrá por objeto explorar distintos documentos o corpus, a fin de que alguno de los explorados sea elegido como el más indicado para los fines consiguientes de análisis. Igualmente en este análisis se diseñan las estrategias y los criterios adecuados para abordar el corpus. Estos se enfocan en la elaboración del repertorio de categorías que configurarán el protocolo de análisis, de modo que resulten lo más productivo posible con respecto al aprovechamiento de los datos.

Una de las formas para clasificar las categorías es la técnica *Delfhi*, también conocida como reunión de expertos, los cuales suponen estar íntimamente relacionados con el objeto de estudio. Estos diseñan la estructura categorial de cara al protocolo de análisis.

El análisis descriptivo se constituye sobre un marco teórico, cuya definición de categorías y distintos elementos, logran identificar y catalogar los diversos documentos a ser analizados.

El análisis documental es uno de los más reconocidos dentro de los análisis de contenido descriptivo. Se enfoca en la descripción del producto comunicativo bajo criterios formales, que surgen del contexto donde se encuentra inscrito el objeto de análisis, además de identificar de forma “intra-textual” la estructura del mensaje o producto. Este análisis realiza, en primer lugar, la descripción de los entornos, contextos y situaciones dados en la producción de productos, y la recepción de estos. En segundo lugar, describe la estructura sociodemográfica y normativa que regula el

comportamiento de los individuos y de las instituciones implicadas en la producción de procesos comunicativos.

Los análisis explicativos recurren a criterios materiales. Se encargan de realizar las pruebas pertinentes con las hipótesis, en el sentido de verificar si estas son contradictorias, probables o empíricamente verdaderas. En lo explicativo, da razón de las inferencias -de las cuales hablaba Bardin- acerca de la naturaleza y funcionamiento de los productos comunicativos y sus efectos.

Estas inferencias pueden ser inductivas, como las extrapolaciones encontradas en algún producto comunicativo referido a las audiencias, como por ejemplo aquellas que inducen un efecto (predicción) o bien pueden ser deductivas en tanto que deducen, tanto antecedentes de los productos comunicativos, como contenidos y mensajes. Asimismo, estas inferencias surgen a raíz de estudios de productos comunicativos y sus efectos en la audiencia.

Análisis de contenido según sus fuentes

Las fuentes del material de análisis son las que configuran el corpus de estudio. Estas diferencian el análisis de contenido en primarios, secundarios y terciarios. El corpus de estudio para el análisis de contenido puede obtenerse a través de distintos tipos de materiales: impresos, manuscritos, informativos (libros, publicaciones periódicas, cartas, diarios, documentos históricos) y audiovisuales (discos, registros sonoros, cine, fotografías, videos) por la radio y la televisión. Según sea el documento constituirá una fuente primaria, en este caso documentos históricos obras artísticas, informativas, culturales, audiovisuales de radio o de televisión etc. Por ejemplo, si el material proviene de una fuente televisiva serán sus contenidos los que se tome como fuentes primarias de análisis, de allí la clasificación y escogencia de las categorías, de las tipologías de géneros; su programación. Las fuentes secundarias son aquellos textos originales que derivan de los primarios. Son las que se valen de una transcripción, traducción, interpretación y tratamiento previo de las fuentes primarias. En este caso, serían los resultados obtenidos de los primeros

análisis los que se tomarán como fuentes secundarias. Es decir, una vez estudiada la programación de la radio, por ejemplo, como fuente primaria, se tomarán los resultados obtenidos como fuentes secundarias para otros estudios.

El análisis de contenido mediante fuentes terciarias es aquel que toma como material los resultados de algún proceso de experimentación comunicacional. Es decir, materiales que se construyen mediante la observación de variables “examinadas experimentalmente” por parte de participantes (investigadores, codificadores, observadores) relacionados con el objeto de estudio: laboratorios de teatro que manejen técnicas psicosociológicas y etnográficas (dinámicas de grupo o focus groups), reuniones de grupo u otro tipo de dinámicas relacionadas con la investigación y la acción participativa.

Análisis de contenido según su diseño

El análisis de contenido según su diseño, se diferencia de aquellos que utilizan un material documental suficientemente amplio y extensivo, o bien, aquellos donde se utiliza un corpus de documento muy reducido. Estos análisis se diferencian en horizontales, transversales, longitudinales y triangulares. Los primeros, de diseño horizontal, tienen la particularidad de valerse de un corpus extenso, típico de los análisis de contenido de corte cuantitativo caracterizados por una construcción muestral que surge de un tratamiento estadístico. El estudio propuesto por Lasswell, Lenner y de Sola Pool (1952), es un ejemplo de análisis de contenido horizontal, el cual utilizó un voluminoso universo textual. Este estudio pretendió demostrar la supuesta revolución generada dentro del mundo de los símbolos políticos, los cuales se manifestaban en los editoriales periodísticos de varios países de Europa y Estados Unidos.

El análisis de contenido de diseño vertical o intensivo, es aquel que se caracteriza por un material de análisis reducido o de sólo un caso. A diferencia del análisis de contenido horizontal, se trata de un análisis no cuantitativo, cuyos resultados podrían ser incluso más amplios que los arrojados por el diseño horizontal.

Esto dependerá de los objetivos trazados por la investigación. Estos amplios resultados obedecen a la no recurrencia de procedimientos estadísticos, por lo que los resultados derivan principalmente de las distintas relaciones halladas, de las distintas oposiciones y de los contextos, que de la cuantificación. Una muestra de éste análisis vertical fue el realizado por Umberto Eco (1968) acerca de los spots publicitarios, *La estructura Ausente*, basado en el análisis estructural semiológico. Las relaciones peligrosas realizado por Todorov (1966), o el realizado por Hall (1973), acerca del “Western” como género cinematográfico¹⁸.

El análisis de tipo sistemático propugnado por Rapaport (1969), desarrollaría lo que se conoce como análisis de contenido longitudinal. Se trata de analizar el documento en distintas etapas de su recorrido. Esta teoría sistémica, consiste en que el cambio o la evolución dada en el material textual como sistema autónomo debe analizarse bajo los mismos parámetros, como por ejemplo, los editoriales de un periódico. Cuando este tipo de análisis toma como muestra un número considerable de medios de comunicación, los resultados podrían apuntar a ser considerados como termómetro (indicador) del clima social.

El análisis triangular consiste en la recopilación de distintas perspectivas de estudios en función de realizar una comparación entre las mismas. Su objeto de análisis más allá de la recopilación y la comparación, está dirigido a la contrastación de la descripción, evolución y explicación de los materiales analizados con respecto a los análisis de otras investigaciones. Se trata entonces de combinar las técnicas utilizadas por todas las investigaciones encontradas, con el objeto de dar validez externa al análisis. Una muestra de este tipo de análisis triangular fue el realizado por Piñuel (1992)¹⁹ donde combinó y comparó los resultados de un análisis de contenido de una campaña electoral por televisión y los resultados de una encuesta acerca de la campaña electoral mencionada.

¹⁸ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 522.

¹⁹ Ídem, pág.523.

Algunos autores afirman que el hecho de triangular el análisis implica un resultado indefinido, que bien no podría finalizar en un punto determinado. Se le conoce como “triangulación indefinida”. No obstante, afirman Gaitán y Piñuel, que el diseño triangular, la contrastación entre el valor de los nuevos datos y los métodos utilizados para reunirlos, constituyen una forma legítima de impulsar los nuevos paradigmas de las ciencias sociales²⁰.

La comparación como forma de análisis de las distintas realidades representadas en los medios de comunicación social ha dado lugar a nuevas fuentes y nuevos materiales de investigación acerca de la realidad social. Tanto así que se han creado líneas paradigmáticas, como por ejemplo, los estudios de Berelson(1952), cuyos resultados arrojaron que los norteamericanos son más numerosos en los *comics* que en la vida real, en una proporción veinte veces mayor que la población total²¹.

Análisis de contenido según tipos de medición

Los parámetros de medición y de evaluación diferencian el análisis de contenido cuantitativo del cualitativo. Los aspectos cualitativos en todo análisis de contenido son condiciones inherentes al mismo de las que no puede sustraerse. Cualquier metodología que lo ponga en práctica no deja de estar sobre un marco teórico. Por su parte, los aspectos cuantitativos se expresan una vez se hayan determinado el repertorio de categorías, las unidades de análisis e ítems facilitados por el marco teórico, además de las hipótesis y objetivos.

Las unidades de registro y de análisis diferencian al análisis de contenido en temáticos, léxicos y evolutivos; análisis de contenidos argumentativos, proposicionales; análisis de contenido sobre textos o del discurso, y análisis de contenido aplicados a la narrativa. Las unidades de registro y de análisis no son independientes del resto de elementos que supone un análisis de contenido. Nos

²⁰ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, páginas. 522-523.

²¹ Ídem, pág.523.

referimos al repertorio de categorías, al objeto de estudio, el diseño de investigación o a la técnica de medición referida al campo de aplicación.

Según las unidades de registro y de análisis podemos apreciar los siguientes tipos de análisis de contenido²²

TIPO DE ANÁLISIS	OBJETOS DE ANÁLISIS	ATRIBUCIÓN	CAMPO APLICACIÓN
Análisis léxicos, temáticos y evaluativos	Conceptos, términos, categorías y palabras	Semántica Semiótica Psicología	Contenidos de los medios de comunicación: TELEVISIÓN , RADIO , prensa, editoriales, etc.
Análisis lingüístico y preposicional	Oraciones proposiciones	Gramatología Semántica Filosofía del lenguaje	Discursos políticos, científicos o políticos
Análisis argumentativos	Discursos	Lógica formal y discursiva Pragmática Retórica	Discurso en prensa y en textos, editoriales, publicitarios, etc.

Repertorio de categorías de unidades según los objetos de estudios²³

CATEGORÍAS DE UNIDADES	DISECCIÓN DE ANÁLISIS	ATRIBUCIÓN E INFLUENCIA	OBJETOS DE ESTUDIO
UNIDADES LÉXICAS	Palabras, Frases Términos	Semántica	
UNIDADES TEMÁTICAS	Referencias Conceptos	Psicología cognitiva	Medios de comunicación: prensa, RADIO , cine, TELEVISIÓN , etc.
UNIDADES EVALUATIVAS	Actitudes valoraciones	psicosociología	Ídem
UNIDADES PROPOSICIONALES	Oraciones Proposiciones	Gramatología Filosofía del lenguaje	Enunciaciones referidas a procesos de comunicación

²² GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 526.

²³ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 289.

Lectura de los instrumentos

Hasta ahora hemos visto que el análisis de contenido se sirve de una serie de procedimientos y técnicas que nos proponen realizar una elaboración, clasificación, registro y tratamiento, de lo que podemos considerar como productos comunicativos. No obstante, Roger Wimmer y Joseph Dominick, nos ofrecen otras definiciones que nos ampliarán el horizonte referencial:

Walizer y Wienir (1978), definen el análisis de contenido como un procedimiento sistemático creado con el objeto de analizar el contenido de la información registrada; Krippendorff (1980), lo considera como la técnica de investigación que sirve para realizar informes válidos acerca de la información dentro de un contexto. Para Kerlinger (1986), el análisis de contenido se refiere al método cuyo análisis de la comunicación lo realiza de forma sistemática, objetiva y cuantitativa en función de hallar variables susceptibles de medición²⁴. Por su parte Berelson (1952), como la habíamos dicho antes, lo define como una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”²⁵.

Estas definiciones nos remiten a una serie de procedimientos y métodos de medición que deben ser puestas en prácticas con el objeto de realizar un análisis de contenido, más no explican a que se refieren cada uno de estos procedimientos; ¿cual es su función?

Partiendo de la definición de Kerlinger que vimos arriba, podemos ir conociendo un poco más acerca de estas referencias. En éste autor el análisis de contenido es sistemático en tanto que el material que se va a seleccionar, debe hacerse

²⁴ WIMMER Roger y DOMINICK Joseph. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Thomson, México, 2001, Pág. 135.

²⁵ BARDIN Laurence. *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996, pág. 13.

respetando las reglas explícitas aplicadas precisamente a la selección de la muestra expresada en variables susceptibles de medición, por tanto cuantificables.

Los procedimientos de selección del universo y la muestra deben ser lo suficientemente apropiados, de manera que, cada uno de los puntos puedan tener la misma probabilidad de ser incluidos en el estudio. Como se dijo anteriormente, las unidades de análisis y de registro, no son independientes de los otros elementos. La evaluación de los elementos de análisis debe ser sistemática, es decir que todo material de análisis debe ser tratado de la misma manera.

La evaluación sistemática se refiere a un conjunto de principios que ofrecen uniformidad en la codificación, de manera que no puedan alterarse, ni los procedimientos, ni los resultados.

El análisis de contenido, es objetivo en tanto que las idiosincrasias e inclinaciones de los investigadores no intervengan en los resultados obtenidos. Esta objetividad implica que tantas veces sea hecho el mismo análisis, los resultados arrojados deberán ser los mismos. Se requiere de la exhaustividad en la definición, tanto para las operaciones como para las clasificaciones de las variables, a fin de que las distintas investigaciones que repitan el análisis puedan llegar a las mismas premisas. No obstante, afirman Wimmer y Dominick, que la objetividad perfecta en un análisis de contenido es de difícil tarea. “Las especificaciones de la unidad de análisis y la composición y la definición precisas de las categorías importantes son áreas en la que los investigadores deben aplicar la elección subjetiva”²⁶.

Retomando a Kerlinger, el análisis de contenido es cuantitativo dado que debe expresar en porcentajes los resultados del material analizado, por ejemplo: cuarenta (35,8%) de los programas de televisión contienen una carga de violencia. La cuantificación permite una interpretación más acertada²⁷ de los datos analizados, gracias al uso de herramientas estadísticas.

²⁶ WIMMER Roger y DOMINICK Joseph. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Thomson, México, 2001, Pág. 135.

²⁷ Ídem, pág. 136.

Es importante destacar que la cuantificación se realiza sobre la base del repertorio de categorías provistas por el marco teórico, por las hipótesis, y por los objetivos.

Para realizar un análisis de contenido es imprescindible definir el universo. Lo que se va analizar. Los materiales. Es decir, los contenidos o los productos singulares de los procesos comunicativos impuestos por la radio y la televisión, por ejemplo.

Un universo podría ser las distintas emisiones de noticiario en radio, o algún género de televisión; un programa de radio durante un mes o los comerciales de televisión durante seis meses. También podría ser diez capítulos de una telenovela, una obra dramatizada en radio, un género musical; los discursos pronunciados por las figuras públicas, bien transmitidos por la radio, o bien por la televisión.

Un universo o cuerpo de análisis debe ser delimitado con precisión. Cuando se toma emisiones radiales, que será nuestro caso, estas deben estar bien especificadas, en el sentido de cuantas veces al día será evaluada, cuantos minutos de la emisión serán tomados como tiempo para el registro; incluso las veces por semana en que será observada u oída la emisión. Por ejemplo: la emisión vespertina de los noticiarios de la emisora NT. De lunes a viernes: diez minutos de observación. Tiempo de investigación: tres meses. Igualmente debe hacerse con el resto de los materiales de análisis. Con la televisión, para ser más precisos.

Unidades de análisis

Las unidades de análisis representan un fragmento del contenido manifiesto en la comunicación de la cual se sirve el análisis de contenido. Ezequiel Ander Egg, afirma que suelen ser de diversas formas y su escogencia puede provenir de distintos materiales: “palabras, períodos de frases, frases, párrafos, artículos, libros, emisiones de radio o televisión, slogans publicitarios, etc., a condición de que sean estandarizadas en cada investigación en concreto”²⁸.

²⁸ ANDER EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Hvmanitas, 1982, pág. 332.

Berelson²⁹, estima cinco unidades fundamentales para el análisis de contenido:

- *La palabra.* Se considera como la unidad de análisis más simple. Sin embargo, Kerlinger advierte que puede haber incluso unidades aún más simples como las letras, fonemas o símbolos³⁰.
- *El tema.* Se define como una oración o enunciado referente de algún hecho o cosa. Ezequiel Ander Egg, asume que el tema consiste en una “afirmación, sentencia o proposición relativa a un asunto. A partir de estas manifestaciones lingüísticas, se formulan inferencias sobre manifestaciones no lingüísticas”³¹. Los temas se diferencian por las autoreferencias del contexto al cual se refieren.
- *El ítem.* Suele ser la unidad de análisis con más uso, la cual se define como el material total utilizado por los investigadores. Los ítems como cualquier documento susceptible de análisis “es el material simbólico total”³². Un programa de televisión o de radio, un discurso audiovisual o sonoro.
- *El personaje.* Una persona, figura pública de la televisión o de la radio.
- *Medidas de espacio-tiempo.* Se refieren a las unidades físicas como las que se dan en la prensa, como el centímetro por columna, o por ejemplo, las que se presentan en los escritos, como la línea, el minuto dentro de una conversación por radio, el cuadro en televisión, la pausa en un discurso. Es una relación espacio-temporal dada en el corpus.

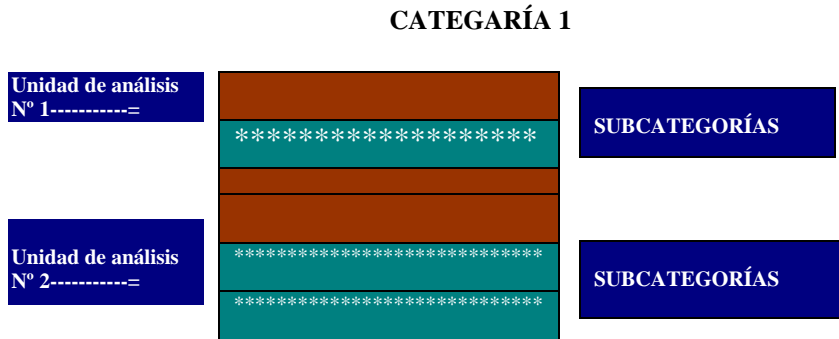
²⁹ Citado en HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 414.

³⁰ Ídem, pág. 414

³¹ ANDER EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Hvmánitas, Buenos Aires, 1982, pág. 333.

³² HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 414.

Estas unidades de análisis pueden insertarse como categorías, tal como lo expresa el siguiente esquema propuesto por Hernández, Fernández y Baptista³³:



Las unidades se seleccionan dependiendo de los objetivos planteados y las preguntas de investigación. Respecto a esto algunas fuentes referenciales recomiendan:

- Se puede utilizar más de una unidad de análisis para un solo estudio.
- Los ítems y las medidas espacio-temporales son las más adecuadas para los análisis dado que ponen especial énfasis a los asuntos establecidos.
- Las unidades bien definidas son las que validan o rechazan una categoría
- Por lo general las unidades amplias y bien definidas necesitan menos tiempo para su codificación con respecto a otras más pequeñas.
- Las palabras y las unidades amplias agrupan menos dificultades para ser analizadas que los temas o que las oraciones.
- El tema se recomienda cuando se van realizar análisis de significados y relaciones dadas entre estos.

³³ HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 415.

Las categorías

Afirma Ander Egg, que la clave de todo análisis de contenido, de toda investigación, radica en la determinación, clasificación, y selección de las categorías. Sin embargo, completa el autor, que no existe una rigidez “un acuerdo mínimo” para establecer la complejidad y la variedad de estas. No obstante, de los intentos en procura de una clasificación de las categorías, Ander Egg, propone el modelo de escogencia de las mismas, utilizado por Duverger para el análisis de contenido³⁴:

- *Categoría de contenido.* Se refieren a los contenidos tratados en el proceso comunicativo. Se pueden establecer dos tipos:

1.- **Por temas tratados:** son aquellos que pueden clasificarse a través de emisiones radiofónicas, como por ejemplo los programas de música, emisiones educativas, noticias, etc. A partir de estas categorías, igualmente se pueden determinar las relaciones espacio-temporales que se le otorga a cada tema.

2.-**Por métodos:** se clasifican las categorías de acuerdo a los métodos y técnicas que vayan ser puestos en práctica.

- *Categorías de forma.* No se toma en consideración el fondo de lo que se trate, sino la forma de éste. Stewar³⁵, ilustra las siguientes categorías de forma:

1.- Hechos

2.-Comentarios

3.- Intensidad, la cual se refiere al número de veces en que aparece términos, discursos, slogans. Son los efectos que éstos últimos causan al destinatario.

4.- Estratagemas. Se refiere al estudio de la argumentación usada en los discursos, la propaganda política, entre otros de similar características.

- *Categorías de apreciación.* Consiste en las apreciaciones que hace el autor de algún documento:

³⁴ Citado en ANDER EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Hvmánitas, 1982, pág. 333.

³⁵ ANDER EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Hvmánitas, 1982, pág. 334

1.- Con respecto a la **toma de posición** se distinguen las siguientes: pesimismo, optimismo; aprobación-desaprobación, positivo-negativo, afirmación-negación.

La toma de posición puede analizarse tomando en consideración que tan favorable o desfavorable puede ser la posición de prensa frente a un determinado acontecimiento.

2.- **Con juicios de valor:** justo-injusto, feliz-infeliz, fuerte-débil. Son categorías elaboradas en función de analizar a partir de un juicio de valor los textos o materiales que se estudien.

- *Categorías de individuos o personajes.* El análisis que se efectúa a un personaje de telenovela, teatro, televisión, novela, etc. Se le toman en consideración sus rasgos personales como el sexo, la edad, educación, entre otros.

- *Categoría de origen y destino.*

De origen: se refiere al sitio de donde proviene el contenido. Por ejemplo: una noticia internacional, transmitida por una estación nacional; o una noticia nacional que se transmite mediante una emisora local, etc.

De destino: se refiere al público o audiencia a la cual está destinado el producto comunicativo.

El esquema de Duverger, apenas muestra alguna de las diversas variedades de categorías. Sin embargo, esta clasificación puede ser mucho más amplia; mucho mayor, dado que respondería a las delimitaciones de las distintas investigaciones. No obstante, creemos conveniente mostrar la clasificación de categorías hecha por Hernández, Fernández y Baptista. Según estos autores, las categorías se caracterizan por las unidades de análisis, donde se ordenan por ejemplo: programas de televisión o de radio, que además podrían clasificarse como *optimistas o pesimistas*. Se ordenen discursos políticos como *liberales o conservadores*; o bien podrían ordenarse un actor o personaje en la categoría de *bueno o malo, entre otras de carácter ético-morales*³⁶.

³⁶ HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 416.

El siguiente cuadro nos ofrece un ejemplo de categorización de unidades de análisis

DISCURSO A		CATEGORIAS		CATEGORIA 1
OPTIMISTA	CONSERVADOR			
PESIMISTA	LIBERAL			

DISCURSO B		CATEGORIAS		CATEGORIA 2
CONSERVADOR	OPTIMISTA			
LIBERAL	LIBERAL			

El ejemplo anterior nos mostró que cada unidad de análisis se puede encasillar en distintos sistemas de categorías. También existen clasificaciones donde la unidad de análisis como se dijo atrás, puede estar centrada en un personaje principal de algún programa de radio o de televisión que se transmita con frecuencia. Por ejemplo, puede que existan dos sistemas de unidades de análisis: uno destinado a reconocer ciertas características del discurso y la otra a la conducta del personaje. La primera puede estar ligada a la pronunciación de las palabras: buena o mala; y la segunda asociada a los movimientos: rigidez, soltura.

Este cuadro nos muestra la forma en que pueden estar dos sistemas de categorías

UNIDADES	CATEGORIAS 1 DISCURSO HABLADO	SUCATEGORIAS	FRECUENCIA
	PRONUNCIACIÓN		NUMERO DE VECES
CAPITULO 1		MALA	
		BUENA	
CAPITULO 2			
CAPITULO 3			

UNIDADES	CATEGORIAS 2 CONDUCTA	SUCATEGORIAS	FRECUENCIA
	MOVIMIENTOS		NUMERO DE VECES
		SOLTURA	
CAPITULO 1		RIGIDEZ	
CAPITULO 2			
CAPITULO 3			

Dentro del conjunto y diversidad de categorías, también podemos encontrar las que se relacionan con las que se desprenden del planteamiento del problema:

- Las que se refieren al tema del cual este tratando el producto comunicativo.
- Se relacionan con el tratamiento que se le esté realizando al tema: positivo-negativo, favorable-desfavorable.
- Las que están asociadas a revelar las metas, deseos, intereses y creencias.
- Las que se relacionan con los destinatarios. ¿A quién o a quienes va dirigido el mensaje?
- Categorías físicas: fijan la relación deposición y de duración de una unidad de análisis: secciones y horarios dentro de los programas de radio y televisión. el tiempo de duración de un comercial

Las categorías deben ser escogidas de forma exhaustiva con el propósito de abarcar la mayor cantidad de categorías posibles. Igualmente, las subcategorías deben ser excluyentes, en tanto que las unidades de análisis deben estar sujetas a una sola categoría, de lo contrario habrá contradicciones, en tanto a las relaciones de tiempo y

espacio, por ejemplo, de los personajes. Es decir, un moderador no puede estar ubicado en dos subcategorías en la misma relación espacio-temporal.

De las unidades de registro y de análisis surgen igualmente las variables; y de los objetivos de la investigación surgen las hipótesis; y aunque no vamos a desarrollar un tema relacionado con éstas, es importante señalar algunas consideraciones.

En relación con las hipótesis, éstas dependen de factores esenciales como el enfoque y alcance inicial del estudio que se pretende realizar. Por lo general las hipótesis se formulan bajo un enfoque de investigación cuantitativo cuya delimitación podrá ser correlacional o explicativa, incluso dicho alcance podrá ser descriptivo en la medida en que se intente pronosticar un acontecimiento.

Por el contrario en los estudios cualitativos no siempre se formulan hipótesis. La naturaleza de estas se caracteriza por ser inductivas, y por lo general, el alcance de la investigación es exploratorio o descriptivo.

De las hipótesis y las variables

Para Kerlinger: “la hipótesis es un enunciado conjetural, una proposición provisional sobre la relación que hay entre dos o más variables”³⁷.

Nótese que el autor utiliza el término variable, por lo que bien vale la pena definirlo: “Una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse y observarse”³⁸.

Ejemplo de estas variables puede ser el sexo, la edad, el atractivo físico, el aprendizaje de conceptos, la religión, la agresividad verbal. Otros ejemplos son los que se aplican a objetos o a personas, las cuales adquieren diversas manifestaciones con respecto a las variables.

³⁷ RAMÍREZ Tulio. *Como hacer un proyecto de investigación*. Panapo, 1999, pág.31.

³⁸ HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 143.-

Siguiendo con las hipótesis nos encontramos con la definición realizada por Lazarsfeld:

Una hipótesis es una proposición, condición o principio que es aceptado –quizás sin fe- para obtener sus consecuencias lógicas, y por medio de un método comprobar su acuerdo con los hechos conocidos o con aquellos que pueden ser determinados³⁹.

Tulio Ramírez, asume que, a partir de estas definiciones se pueden tomar a las hipótesis como proposiciones fundamentales desde una perspectiva científica y con carácter probabilístico sobre los fenómenos dados en una realidad objetiva⁴⁰.

Lo que hasta ahora se ha dicho, no significa que en toda investigación se debe plantear una hipótesis. Por el contrario, la formulación de éstas depende de dos aspectos fundamentales:

- De la intencionalidad del investigador al limitar el alcance de la investigación.
- De la fundamentación teórica y de la factibilidad técnica de los elementos de comprobación en cuanto a los planteamientos hipotéticos.

Esto quiere decir que se pueden plantear investigaciones que se inscriban sobre la base del alcance de los objetivos. Sobre la base del logro de objetivos sin plantear hipótesis. Por lo que en un análisis de contenido aplicado a la radio y la televisión, bien se podría, o no, plantearse hipótesis. Todo dependerá del alcance del diseño de investigación que se aplique. Autores como Hernández, Fernández y Baptista, aprueban que en un análisis de contenido el alcance de la investigación pudiera estar diseñado desde el enfoque cualitativo, como del cuantitativo, incluso desde la modalidad del enfoque bimodal o mixto⁴¹.

³⁹ RAMIREZ Tulio. *Como hacer un proyecto de investigación*. Panapo, 1999, pág.32.

⁴⁰ Ídem, pág. 32.

⁴¹ HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México 2003, pág. 477.

Capítulo V

Laboratorio de análisis de contenido

Diseño operativo

Resumen

La radio y la televisión en Venezuela han sido objeto de muchos estudios, especialmente los referidos a la programación, a sus contenidos, y a los efectos que estos producen en la audiencia, o públicos receptores. Esta Preocupación, obedece a la importancia que tiene la innegable relación entre la producción y emisión de contenidos audiovisuales y las estructuras mentales que orientan el comportamiento social, económico, cultural y moral del venezolano. Con el fin de sistematizar la experiencia habida, de consolidar y ampliar los métodos, técnicas y procedimientos alcanzados y de ajustar la investigación de los contenidos de la radio y la televisión a los nuevos presupuestos teóricos y a las nuevas circunstancias sociales, nos proponemos crear un laboratorio de análisis de contenido, con la meta de monitorear periódicamente la dinámica de los contenidos radiotelevisivos en Venezuela.

Dicho laboratorio, se hará sostenible gracias a su vinculación con asignaturas tipo seminarios, de investigación del pre y postgrado, y a las líneas de investigación vinculada con la institución.

Generalidades

Diseñar un Laboratorio de Estudios y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y Televisión en Venezuela, que opere sobre la base de un protocolo de procedimientos y actividades diversas ligadas a estrategias operativas. Dicho laboratorio debe responder como cualquier otro proyecto de investigación, a los parámetros establecidos por los métodos de investigación científica ofrecidas por los distintos estándares referenciales. Esto es, desarrollarlo bajo los ámbitos y fines concernientes a las diversas metodologías y demás ejemplos tomados de la investigación científica.

Esta propuesta no se centrará en la sola práctica de la producción del diseño de su estructura metodológica: marco teórico y metodológico; diseño de investigación (tipos y niveles) sus técnicas e instrumentos de recolección de datos, sistema de análisis y demás actividades, sino también, prestará especial atención a las diversas tácticas y estrategias operacionales, de las cuales se sirve el conocimiento empírico y científico, especialmente cuando se tiene a la comunicación social como objeto de estudio.

Justificación

Este Laboratorio para el estudio de programación requiere unir en lo posible todas las piezas de los contenidos audiovisuales (radio y televisión), de modo de poder brindar un espacio permanente y un constante seguimiento para su mejor aprovechamiento teórico, práctico y de aplicación, tanto educativo como en la producción de nuevos contenidos.

Es preciso para ello consolidar métodos, procedimientos y técnicas que hagan más eficientes y permanentes el análisis de los contenidos y demás formas de lo radiotelevisivo. Es esa la función de la Unidad de Estudios Audiovisuales en pleno proceso de reingeniería en el ININCO, donde este proyecto de laboratorio de contenido cumple un papel estelar. .

Se retroalimentan también las actividades de docencia del pregrado y postgrado vinculadas con el ININCO, al crear seminarios y talleres de adiestramiento en la investigación aplicada de los temas de la comunicación desde múltiples perspectivas disciplinarias: sociológicas, económicas, antropológicas, políticas, entre otras.

La difusión permanente de los resultados de laboratorio impactará seguramente en la comunidad académica, en la comunidad profesional y en los debates públicos sobre sus temas correlacionados. Es por ello crucial el diseño de mecanismos eficientes de difusión. El laboratorio hará esfuerzos en prestar servicios a los proyectos de investigación vinculantes en aras de cohesionar, a la comunidad científica preocupada por la temática y sus consecuencias en la actual dinámica social venezolana.

Actividades de laboratorio. Tácticas, técnicas y estrategias operacionales

Objetivo General

Diseñar un laboratorio de análisis de contenidos audiovisuales, en dimensiones tales como morfología y tipología de la programación, análisis de género televisivos y radiofónicos, análisis de discursos audiovisuales, que opere sobre la base de un protocolo metodológico, técnico y procedimental cónsonos con las demandas de las actuales líneas de investigación del ININCO.

Objetivos específicos

A- Diseñar un protocolo para el laboratorio de contenidos (LaC), a través de la sistematización de las diferentes metodologías disponibles, con técnicas y procedimientos que permitan aprovechar muestras tomadas de la programación de los mensajes audiovisuales y de los contenidos de la radio y la televisión en Venezuela.

B- Crear un plan de funcionamiento del LaC que incluya ciclos permanentes tanto para el adiestramiento de los cursos de pregrado y postgrado, de investigación, como para el análisis y de difusión de resultados.

C- Compilar, analizar y crear una base de datos con los estudios precedentes de análisis sobre programación radiotelevisivas, que se han llevado a cabo a través de distintas investigaciones realizadas por el ININCO.

D- Compilar y catalogar mediante la creación de una base de datos los estudios y resultados que se realicen en el Laboratorio de Análisis de Contenido.

E- Grabar, catalogar y archivar en orden cronológico (tiempo de grabación, hora de grabación y fecha), por tema y materia, los distintos documentos sonoros, visuales y

audiovisuales que se utilicen en los análisis a fin de disponer de un archivo documental referencial.

Actividad de reconocimiento de soporte teórico acerca de las investigaciones realizadas por el ININCO. Nivel I

La dinámica con que se presentan los nuevos escenarios y fenómenos comunicacionales, especialmente los que se muestran a través de los medios audiovisuales (radio y televisión) y medios digitales, hacen pensar en nuevas propuestas de investigación -más allá de las que hasta hoy se han hecho-, que soporten el aluvión de contenidos que bien podrían no estar sujetos a los principios de formación, información y entretenimiento y, por tanto, poco cónsonos con la realidad social venezolana.

Sin embargo, tales investigaciones ya realizadas, por supuesto han contribuido con la enseñanza y aprendizaje acerca de los medios audiovisuales en Venezuela. De entre muchos de estos estudios, podríamos nombrar los realizados por Eduardo Santoro, quién con su trabajo *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño (1980)* nos muestra una compleja, pero tan delimitada forma de abordar los medios de comunicación, especialmente la televisión. Dicho trabajo profundiza, esquematiza y amplía de forma precisa los distintos elementos que se deben tomar en consideración para un estudio que permita desentrañar en toda su justa dimensión el proceso de la comunicación. Santoro también explica que toda investigación acerca de la comunicación colectiva, debe tomar como objetos de estudios todos aquellos aspectos que se consideren están inmersos dentro de la comunicación colectiva.

Por otra parte, nos podemos topa con las pesquisas realizadas por investigadores adscritos al ININCO, como Gustavo Hernández, actual director del instituto, quién aborda el tema de los medios de comunicación social desde una perspectiva educativa, donde su aporte va especialmente dirigido al fortalecimiento de la programación de la televisión, por ejemplo: *Educación para la TV en la Fundación del niño, La Radiodifusión en Venezuela para el año 1994 (1994)*,

ANUARIO ININCO. *La educación para los medios. Una preocupación internacional* (1997). ANUARIO ININCO. *Diagnóstico de la televisión en Venezuela* (1999) ANUARIO ININCO. Todas estos aportes realizados bajo una perspectiva lo suficientemente objetiva acerca de cómo son y como deberían ser los medios de comunicación audiovisual, nos acercan en gran medida al conocimiento de lo audiovisual en términos de su programación, entre otros aspectos fundamentales.

De igual forma, los trabajos realizados por Bernardino Herrera, también dan una muestra fiel del comportamiento de los medios, especialmente el manejo de la programación radiotelevisiva en Venezuela. Por ejemplo, Herrera, en uno de sus estudios *VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según un análisis morfológico de su programación*, publicado en el ANUARIO ININCO (2004) se enfoca en desentrañar el mensaje audiovisual a través del análisis arriba nombrado, lo cual arrojó resultados acertados acerca de los fenómenos relacionados con el tipo de mensaje y el impacto sobre la audiencia.

No debemos olvidarnos de los importantes aportes hechos por Marcelino Bisbal y Antonio Pasquali, quienes con sus investigaciones acerca de los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva analítica, dieron paso a una visión innovadora de cómo pensar los medios. Incluso la trayectoria de estos investigadores en la Universidad Central de Venezuela ha dejado un legado digno de consultar.

Soporte teórico

Nivel II

Las teorías destinadas al Análisis de Contenido, las cuales se refieren a un cúmulo de métodos aplicables al estudio de los contenidos emitidos por los medios de comunicación social. Bernard R. Berelson, uno de los precursores en los estudios de medios, en su afán de desarrollar las ciencias de la comunicación desde una perspectiva experimental y metodológica, definió al análisis de contenido como “la técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del

contenido manifiesto de la comunicación”¹. El primer campo de aplicación de las técnicas de análisis de contenido, según las propuestas de Berelson, se centraba en la descripción y cuantificación de los diferentes componentes característicos de los mensajes propagandísticos, de línea política, entre otros de carácter publicitario. Sus investigaciones giraban en torno al análisis de la propaganda, al tratamiento de la información y a la confrontación de líneas de agenda.

Sin embargo, el análisis de contenido no se limita sólo al los postulados de Berelson. Existen otros aportes como los de Klaus Krippendorff, también estudioso de los fenómenos comunicacionales, quien asume que el análisis de contenido se basa en la fascinación que se logra a través de una enunciación cuantitativa, más que una cualitativa. Esta técnica, según Krippendorff, presta especial atención en las inferencias reproductibles y válidas que puedan ser aplicadas a su contexto².

El análisis de contenido, visto desde la perspectiva de Berelson, como de la de Krippendorff, resulta una disciplina que maneja varios métodos de aplicación. Sin embargo, los primeros métodos de análisis de contenidos, fueron creados por el mismo Berelson y Harold Lasswell, quienes insertaron el estudio cuantitativo o frecuencial por un lado, y el no frecuencial por otro,³ destinados a comprender los símbolos y distintos vocablos, determinados por una categorización en los contenidos. Por otro lado, encontramos a la técnica del análisis funcional establecido por Ithiel de Sola Pool, el cual se enmarca en la interpretación de los mensajes y su significado, así como en las consecuencias que éstos producirán en los receptores.

Asimismo, el advenimiento de los nuevos modelos de comunicación, los cuales se encuentran determinados por el origen de las nuevas tecnologías, conjuntamente con la influencia de las imágenes, dio lugar a necesarios métodos para el estudios de estos últimos, el análisis icónico.

¹ DRAGNIC Olga. Diccionario de Comunicación Social. Panapo, Caracas, 2006, pág. 17.

² KRIPPENDORFF Klaus. Metodología de análisis de contenido. Paidós, Barcelona, 1990, pág. 28.

³ DRAGNIC Olga. Diccionario de Comunicación Social. Panapo, Caracas, 2006, pág. 17.

En estos puntos de encuentros, podemos observar que el análisis de contenido, no sólo se enfoca en métodos, sino que nos propone avanzar en otros estadios del conocimiento de los contenidos de los mensajes de diverso tipo. Es por ello, que no debemos descartar los diferentes enfoques de análisis de contenido, los cuales fueron revisados en el capítulo anterior.

Por una parte, el análisis de contenido sugiere la aplicación de distintos métodos de estudios. Por otra, estos mismos métodos de estudios, nos conllevan a conocer otros campos de análisis que tienen íntima e inseparable relación con las modalidades sugeridas arriba.

El análisis del discurso, es otro método de investigación no menos importante que el de análisis de contenido. Este tipo de análisis se debe introducir, como un enfoque contextual dentro del marco de la semiología. Por consiguiente, el estudio y planteamientos de ésta (la semiología o semiótica) deben estar plasmados como fuente de conocimiento primario para estudio de los contenidos.

La semiología vendría ser entonces, la ciencia cuyo objeto de estudio son los signos y los significados.

Las teorías basadas en la semiología o semiótica están dirigidas en gran parte al estudio de distintas áreas de la lingüística. Sin embargo, han tenido una importante influencia en el estudio de los medios de comunicación social, relacionados especialmente con los contenidos de sus mensajes, la forma en que estos se presentan y sus efectos.

Con respecto al abordaje de la televisión, las teorías a estudiar podrían ser varias. Sin embargo, las que nos introducen en el conocimiento de éste medio, son las que precisamente se refieren a éste como medio de comunicación masiva. Igualmente ocurre con la radio. No obstante, existen teorías capaces de distinguir uno de otro, dadas sus complejas diferencias en cuanto a su forma, y contenido; o lenguaje y programación.

Visión tecnológica del Laboratorio de Contenido

Si bien es cierto, que debemos tomar en consideración las propuestas arriba nombradas, sus metodologías y sus elaboraciones teóricas para los estudios de los contenidos, no es menos cierto que, los cambios paradigmáticos que han venido ocurriendo en los medios de comunicación gracias al advenimiento de las nuevas tecnologías, han dado lugar a nuevos modelos en cuanto a la transmisión de los mensajes, como a la recepción de los mismos.

Los medios digitales, por ejemplo, son una de estas nuevas representaciones de medios de comunicación audiovisual, los cuales tienen como herramienta fundamental a la Internet como canal de difusión de sus mensajes. Estos modelos de comunicación y transmisión de la información se han hecho bastante característicos, con relación al conjunto de elementos que manejan. La creación de portales multimedia para radio, televisión y prensa han hecho posible interactuar con los receptores. Sin embargo, dentro de estos medios digitales existen otras alternativas de comunicación aún más novedosas: la inserción de la voz, los videos y la manifestación de las imágenes que se emiten en tiempo real o no, hacen de este medio un instrumento digno de tratar. Por consiguiente una importante herramienta que debe ponerse en práctica en función de alcanzar resultados posibles. Esto es, en tanto se tomen algunos elementos de estas tecnologías que permitan crear bases de datos para el tratamiento y análisis de los contenidos y el almacenamiento simultáneo de los resultados obtenidos.

Actividad de Soporte metodológico

Nivel I

Dentro del ámbito de la investigación científica nos encontramos que la misma se encuentra enmarcada por una serie de procedimientos para la elaboración, tratamiento y registro de datos. Asimismo, los objetos de estudio de los que se sirve la investigación se encuentran representados e igualmente enmarcados dentro de unos

límites propios del conocimiento científico por una parte, y por la otra, también nos topamos con otro conocimiento que se ubica fuera de esos límites, pero igualmente válido para alcanzar resultados y objetivos, entre otras cosas; es el conocimiento vulgar cuya representación de sus objetos, no es científica dado que está sometido por fines y contingencias particulares del propio conocimiento. Es la transcendencia y contingencia del conocimiento de la cual se sirven las distintas técnicas de investigación dirigida en un sentido epistemológico⁴.

La investigación científica referida al ámbito de la comunicación social, parte del principio de que los objetos de estudio de ésta ciencia social se encuentran inmersos en los límites del conocimiento científico. Esto se debe a que las distintas escalas y caracteres de representación dentro de las ciencias sociales, escogen como punto de partida a unidades de distintas características, de distinta naturaleza y dimensiones referidas a cualquier actividad, o “desprovistas internamente de designios proyectos o intenciones”⁵. Es decir, tales unidades se recogen de las múltiples intenciones exteriores, bien sean colectivas o individuales de los sujetos, lo que condiciona un comportamiento y por ende conlleva a un proceso comunicativo.

En ese sentido, la comunicación para la sociología como ciencia social, es una representación de la interacción dada entre los sujetos y los distintos transmisores de señales e impulsos energéticos, de la cual estos se sirven en función de relacionarse con el entorno de cara a un intercambio de referencias cognoscitivas. Así, el comportamiento se refiere a un importante cúmulo de representaciones cognitivas que conllevan a diversas prácticas sociales que advierten la transcendencia de aquel conocimiento del cual hablamos anteriormente, la epistemología.

De tal manera, es importante tomar en consideración como marco referencial a la epistemología de la comunicación con el objeto de remitirnos a la comprensión de los procedimientos de elaboración, registro y tratamiento de datos, tomando de

⁴ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 11.

⁵ Ídem, pág. 12.

antemano que la comunicación social puede ser objeto de estudio en el campo de las ciencias sociales.

No obstante, lo importante es enmarcarnos dentro de una metodología de las ciencias sociales que nos conlleve al manejo y conocimiento de los procedimientos para la elaboración, registro y tratamiento de datos que surgen de los procesos comunicativos. Es decir, que para los efectos del análisis de contenido, parte de los trabajos que se llevaran a cabo en el laboratorio serán un pliego de actividades (técnicas) sometidas a procedimientos determinados que posibilitaran realizar los estudios pertinentes a los contenidos de la radio y la televisión en Venezuela.

Actividad de reconocimiento de Soporte metodológico

Nivel II

Recolección de datos: registro, elaboración y tratamiento

Los acontecimientos de cualquier naturaleza siempre adquieren un nivel de singularidad constituidas por acciones y representaciones. Por ello, dentro de los procesos de acción y representación que caracterizan el comportamiento humano se generan acontecimientos de los que convencionalmente se pueden establecer diversos objetos de análisis, y por ende datos perfectamente extraíbles.

Tales objetos de análisis dependen de las circunstancias en las cuales se generan los acontecimientos, por lo que los datos son igualmente diversos; y es en éste sentido que la selección de los mismos vendría dada según los casos. Es decir, que por cada objeto de análisis resulta establecer un determinado grupo de datos. En otras palabras, todo objeto de análisis es construido de acuerdo a la selección de los datos, por consiguiente una selección de datos le corresponde un objeto, y a otra selección, otro objeto. No obstante, la relación de los datos para poder identificar al objeto de estudio depende por otra parte de otros factores, como la legitimidad de atribución entre objetos y datos, del nivel de pertinencia de esa atribución; del supuesto que esa atribución fuera pertinente entre los objetos y los datos; de la

escogencia precisa y completa de los datos con respecto a su objeto, y de la validez, tanto de los datos como de su selección.

Las técnicas de elaboración de datos siempre acarrearán este tipo de problemas, debido a que éstos nos son entidades físicas de fácil obtención, ni los objetos son acontecimientos brutos; pues éstos vienen dados por la percepción y por la representación de la realidad.

Igualmente, estos problemas de elaboración de datos no podrían ser manejados, sino se les incluyera en una actividad de registro; que podría ser verbal cuando se manifiesta mediante el habla o la escritura; icónico, mediante la “composición de secuencias narrativas visuales o audiovisuales”⁶ o bien simbólico cuando su expresión está previamente acordada.

Del registro de datos surgen otros problemas, los cuales atañen por un lado, la influencia del registro mismo sobre el origen de los datos con respecto a sus objetos de estudios, y por el otro, afectan el escenario que puede imponer el registro en relación al tratamiento último de los datos. De tal manera que los procedimientos para la elaboración, registro y preparación de los datos para su futuro tratamiento y análisis, debe ser relevante con respecto al comportamiento de la comunicación como proceso social. Por ello, hay que acceder a la relevancia de los datos por el conocimiento vulgar, como a la relevancia dada de la singularidad ofrecida por la comunicación como objeto de estudio; el conocimiento científico.

Pues bien, para poner en práctica un Laboratorio de Estudio y Análisis de Contenido, se debe tomar en consideración la aplicación de todas aquellas actividades, estrategias y técnicas disponibles para la elaboración, registro y tratamiento de datos de cara a una edificación de otros objetos, que aunque son de difícil reconocimiento, también se encuentran manifiestos en los procesos de comunicación.

⁶ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 15.

En primer lugar, se debe tomar en consideración las alternativas propuestas por la investigación aplicada y la investigación básica, las cuales son capaces de trascender el conocimiento que se pretende alcanzar.

Por otra parte, al considerar al objeto de estudio y sus objetivos podemos distinguir métodos como estrategias y las técnicas como tácticas:

1.- Ya habíamos nombrado a la elaboración, registro y tratamiento de datos. Sin embargo, no basta la relevancia en la cual se inscriben. También es pertinente, no sólo la verificación del conocimiento vulgar que se tiene de los acontecimientos dados por los procesos de comunicación, sino también la intervención del conocimiento científico inscrito en la trascendencia de su refutabilidad. En la investigación aplicada la refutabilidad se centra en las prácticas; en la investigación básica la refutabilidad es trabajo de teorías⁷.

En ese sentido, cuando se considera objeto de estudio a la comunicación social, la refutabilidad pierde soporte científico cuando no se parte de los objetos de estudios representados en procesos singulares de la comunicación, como aquellos que se encuentran inscritos en sistemas generales (medios de comunicación) o sistemas particulares, como el comportamiento que éstos mismos asumen ante una situación determinada.

2.- para los fines de nuestra investigación, no sólo vamos a considerar el hecho del conocimiento que tenemos en relación a los medios de comunicación radio y televisión en Venezuela, sino sus productos singulares; sus contenidos, por lo que si entonces adquieren un nivel de singularidad y representatividad, cosa que los ubica en un estado de perfecta refutabilidad.

Aclarando esto, la refutabilidad se obtiene mediante el diagnóstico prospectivo acerca del origen de los productos singulares ofrecidos por los procesos

⁷ GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 16.

comunicativos. ¿Cómo se obtiene ésta refutabilidad? Mediante operaciones lógicas y estadísticas de relación muestral establecidas en las técnicas de recolección de datos.

Registro de datos por situaciones espontáneas y artificiales

También se estipula recabar datos de situaciones espontáneas, entiéndanse estas como aquellas que se originan independientemente de que exista una disposición en querer tratar de registrar o elaborar datos en un momento determinado. Es decir, recaban datos que emerjan espontáneamente de alguna situación que encierre alguna relación con el objeto de estudio. Recordemos que la espontaneidad puede sufrir de condicionamientos, que no surgen precisamente por parte de algún investigador.

El hecho de acudir a situaciones espontáneas, está referido al hecho de refutar, sólo si esa situación interviene un proceso comunicativo. La observación de los datos es una característica de esta recurrencia.

A diferencia de las situaciones espontáneas, existen las situaciones artificiales que vienen dadas por la intervención de algún investigador. Las situaciones artificiales son también susceptibles para la elaboración de datos. Las mismas pueden aparecer mediante la observación de algún producto singular de comunicación. Serán intencionalmente estimuladas por los investigadores asignados mediante entrevistas particulares o en grupos, con el objeto de refutar la adecuación y validez de la producción.

La idea de las entrevistas será la de confirmar y probar, si los datos extraídos son lo suficientemente significativos para tomarlos como parte de la representación del objeto de estudio.

Así como, se acudirán a entrevistas en grupos y de forma particular para determinar el nivel de significación de una situación artificial, de la misma manera se acudirá a la encuesta, puesto que también es una entrevista (situación artificial) construida y reproducida en serie. La cantidad de preguntas serán iguales a la

cantidad de respuesta. Los encuestados representaran una muestra estadística del universo.

La creación de encuestas como parte de las actividades del Laboratorio de Contenidos (LaC), nos permitirá construir un escenario idóneo para la elaboración y registro de datos con relación a los procesos singulares de comunicación manifestados en los contenidos de la radio y televisión.

La encuesta pasará a ser una situación experimental, en el sentido que se aplicara de forma individual a un número de sujetos potencialmente usuarios o participantes de los procesos singulares de la comunicación social dados por la radio y la televisión a fin de rastrear las distintas opiniones relacionadas con los análisis que se estén llevando a cabo.

Las conversaciones como unidad mínima de la interacción social⁸, también harán su aporte en cuanto a la transmisión y representación colectivas mediante grupos sociales. En vista de que las conversaciones también se consideran entrevistas, estarán enfocadas en función de representar fenómenos y discursos, lo que permitirá igualmente recabar y registrar datos.

Para los fines de desarrollar este tipo de actividades dentro del laboratorio, aplicaremos distintas formas de conversaciones, las cuales nombraremos más adelante en el apartado referido a los instrumentos de recolección, como técnica de investigación cualitativa.

Experimentos

Parte de las actividades, técnicas y estrategias enmarcadas dentro del laboratorio de contenido se encuentran también los llamados experimentos que dentro de la investigación experimental se inscriben como parte de una metodología empírica analítica.

⁸ Citado en GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 87.

Stuar Mill, asume en su sistema de lógica inductiva y deductiva, que la deducción se refiere al proceso mediante el cual se concluye que lo verdadero para un número determinado de individuos de una clase, sería entonces verdadero para la clase entera, o lo que se da una vez como cierto, será cierto en situaciones y circunstancias semejantes⁹. Esta visión dio lugar a los métodos inductivos, los cuales se caracterizan por la posibilidad de indagar sobre las causa de un fenómeno dado, lo que representa el método experimental. De manera que, el laboratorio también se alimentará de actividades prácticas especialmente inspiradas en el método deductivo.

Actividad de reconocimiento de Soporte metodológico

Nivel III

Diseños de investigación

Habíamos dicho que el Laboratorio de Contenido LaC, aplicaría distintas estrategias y actividades a fin de alcanzar resultados confiables. Por ello, el diseño de investigación no estará ceñido a un solo tipo de investigación específico.

Dada las características del laboratorio y su complejidad en cuanto a las diversas actividades que se llevaran a cabo, aunado, claro está, al análisis que se le aplicaran a los contenidos de la radio y la televisión en Venezuela, nos proponemos integrar varios tipos de investigaciones con diferentes alcances enfocados en las áreas de la comunicación social, lo que reforzaría, el nivel de conocimiento científico tanto de los operadores, como de los investigadores y participantes.

⁹ Citado en GAITAN Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 239.

Alcances de la investigación de laboratorio

Instalar y poner operativo un Laboratorio de Contenidos LaC, con características como las que hasta ahora hemos establecido, obliga a considerar el mayor número de posibilidades, alternativas, técnicas y estrategias de estudio que nos ofrece los niveles de la investigación científica: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

El LaC tendrá un alcance en distintos niveles de investigación, que por razones de funcionamiento y operatividad deben ser considerados.

Alcance exploratorio

Aplicaría un nivel de investigación exploratorio dado que la indagación, la documentación acerca de los fenómenos implícitos en los procesos comunicativos, nos permitirá ampliar campos de conocimientos. Por otro lado, el hecho de examinar la literatura existente acerca de los procesos singulares de la comunicación (investigaciones y estudios) nos ubicará en el objeto de estudio: Contenidos de la radio y la televisión en Venezuela. Con este nivel nos centraremos dentro de la perspectiva del como se abordaron tales estadios. El alcance exploratorio nos permitirá conocer que tanto se ha hecho, que tanto se ha investigado sobre los contenidos manifiestos en la programación de la radio y la televisión en Venezuela.

Alcance descriptivo

En vista de que pretendemos llevar acabo un estudio permanente, centrado en el análisis de contenido de la radio y la televisión en Venezuela, este apuntaría hacia un estudio descriptivo donde se especifican las distintas propiedades y características de los fenómenos que se analizaran. En este caso, la descripción se realizará utilizando dos técnicas que nos permitirán, medir, evaluar y recolectar los distintos datos de los componentes a investigar.

Hernández, Fernández y Baptista, asumen que en la investigación científica, describir se refiere a la actividad de recolectar datos. Para el caso de las investigaciones cuantitativas es medir, mientras que para las cualitativas es recolectar información. “la investigación descriptiva busca especificar propiedades características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”¹⁰.

Alcance correlacional

En la medida en que se vayan analizando los materiales, de la misma manera se irán cuantificando las relaciones dadas entre las variables, las categorías o los conceptos, incluso se expondrán las relaciones existentes entre uno y otro contenido de acuerdo a sus unidades de análisis y de registro. Este alcance correlacional obedece a que en el transcurso de los análisis se originan interrogantes, las cuales hay que responder y comparar con otros factores.

Dentro del ámbito de las investigaciones cualitativas, es posible la factibilidad de un alcance correlacional entre conceptos, categorías o variables, y aunque en este caso no se medirán las relaciones ni se delimitarán numéricamente la magnitud de las mismas, pretendemos inducir en ellas de acuerdo a como se vaya desarrollando el análisis de contenido.

La correlación podría resultar positiva o negativa, dependiendo de los valores alfanuméricos que se le otorguen a las categorías y al valor porcentual que resulte de los estudios.

Otro punto importante, es el hecho de que los análisis y estudios tendrían un propósito correlacional. Esto implica conocer el comportamiento de un concepto o variable, entendiendo de antemano el comportamiento de otras relacionadas. He aquí un valor explicativo, que pudiera surgir de nuestros estudios en dicho ámbito.

¹⁰ HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 119.

Alcance explicativo

El propósito de incluir un estudio explicativo dentro de los análisis de contenido, es ir más allá, incluso de la propia descripción de las propiedades o perfiles de los grupos, personas o procesos sujetos a análisis. La idea es responder, a las causas de los sucesos y fenómenos dados en un contenido cualquiera. Por ejemplo, explicar cuales son los factores por las cuales se emite un mensaje de propaganda política; cual es el objeto de la propaganda.

El estudio explicativo, se centrará en explicar el porque de algún contenido, y el porque de los elementos que lo conforman. Otro ejemplo de este alcance, sería identificar el porque de “sucesivas” emisiones de cuñas deportivas. Por otra parte, los estudios explicativos estarán dirigidos a responder interrogantes relacionadas con los efectos que causan ciertos contenidos radiotelevisivos sobre las audiencias.

Actividad de enfoque

Ahora bien, en vista de los distintos alcances y niveles de investigación que presentará la puesta en marcha del Laboratorio para el Análisis de Contenido, podemos dilucidar de antemano que existirá una gama de actividades y estrategias dignas de aplicar, pero al mismo tiempo podemos deducir que el LaC, no sólo agrupará cuatro tipos de investigaciones, sino que simultáneamente implementará como resultado de estos alcances, enfoques cualitativos como cuantitativos, dada su complejidad, tal como lo habíamos dicho.

Por un lado, el LaC, dentro de la actividad de los Análisis de Contenido implementará un enfoque cuantitativo, en tanto que se pretende medir de la forma más exhaustiva posible todos los elementos susceptibles de cuantificación. Esto sería la selección, medición y cuantificación de todas aquellas variables que se encuentren relacionadas. Por el otro lado, se aplicará el enfoque cualitativo en el sentido de explorar, describir y correlacionar las relaciones dadas entre las variables, por

supuesto, con su valor explicativo, lo que hará posible un mayor entendimiento de los resultados.

La idea de que dentro de las actividades y estrategias del Laboratorio de Contenido, se incluyan varios alcances y niveles de investigación científica para los Análisis de Contenido propiamente dicho, es poder contar al mismo tiempo con alternativas diversas que nos permitan, en principio, desenvolvemos dentro de abanico de posibilidades de aplicabilidad que ofrece la metodología de la investigación. En segundo lugar, que debido a la aplicación de tales métodos tendremos la clara posibilidad de ofrecer resultados con un alto grado de confiabilidad y objetividad.

Estrategias de adiestramientos

Los distintos instrumentos y técnicas de recolección de datos que hasta ahora hemos venido señalando, evidentemente reforzarán los estudios que se llevaran a cabo producto de la instalación del Laboratorio de Contenidos. No obstante, un manejo poco adecuado de estas técnicas, como la falta de conocimiento en cuanto a la aplicación de las mismas, podrá traer como consecuencia resultados pocos confiables, por lo que la investigación acarrearía un riesgo tanto en los ámbitos operativos, como en los escenarios de la producción de conocimiento.

Por ello, dentro de las tácticas y estrategias dentro del LaC, se tiene previsto implantar programas de adiestramiento y de capacitación al personal (estudiante del pre y del postgrado) que estará involucrado en las distintas tareas relacionadas con los procesos operativos iniciales de recolección, registro, control y tratamiento datos; manejo de instrumentos de medición; lectura de discursos y lenguajes audiovisuales, y demás tareas teórico-metodológicas correlacionadas con el objeto de estudio resumidas en la operatividad del Laboratorio para el Análisis de los Contenidos de la radio y televisión en Venezuela.

Se tiene previsto desarrollar los programas de instrucción en tres etapas bien diferenciadas. Estos planes de adiestramiento y capacitación tendrán por nombre:

“LECTURA DE MEDIOS. *Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela”.*

Programa de adiestramiento

“LECTURA DE MEDIOS. *Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela”.*

Partiremos de la tesis de que instruirse en el Análisis de Contenido, no es sólo conocer sus técnicas y sus ámbitos de aplicación, sino manejar de forma exhaustiva y precisa las herramientas, técnicas y métodos de estudio que ofrece.

Los estudiantes participantes, sean del pregrado o del postgrado se consideraran como observadores o investigadores.

Supondremos también que aunque los estudiantes tengan ciertos dotes de conocimientos básicos en las áreas de la comunicación social, es imperativo que se adiestren en las distintas técnicas de investigación, especialmente las que se utilizaran para los fines consiguientes del Análisis de Contenido. Por ello creemos conveniente que los estudiantes participantes, vengan dotados igualmente de conocimientos aportados por las asignaturas “Metodología de la investigación I”, “Metodología de la investigación II”, “Estadística I” y “Estadística II”, preferiblemente. Por otro lado, también creemos que el dominio del lenguaje audiovisual es fundamental, para la comprensión de ciertos contenidos manifiestos en la radio y la televisión, tales como la imagen, los sonidos, los efectos sonoros, entre otros. Por ello, es conveniente que los participantes tengan afinidad por las asignaturas relacionadas con los medios audiovisuales tales como “Radio I”, “Radio II”, “Televisión I” y “Televisión II.

Del programa de adiestramiento

Objetivo

Se trata de un seminario de adiestramiento y capacitación que dote a los participantes (estudiantes del pregrado y postgrado de comunicación social o estudiantes de áreas correlativas) de un instrumental teórico práctico que le permita por una parte, ampliar los conocimientos ofrecidos por el lenguaje audiovisual, el lenguaje radiofónico y el discurso televisivo; y por la otra, familiarizarse con los métodos de investigación científica, especialmente los referidos al Análisis de Contenido, los cuales se encuentran bajo los parámetros de un protocolo de investigación que estipula las distintas etapas, técnicas e instrumentos que deben ser utilizados para tal fin.

Actividad de capacitación

Unidad I

Así como se les brindará a los estudiantes información de complemento a los conocimientos facilitados por las distintas asignatura arriba mencionadas, éstos se sumarán a una serie de actividades relacionadas con la investigación documental referida a los temas de estudios que se vayan desarrollando. Es decir, por cada sección de conocimiento que se estudie, los estudiantes participaran en distintas búsquedas de fuentes documentales que complementen sus conocimientos; a estas se les denominarán: *actividad de lectura obligatoria*. Estas actividades estarán previstas por el programa. Sin embargo, más allá de tal previsión, algunas otras estarán signadas convenientemente por los preparadores y demás profesores encargados de impartir las distintas áreas de conocimiento

En ese sentido se le suministrará a los participantes todos aquellos conocimientos posibles relacionados con:

1.- El lenguaje audiovisual visto como un sistema estructurado por diversos elementos, como los orales, visuales, audiovisuales, escritos-visuales que igualmente se resumen en componentes de sonido, texto, dato, grafismo, imagen fija e imagen en movimiento aislada o integrada a un conjunto de significaciones. De igual modo, para este espacio destinado al lenguaje audiovisual se tiene previsto discutir la incursión de las nuevas tecnologías, como el uso de ordenadores y programas operativos que contribuyen con las distintas modificaciones que se observan a través de los medios audiovisuales. El uso de la Internet como fuente creadora de hipertextos y metalenguajes, que al mismo tiempo conforman nuevas formas de agrupar, combinar y asociar distintas expresiones de lo audiovisual en un todo.

Actividad de lectura obligatoria para esta sección:

Temas, artículos y demás fuentes documentales que manejen los temas del lenguaje audiovisual. En ellos deben estar desarrollados los siguientes puntos:

- El lenguaje audiovisual
- La imagen
- Los sonidos
- Los efectos sonoros
- Efectos audiovisuales
- La palabra
- El color
- Nuevas tecnologías

2.- El discurso radiofónico y sus distintas formas de expresión, según sean los géneros radiofónicos existentes en dicho lenguaje. El estudio de la palabra hablada en radio y sus distintas manifestaciones. Los sonidos como componente esencial en cuanto a la confección de su discurso, el silencio visto como un elemento de integración preponderante y no como un simple objeto aislado de la realidad

representada. La música como parte del conglomerado de manifestaciones posibles, que se pueden expresar como género y como parte de la estructura programática de la radio, y los efectos sonoros como una forma más de connotación de alguna representación. Igualmente el reconocimiento de los géneros radiofónicos, como los informativos, deportivos, musicales, de entretenimiento, culturales, entre otros permitirán que los participantes vayan conociendo parte de los contenidos implícitos en la estructura de la radio. Una vez conocidos los géneros radiofónicos, nos introduciremos en el estudio de los contenidos vistos desde una forma particular. Por ejemplo, determinar las características de un noticiero, tales como el tiempo de duración, su periodicidad, las posibles interrupciones, el tipo de noticia; es decir, su conformación o el comportamiento del narrador o periodista ante una entrevista, por ejemplo. Para ello habría que recurrir a las apreciaciones realizadas en relación a estos puntos en el Capítulo II.

Actividad de lectura obligatoria para esta sección:

Temas, artículos y demás fuentes documentales que manejen los temas del lenguaje radiofónico. En ellos deben estar desarrollados los siguientes puntos:

- El lenguaje radiofónico
- La palabra
- El sonido
- El silencio
- La música
- Los efectos sonoros
- Programación
- Programas
- Géneros

3.- El discurso televisivo es otro punto importante del programa. En vista de que los participantes se encuentran dotados de conocimientos relacionados con la televisión, tales como la producción, la iluminación y el montaje. En esta oportunidad, los mismos (participantes) serán introducidos en el reconocimiento del lenguaje televisivo desde una perspectiva semiótica, en el sentido de que es importante conocer los distintos significados y significantes presentes en este discurso. Por lo que estudiar la realidad representada en forma de signo es de considerable importancia para descifrar y decodificar un discurso expresado en imagen y en sonido de forma simultánea. Asimismo, estudiar las unidades programáticas (ver capítulo III) dilucidará que la fragmentación y la simultaneidad también son parte de su discurso.

Actividad de lectura obligatoria para esta sección:

Temas, artículos y demás fuentes documentales que manejen los temas del lenguaje televisivo. En ellos deben estar desarrollados los siguientes puntos:

- El discurso televisivo
- La imagen
- El sonido
- La palabra
- La programación
- programas
- La fragmentación
- Simultaneidad
- Programas
- Géneros

Dentro de estas tres perspectivas discursivas se observará un orden correlativo en cuanto a sus postulados. Esto resulta de que en vista de ser medios de

comunicación claramente diferenciados, y genuinos, también tienen muchos puntos de encuentros, tales como la representación de realidades que debido a la percepción de los receptores se producen imágenes acústicas e imágenes visuales. Al llegar a este punto se podrá decir que los participantes se han iniciado en una lectura de la radio y la televisión.

Actividad de capacitación

Unidad II

1.- Terminada la primera etapa del programa los preparadores, investigadores y docentes tendrán la oportunidad de relacionarse con las técnicas de apoyo para una lectura de los contenidos manifiestos en los medios radio y televisión.

En esta segunda unidad, se precisarán las perspectivas y ámbitos de competencia de la comunicación social como ciencia social, y por ende, objeto de estudio. Asimismo, mediante este programa de capacitación se delimitaran objetos de estudios, tomados de los procesos singulares de comunicación dados entre los productos comunicativos de la radio y televisión y sus destinatarios.

Actividad de lectura obligatoria para esta sección:

Temas, artículos y demás fuentes documentales que manejen los temas relacionados con teorías de la comunicación y técnicas de investigación. En ellos deben estar desarrollados los siguientes puntos:

- Campos de conocimiento científico en la comunicación social
- Teorías de la comunicación
- Sociología de la comunicación
- Metodologías de la investigación

2.- Por otra parte, se involucrará a los estudiantes con los distintos métodos y técnicas de investigación ofrecidos por las diversas fuentes referenciales. Esta sección pretende fortalecer los dotes que los estudiantes traen consigo, producto del aporte de las asignaturas de Metodologías I y II, y Estadística I y II respectivamente. No obstante, el adiestramiento enfocado en el manejo de las técnicas e instrumentos de medición y sus distintos ámbitos de aplicación, es de suma importancia para los fines del programa. El desarrollo de esta sección se perfilará como una actividad teórica-práctica con el propósito último de emprender una lectura mucho más profunda a los medios radio y televisión, el Análisis de Contenido.

3.- Una vez se enmarque y se delimite el objeto de estudio, se estudien las alternativas posibles con respecto a las técnicas de investigación, se pasará a ofrecer los conocimientos acerca del protocolo de investigación como el proceso mediante el cual se planifica, se orienta y se ejecuta un Análisis de Contenido. Punto esencial en esta unidad del programa de capacitación.

4.-En este apartado, los participantes estarán familiarizados con el máximo de prerrogativas posibles que prevé la investigación científica, por lo que se considerará como actividad adicional, pero al mismo tiempo necesaria, la presentación o exposición en grupo preferiblemente, de los distintos tipos de técnicas estudiadas, su aplicabilidad y el manejo de los instrumentos de medición referidos al análisis de contenido.

Actividad de lectura obligatoria para esta sección:

Temas, artículos y demás fuentes documentales que manejen los temas relacionados con técnicas de investigación y Análisis de Contenido. En ellos deben estar desarrollados los siguientes puntos:

- Metodologías de la investigación

- Técnicas de investigación social
- Técnicas de investigación en comunicación social
- Análisis de Contenido

Al finalizar esta unidad, los participantes estarán capacitados en el manejo preciso de las herramientas de trabajo desde la perspectiva cualitativa como desde la cuantitativa referida al análisis de contenido. De tal manera que ya se estaría hablando del segundo nivel de lectura de los contenidos de radio y televisión.

Actividad de capacitación

Unidad III

Esta tercera unidad pretende aplicar los conocimientos adquiridos en las unidades I y II, a objeto de llevar a cabo la lectura de los productos de los medios radio y televisión de Venezuela, que no son más que sus contenidos manifiestos. Dicha actividad lectora se realizará sobre la base de las técnicas del Análisis de Contenido, entre otras técnicas, como las ya mencionadas que puedan contribuir con la búsqueda de resultados confiables y objetivos. Asimismo, esta etapa culminará con la entrega de un informe final.

Esquema de duración para el seminario de capacitación

El Laboratorio de Contenidos LaC, tiene previsto repartir las unidades del seminario de capacitación de una manera general y aproximada de acuerdo al siguiente esquema:

1.- Catorce semanas de instrucción y adiestramiento mediante el programa de capacitación: **“LECTURA DE MEDIOS. Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela”**.

Unidad I

- Cuatro semanas
- Doce horas académicas repartidas en clases magistrales por parte de los instructores y participativas por parte de los estudiantes

Unidad II

- Cuatro semanas
- Doce horas académicas repartidas en clases participativas

Unidad III

- Seis semanas, de las cuales cinco estarán destinadas a la capacitación
- Dieciocho horas académicas repartidas en clases magistrales, en investigaciones, exposiciones, intervenciones, discusiones y reflexiones en grupos
- Última semana: entrega del informe final

Es importante destacar que el programa o seminario arriba descrito, igualmente se propone ser incluido como parte del plan de materias electivas ofertadas por la Escuela de Comunicación Social, o bien como parte del Programa de Cooperación académico de Interfacultades PCI.

Mediante este plan de cooperación, estaríamos cubriendo parte de los objetivos trazados por el Laboratorio de Análisis de Contenido, en el sentido de materializar los planes referidos a los ciclos permanentes de adiestramiento y de capacitación.

Las ventajas de ofertar el Programa de capacitación “**LECTURA DE MEDIOS. Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela**”, dentro del grueso de materias electivas y como parte del PCI, radica precisamente en la posibilidad de involucrar y vincular a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social y demás áreas correlativas con los campos de la investigación aplicada, así como, con los conocimientos científicos en comunicación social; lo cual contribuye con el fortalecimiento de la misión universitaria: Investigación, Docencia y extensión.

Actividades de índole operativa

Protocolo del LaC para el análisis de contenido Nivel I

Como comentamos en el capítulo anterior (Cáp. IV), el análisis de contenido como técnica de investigación remite a una serie de procedimientos que requieren de la agrupación de determinados elementos para su posterior interpretación: universo, unidades de análisis y de registro; contrastación de categorías y subcategorías. Todo esto como consecuencia, de un marco teórico y metodológico que también define y delimita ciertos objetivos, hipótesis y manejo de variables.

Asimismo, el análisis de contenido también implica una técnica de elaboración registro y tratamiento de datos, que se inscriben en distintos procesos singulares de comunicación que bien pueden partir de otros documentos, como los visuales, sonoros o audiovisuales, los cuales se someten a un conjunto de normas procedimentales conocidas como protocolo.

El protocolo viene a ser el conjunto de procedimientos que canalizan el corpus a una segmentación, según sean los criterios de interpretación que se utilicen para su posterior lectura. Igualmente, el protocolo conlleva a efectuar un adecuado registro de todos aquellos datos que se encuentran en “juego”, así como el tratamiento posterior o de transmutación a datos de segundo y tercer orden resultantes de otros previamente registrados y tratados.

Por lo tanto, no se puede llevar a cabo un análisis de contenido, sino se pone en marcha un protocolo que asuma las riendas de los procedimientos que se relacionan con los estudios que pretender realizar.

En efecto, la conducción de un protocolo de análisis, asegura una coincidencia de resultados -como se dijo en el capítulo anterior-, si se realizaran los mismos estudios por otros investigadores.

La acepción protocolo en el ámbito de la investigación científica, se refiere al conjunto de enunciados o normas de procedimientos por las cuales se rige un proceso de experimentación o de observación. Es la forma de cumplir con ciertos y determinados pasos, que nos conducirán por un camino y hacía un destino, con

resultados claros y objetivos. La rigurosidad objetiva en la conducción de un protocolo, implica que los resultados que de él emanen no podrán ser refutados en la medida en que no sea alterado el objeto de estudio.

Gaitán y Piñuel, afirman que el protocolo responde a un:

...procedimiento o conjunto de normas que guían tanto la segmentación del corpus según el establecimiento de criterios interpretativos para su lectura u observación, como para efectuar el registro más adecuado de datos disponibles después para su tratamiento estadístico o lógico y para el procesamiento posterior (o transmutación) en datos de “segundo” y “tercer” orden, es decir, en datos referidos, a su vez, a datos previamente registrados y tratados¹¹.

Ahora bien, si nuestro objetivo fundamental es diseñar e instalar un Laboratorio para el Estudio y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y la Televisión en Venezuela, pues materializarlo implica al mismo tiempo, la implementación de un protocolo como la base fundamental que orientará el proceso de ejecución del trabajo de análisis de contenido.

El protocolo del LaC para el análisis de contenido se constituirá a partir de los dos procedimientos fundamentales que establecen Gaitán y Piñuel¹²: uno es el que se conoce como “el libro de códigos” o manual de instrucciones y el otro pertenece al cuestionario para el registro de datos, que suele denominarse “ficha de análisis”.

¹¹ GAITÁN y PIÑUEL. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998, pág. 304.

¹² Ídem, pág. 305.

Como se dijo anteriormente, el protocolo parte de dos guías fundamentales delimitadas, en primer lugar, por las instrucciones propuestas en el libro de códigos, y en segundo lugar, por el formato de cuestionario que supone llevarse a cabo mediante la planilla o ficha de análisis. Pues bien, señalar en que consiste cada una de estas guías, implica ir definiendo al mismo tiempo los pasos del protocolo para el análisis de contenido que aplicará el LaC, como parte de sus actividades operativas.

Etapa uno: proceso de segmentación y registro de datos

Libro de códigos

El libro de códigos es una guía que indica el proceso para la segmentación e interpretación del corpus, el cual se encuentra sujeto a una serie de instrucciones que a continuación describiremos.

Cabe destacar que son los investigadores responsables, los que signaran el corpus preciso a ser segmentado. No obstante, este proceso de segmentación no debe escapar a los objetivos propuestos previamente.

Instrucciones para la segmentación e interpretación del material de análisis

Acudiendo al manual de procedimientos (libro de códigos) inscrito en el protocolo de investigación, la segmentación de material se haría de la siguiente manera:

1.- Como primer paso, se debe determinar la naturaleza del corpus; el universo, en este caso la radio y televisión. Es decir, se identifica la totalidad de televisoras y radioemisoras venezolanas como parte de un todo.

Universo

Se tomará como cuerpo y universo de análisis a los medios de radio y televisión venezolanos.

2.- En segundo lugar, se tomará una muestra representativa del universo antes identificado. Esta debe estar bien delimitada y por consiguiente su escogencia debe responder a estas interrogantes: ¿Qué contiene la muestra? ¿Para qué nos sirve? ¿Cómo logramos interpretarla? Y ¿Desde qué perspectiva abordamos su lectura; visualización, escucha, o ambas simultáneamente? De ese conglomerado de emisoras de radio y televisión existentes se deberán escoger sólo aquellas que serán analizadas.

Universo: radio y televisión en Venezuela

- Total de emisoras de radio
- Total de televisoras

Muestra: cantidad de emisoras de radio y televisión a ser analizadas, según la escogencia por parte de los investigadores responsables.

3.- Escogidas las emisoras, se pasará al proceso de selección de la programación y al mismo tiempo de sus contenidos. Recordemos que el “programa como género es un continente de contenidos”¹³.

En el caso de la radio, el proceso de segmentación sería de la siguiente manera:

Universo: total de emisoras de radio en Venezuela

- Emisoras de radio

¹³ CEBRIÁN H. Mariano. Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación. Síntesis, Madrid, 1995, pág. 443.

Muestra: número de emisoras a analizar y contenidos, según la escogencia de los investigadores responsables

Radio en Venezuela

Contenidos

- Programación
- Géneros y subgéneros
- Programas

I- Informativos

- Noticieros
- Entrevistas
- Flash informativo
- Avances informativos
- Boletines de resúmenes
- Boletines horarios
- Grandes informativos
- Radio reportajes en vivo o documental

II- Nota o crónica

III- Comentario

- Opinión
- Editorialista

IV-Dialogo

- Didáctico
- Consultorio
- Parlamentario

V- Mesa redonda

- Panel
- Debate

VI- Magazine

VII- Radiograma

Segmentación radiofónica según los componentes de:

I- La palabra

II- La música

III- Los efectos sonoros

IV- El silencio

V- El ruido

En el caso de la televisión, el proceso de segmentación sería de la siguiente manera:

Universo: total de televisoras en Venezuela

- Televisoras

Muestra: número de televisoras a analizar y contenidos, según escogencia por parte de los investigadores responsables.

Televisión en Venezuela

Contenidos

- Programación
- Géneros y subgéneros
- Programas

I-Informativos

- Noticieros
- Entrevistas
- Paneles
- Avances
- Boletines

- Reportajes

II- Culturales

- Arte
- Historia
- Educación
- Musicales

III-Documentales

- Ciencias sociales
- Ciencias naturales
- Políticos
- Históricos
- Económicos

IV- Argumentales

- Dibujos animados
- Telenovelas
- Series
- Cine y sus tipologías:

V- Espectáculos

- Concursos
- Musicales
- Video-musicales
- Variedades

VI- Deportivos

- Históricos
- Extremos
- Disciplinas
- Competiciones

VII-Envite y azar

- Esotéricos
- Microprogramas de sorteos

VIII-Formalidades

IX- Promoción del canal

X- Publicidad

Segmentación de la televisión según estos componentes de:

I- Imagen

II- Sonido

III-Color

IV- Efectos visuales

El ejemplo de segmentación arriba expuesto, apenas muestra una posible escogencia de los contenidos que se analizarán y por lo tanto se muestra incompleto. Recordemos que son los investigadores responsables quienes escogerán los géneros, programas y contenidos para su posterior análisis. De igual forma son éstos, los que les asignarán a cada género y subgénero una categoría determinada alfanuméricamente.

Por otra parte, se debe partir del conocimiento de que existe una programación sujeta a cambios y a relaciones de tiempo. Asimismo, se debe conocer que los programas están determinados por un tiempo de duración y secuencialidad. Estos últimos, también deberán ser tomados como variables de análisis. De igual manera, los cambios repentinos que ocurriesen en las transmisiones deben ser igualmente incluidos como objetos de estudio en las columnas que se encuentran dentro de las planillas de análisis

4.- como cuarto paso, se deberá establecer y definir las unidades de análisis (Cáp. IV) de manera que cuando el analista lea, escuche o visualice el corpus en cuestión, proceda a realizar los registros pertinentes en la ficha de análisis. Re-leer, re-visualizar y re-escuchar los segmentos establecidos son pasos fundamentales para alcanzar resultados objetivos.

5.- Elaborar las fichas de análisis de acuerdo a un código alfanumérico que se le asigne a cada unidad de análisis, categoría o sub-categoría.

Ficha de análisis

El hecho de re-leer, re-escuchar y re-visualizar los diferentes segmentos del material de estudio (corpus) implica la utilización de una planilla para el registro de dato conocida como ficha de análisis. Se refiere a un cuestionario que todo analista debe rellenar, a la forma de un encuestador que se autoentrevista y que responde a dichas preguntas, de acuerdo a las distintas apreciaciones que tenga de los fragmentos leídos visualizados y escuchados.

Proceso de elaboración

La ficha de análisis, no es un cuestionario donde a cada variable se le asigna una pregunta o una casilla para cada respuesta. Por lo general, en esta planilla de registro no se formulan preguntas; sólo el nombre de la variable o variables y su número de asignación (número de código en la columna correspondiente).

A) Esta planilla deberá estar estructurada de forma que le permita al lector analista rellenarla de la mejor manera posible. En ella deben estar las distintas variables y sus casillas correspondientes, a fin de facilitar el registro de códigos alfanuméricos que correspondan a cada una de ellas. Las apreciaciones en la interpretación de los fragmentos requieren de una alta competencia comunicativa por parte de los lectores

analistas. Tales calificaciones, requerirán una ficha de análisis para cada segmento re-leído, re-escuchado y re-visualizado en función de su posterior almacenamiento en la base de datos.

B) Las estructuras de las fichas de análisis, suelen estar muchas veces conformadas, en primer lugar, por las variables que se relacionan con la unidad de análisis (segmento) y con las demás unidades que conforman el material de estudio y con el corpus mismo de forma global. En segundo lugar, continúa el resto de las variables que se asocian con los aspectos generales de los segmentos: ámbitos de referencia y temas generales. Luego sigue el resto de las otras variables que se relacionan con detalles particulares. Todas las nombradas referidas a las expresiones de sujeto y de predicado, hasta llegar a las variables categorizadas en las que se necesita una Re-lectura y re-visualización. Estas categorías son las asignadas a las características (rasgos) físicas, comunicativas y sociales de los personajes, así como la referidas a las acciones y enunciados, secuencias visuales o sonoras; categorías de atribución, relaciones o modalidad.

C) Cada variable, formato, género y subgénero de radio o televisión estará determinado por una planilla de codificación. Es decir, se utilizará una ficha de códigos (planilla de análisis) para cada programa, género o componente de la radio o de la televisión que se desee analizar. Por ejemplo, si se dispone analizar un género informativo, éste tendrá para sí una planilla, la cual será elaborada por el codificador seleccionado para ello.

D) Hay que hacer la salvedad de que en cada análisis que se disponga a realizar se deberá utilizar una planilla distinta. Por ello la base de datos que se utilizará para el archivo y almacenamiento debe estar orientada a procesar datos diversos.

Las planillas podrían cambiar su formato de almacenamiento dependiendo de los contenidos que se dispongan a evaluar. Vea el siguiente ejemplo

Planillas de Análisis. Ejemplo 1

Codificador 1	Fecha	Género informativo	Emisión	Hora de emisión
Garrinson Maita	14 de mayo de 2006	Noticiero	Vespertina	12:00 PM
Tipo de análisis Visual-auditivo	Tiempo de Análisis 30 minutos	Tipo de información		

E) Las unidades de análisis, así como las variables y categorías, pueden variar de acuerdo al género que se pretenda estudiar. También puede ocurrir en algunos casos que se utilice una sola planilla para más de un género, lo que implicaría una variación en el modelo o formato de planilla de codificación.

Para los fines consiguientes de la segmentación de los contenidos de la televisión pudiera ocurrir lo mismo que en el caso de la segmentación del corpus de la radio. Nos referimos a todas aquellas apreciaciones que hicimos anteriormente acerca de la escogencia de los géneros, formatos, subgéneros, categorías y variables.

Planilla de análisis. Ejemplo 2

C A T E G O R Í A S U N I D A D E S	DISECCIÓN DE ANÁLISIS	DISCIPLINA DE INFLUENCIA	PROCESAMIENTO O MEDIDA	OBJETOS DE ESTUDIO (EJEMPLOS)
Léxicas	PALABRAS FRASES TERMINOS		SEMÁNTICA SEMIÓTICA	Medios de comunicación. RADIO Y TELEVISIÓN
Temáticas	REFERENCIAS			Secuencias sonoras
Temáticas- evaluativas				Secuencias visuales

F) Otro aspecto importante que podría contener la ficha de análisis, es el espacio dedicado a las apreciaciones que realizarán los analistas, mediante palabras claves que resuman la apreciación como tal, cosa que facilita el proceso de la re-lectura y la re-visualización.

6.- Una vez elaboradas las fichas de análisis, se deben ordenar y archivar con el objeto de aplicar el tratamiento adecuado a los datos registrados.

7.- Crear una base de datos que opere con recursos tecnológicos e informáticos que permitan procesar y elaborar datos de primer, segundo y tercer orden. Estos dos últimos son aquellos que resultarán de los sustraídos y tratados inicialmente.

El libro de códigos, debe cumplir con los primeros cuatro pasos, mientras que el proceso de elaboración de la planilla de registro hará lo propio con los tres pasos restantes, sumando entre ambos procedimientos un total de siete lineamientos, los cuales deben ser cubiertos a objeto de completar la segmentación del corpus. Lo que se considerará como la primera etapa del protocolo para el análisis de contenido.

Protocolo del LaC para el análisis de contenido Nivel II

Después de habernos acercado a la significación del libro de códigos, como manual de procedimientos para la segmentación del material que se va analizar, y luego de haber conocido la importancia de la ficha o planilla de datos, como primer y segundo paso respectivamente del protocolo de análisis, nos dispondremos a señalar las subsiguientes etapas a objeto de que se comprenda la segunda parte del proceso de elaboración del protocolo de investigación para el análisis de los contenidos en la radio y la televisión venezolanos.

Recordemos que el análisis de contenido, es una de las actividades que se implementarán en el Laboratorio que proponemos se instale como parte de los sistemas operativos del ININCO, en cuanto a investigaciones longitudinales se refiere.

Insistimos: hasta ahora hemos explicado una etapa, compuesta de dos pasos fundamentales. Uno referido al proceso de segmentación del corpus, aplicando el manual de procedimientos inscrito en el libro de códigos. Definición precisa del universo y la extracción de una muestra representativa, y la definición de categorías, subcategorías y variables, las cuales, suponen estarán precisadas en la planilla de análisis.

Consideramos que estos dos pasos iniciales, deberán estar signados por los investigadores especialistas y responsables de los análisis por un lado. Y en segundo lugar deberán ser realizados por codificadores expertos en las áreas de la comunicación, especialmente en los ámbitos de análisis de contenido, Estos últimos deberán ser igualmente escogidos para los fines consiguientes, por los investigadores responsables, a fin de brindar la mayor precisión y exactitud en los resultados.

Es por esta razón, que los codificadores deberán tener un elevado nivel de educación profesional y estar ligados a los sectores de la docencia y la investigación: Profesores, estudiantes del pregrado y del postgrado y demás áreas correlativas.

Etapa dos: Cálculo de la confiabilidad

Posterior al proceso de elaboración de las fichas, se procederá a calcular los datos registrados en cada una de ellas a fin de evaluar distintos argumentos o actitudes del corpus de manera que se posibilite la caracterización precisa de cada unidad o segmento analizado en la ficha.

1.- Hecha la segmentación y decodificación se debe disponer de un ejercicio de cálculo de confiabilidad de los codificadores.

Independientemente de las instrucciones previas que hayan recibido los codificadores, éstos deberán atravesar por un proceso de codificación experimental y provisional de una porción de la muestra escogida, a fin de determinar el nivel de confiabilidad del análisis de contenido.

Si se llegara a disponer de un solo decodificador, la cuestión sería tomar una porción de la muestra y codificarla en dos tiempos distintos. Si las diferencias de los resultados resultan mínimas, el codificador es confiable. Si llegaran haber unas diferencias notorias en la codificación, el codificador resultará no ser confiable.

Para determinar la confiabilidad de un sólo decodificador, Hernández, Fernández y Baptista¹⁴ proponen la siguiente formula:

Cálculo de confiabilidad individual

Numero de unidades de análisis catalogadas correctamente

Numero total de unidades de análisis

¹⁴ HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 424.

Si un contenido consta de 20 unidades de análisis y 20 se logran codificar correctamente, pues la confiabilidad es de 20/20. Si se llegara a codificar de las 20 solo 15 de forma correcta la confiabilidad sería de $15/20 = 0,75$.

Si se llegan a tener varios codificadores el cálculo de confiabilidad se debe realizar por parejas de codificadores.

- Cada pareja deberá tener el mismo material, después de cada cálculo individual y cada cálculo por pareja. Luego se deberán comparar los resultados obtenidos a fin de verificar la cantidad de acuerdos.

Cálculo de confiabilidad por pareja

$$\frac{\text{Número total de acuerdos entre dos parejas}}{\text{Número total de unidades de análisis codificadas}}$$

Los acuerdos dependerán de la codificación que efectúen una pareja a la misma categoría y a la misma unidad de análisis.

Etapas tres: Cuantificación de los datos

2.- Realizada la escogencia, selección, registro, tratamiento y cálculo de la confiabilidad, debe llevarse a cabo otro nivel de codificación, pero esta vez destinado a cuantificar el número de frecuencias y el número de veces que se repita una categoría; el número de unidades de análisis insertadas en cada categoría.

3.- Vaciar los datos de las planillas de registro en función de obtener resultados de cada categoría

4.- Aplicar sistemas estadísticos correspondientes. En este punto, los codificadores e investigadores responsables de los análisis discutirán acerca del método estadístico

que más convenga, los cuales podrán ser tomados de los paquetes estadísticos disponibles para el análisis en Ciencias Sociales.

Etapa cuatro: Actividad de análisis simultánea

Observación cuantitativa

En vista que esta observación contempla los mismos pasos que el análisis de contenido, el Laboratorio de Contenidos LaC deberá optar por aplicar esta técnica en función de generar mayor amplitud de resultados posibles.

“La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiestos”¹⁵.

Se utilizará como método de cuantificación de datos relacionados con todas aquellas variables, pregunta, ítem, tema, categoría, subcategoría, columnas implicadas en los contenidos o productos comunicativos.

En este caso, se diseñará una planilla de registro para los datos cuantificables del análisis.

Se debe comprender que esta técnica se utilizará en la medida que se pretenda analizar de manera cuantitativa algunos de los contenidos específicos que los investigadores responsables designen.

Del enfoque cualitativo para la recolección de datos

Para toda investigación es recomendable usar el enfoque cualitativo, dado que no sólo está dirigido a la recolección de datos, sino que se enfocará en la obtención de la información acerca de contextos variables o situaciones. Por ello, el Laboratorio de Contenidos LaC dispondrá para los análisis aplicaciones del enfoque cualitativo, las

¹⁵ HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003, pág. 428.

cuales consistirán en las descripciones profundas de las situaciones dadas en los contenidos manifiestos en los mensajes y productos escogidos.

Observación cualitativa.

- Describir el contexto en el cual se desarrollan los productos (contenidos)

Comprender e interrelacionar diversos contenidos, incluso por distintas emisiones en distintas épocas.

- Realizar comparaciones
- Determinar analogías
- Explicar paralelismos
- Correlacionar con teorías
- Sintetizar situaciones de contexto

Etapas cinco: Complementar el análisis

Tomando en cuenta todas las apreciaciones, codificaciones, registro y tratamiento de datos, los codificadores y analistas se deben dar a la tarea de aplicar aquellas otras técnicas de enfoque cualitativo y cuantitativo que complementen el análisis de contenido a fin de obtener datos bien sólidos. Para ello se propone apelar a las siguientes:

Técnicas y tácticas para la obtención de resultados más amplios y confiables

Al inicio de este capítulo, comenzamos definiendo algunas técnicas y tácticas de investigación que nos podrían servir para el desarrollo de nuestros estudios. No obstante especificaremos algunas de las que se servirá el LaC a fin de completar las etapas de análisis de contenido.

En principio, debemos aplicar el conocimiento empírico que tengamos acerca de los acontecimientos y de las experiencias que hemos tenido, con respecto a las relaciones dadas entre nosotros como investigadores, pero también como destinatarios.

Utilizaremos los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo, debido al nivel de los enfoques cualitativo y cuantitativo. En ese sentido tomaremos las siguientes herramientas:

1.- Selección, escogencia y recolección de datos.

2.-La observación de los procesos de interacción social y los procesos comunicacionales: sistemática, auto-observación y observación participante.

3.- Técnica dialógicas como forma de obtener y registrar información en función de un constructo comunicativo.

Estas pueden entenderse como aquellas entrevistas y distintas discusiones de interacción verbal, así como el uso de la interacción no verbal, la escucha por ejemplo.

En el campo de estas entrevistas tomaremos las que nos permitan los niveles de investigación. Sin embargo, nombraremos las que hasta ahora consideramos usar para los efectos de la recolección de información desde el enfoque cualitativo.

Entrevistas abiertas:

No estarán regidas por algún cuestionario cerrado. Se aplicarán a los sujetos que se encuentren relacionados con el tema objeto de estudios, especialmente a los que se hayan escogido como muestra representativa del universo. En estas entrevistas pudieran estar involucrados especialistas, investigadores, docentes, estudiantes del pre y del postgrado, así como el público que hace vida dentro de los procesos singulares de comunicación.

Entrevistas libres

Técnicas de exploración en función de establecer diagnósticos y aproximaciones previas al fenómeno en cuestión, como los medios de comunicación social radio y televisión.

Entrevistas en profundidad

Las tomaremos como técnicas de amplio espectro, la cuales pondremos en práctica, no sólo con la intención de explorar y diagnosticar acerca de procesos singulares de comunicación, sino también en función de descubrir y evaluar los fenómenos de la comunicación. Estas entrevistas estarán diseñadas y dirigidas a profesionales y expertos ligados al área de las comunicaciones, especialmente aquellos investigadores que hayan desarrollado estudios de distinto índole en el ámbito de los contenidos de los medios de radio y televisión venezolanos.

Entrevistas de cuestionario abierto

Estas no estarán sobre la base de un repertorio de interrogantes rígidas, sino que estarán diseñadas de manera que los entrevistados puedan emitir sus distintas opiniones y puntos de vistas, en relación a un tema de forma libre y espontánea. Se centraran en el objeto de estudio, más no en el entrevistado. Es decir, en las apreciaciones propiamente dichas.

Discusiones en grupo

Esta técnica se encontrará sobre la posibilidad de establecer discusiones entre varios participantes. En este caso, los observadores relacionados (investigadores) con los análisis de contenido. De entre las distintas formas que asumen las discusiones en

grupo, existen dos bien importantes que creemos pueden contribuir con los objetivos que nos trazamos:

- *El braenstorming* o lluvia de ideas, se enfoca en que el grupo tiene mayor capacidad de producción de conocimientos con respecto a un sólo individuo.
- *El Philips 66*. Se centra en la posibilidad de aumentar el número de participantes en una discusión que posteriormente se dividirán en sub-grupos a fin de tener mayor provecho cerca del objeto en discusión. La participación interactiva entre los individuos de cada sub-grupo estará sometida a un tiempo determinado y al grupo a la cual pertenezcan.

Otras dinámicas de grupo

Los grupos constituyen una importante alternativa para la obtención de datos. Por ello, los grupos de discusión representan una técnica cualitativa que nos aproxima a la realidad que se quiera investigar.

Los grupos de discusión estarán conformados, de manera que asuman una micro-representación de la realidad social enmarcada en un proceso singular de comunicación. La idea es alcanzar por esta vía, el desarrollo de resúmenes de una porción de alguna situación social, así como la de determinar necesidades y expectativas particulares y también colectivas correlacionadas con los estudios.

Estos grupos de discusión se formaran a manera de grupos de entrevistas en *Focus Groups*, o bien como un número de expertos que actuarán como socioanalistas conversacionales.

Otra de las técnicas de la cual se debe nutrir el laboratorio, en relación a la recolección y registro de datos, es la que se conoce como el *Delphi*. Consiste en un proceso que se desarrollará, con la participación de un número de expertos que serán interrogados de forma sucesiva y separada mediante cuestionarios elaborados por los investigadores. Las preguntas del cuestionario aunque no serán cerradas, tendrán un

orden, de manera que las respuestas ofrecidas por los expertos, puedan brindarles a los investigadores la posibilidad de armar un discurso ajustado lo más objetivamente posible. Así mismo, este discurso será distribuido e intercambiado entre los expertos, a fin de que se conozcan las apreciaciones y conceptos de un experto con respecto a los demás y viceversa.

Encuestas

Anteriormente nombramos a la encuesta como una situación experimental, que nos ayudaría a construir escenarios idóneos para la obtención de datos, pues bien, retomando el tema, utilizaremos a las encuestas como aquellas técnicas que permitirán obtener las respuestas que no están al alcance de los investigadores. En ese sentido, la idea de usar las encuestas es la de tomar desde otro ángulo, un cúmulo de diversas consideraciones, opiniones, expectativas, conductas etc., no sólo de los investigadores, sino también de aquellos que se escogerán como muestra representativa del universo de investigación. Las encuestas nos permitirán hacer cuantificables, las respuestas y hacer mediciones relevantes.

Selección de la muestra

Para el uso de las encuestas, es importante hacer una selección lo suficientemente representativa de la población a investigar, con el objeto de que los resultados obtenidos por dicha muestra puedan ser generalizadas al universo. Esto es en el caso, de que se propongan objetivos distintos que vayan emergiendo de la dinámica de los análisis, que implique tomar porciones distintas del universo, según sean las nuevas interrogantes emergentes.

Experimentación o técnicas experimentales

Se tiene pensado que el uso de estas técnicas experimentales, se desarrollen en la mayoría de los casos dentro del recinto disponible para el Laboratorio de Contenido LaC. En este caso, hay que hacer la salvedad de que dicho laboratorio podrá ser extensivo al lugar donde se realice alguna actividad relacionada con sus estrategias operativas. Valdría igualmente repetir algunas:

- Las que se encontraran sujetas a dinámicas de grupo
- Mediciones
- Observaciones
- Encuestas

Dentro de las técnicas de experimentación podemos encontrar los siguientes:

Experimentos objetivos

Procedimiento de recolección, registro y tratamiento tanto de los datos, como de las informaciones recogidas; su cuantificación y análisis.

Experimentos subjetivos

Es una forma de describir, narrar y atribuir causas y razones de un hecho. Por ejemplo, se presenta al sujeto en cuestión (investigador o experto) frente a un reactivo: relatos o frases inscritas en un proceso singular de comunicación dado por radio o televisión, y posteriormente se toman las apreciaciones del sujeto tal como sean expresadas. Son informaciones tomadas directamente de las relaciones directas entre individuos y medios.

Experimentos grupales

Como se dijo anteriormente, se implementarán técnicas de grupos caracterizados por situaciones artificiales pre-existentes o dinámicas de cooperación, dramatización, etc. Dentro de estos experimentos se considera aplicar técnicas que evalúen el funcionamiento de los grupos y de modelos comunicativo.

Etapa seis: Revisión exhaustiva

Concluida esta etapa se ha alcanzado un elevado nivel de lectura, sin embargo, a la misma le correspondería una revisión exhaustiva de los pasos que se han llevado a cabo, y de los resultados que hasta ahora se tienen con el objeto de re-leerlos, ordenarlos y organizarlos a fin de almacenarlos en la base de datos que debe ser creada para ello.

Etapa siete: Almacenamiento optimo de resultados

Comentamos en el apartado de la *Visión Tecnológica del Laboratorio de Contenido* que había de considerar los cambios paradigmáticos que se han ocasionado producto de la incursión de las nuevas tecnologías en cuanto a la transmisión y recepción de mensajes y las novedosas formas de interactuar con éstos y con sus productores; los medios digitales.

Pues bien, la importancia de conocer estas nuevas formas de comunicación no supone el análisis de sus contenidos, por el contrario, lo que se pretende es tomar las bases y elementos fundamentales que nos permitan crear de algún modo el Software indicado para la elaboración de los resultados obtenidos de los análisis que se han lleven cabo. De igual forma, se quiere utilizar este concepto, medios digitales, a fin de crear la posibilidad real de interactuar con los mensajes emitidos por los distintos medios de comunicación audiovisual de Venezuela de forma simultánea, de manera que los codificadores e investigadores adscritos a las lecturas de la radio y la

televisión en Venezuela puedan usarlos como fuentes de información y como caja de soporte para operaciones, análisis y almacenamiento de resultados.

No obstante, hay que recalcar que más que interactuar de manera simultánea con los medios de comunicación social y sus nuevas formas de emisión, lo que se quiere es utilizar un sistema informático óptimo para el almacenamiento de datos y resultados

Realizando esta actividad se estaría desprendiendo otro nivel de conocimiento, susceptible de aplicabilidad para la obtención de los resultados propuestos: la incursión del hipertexto como ventajoso dispositivo en la producción de informaciones inherentes al objeto de estudio, tales como referencias icónicas, textuales o auditivas.

En ese sentido, el hecho mismo de recolección de datos, el cual se encuentra relacionado con las metodologías ya señaladas, implica un proceso de comunicación caracterizado por la presencia de un observador analista (investigadores y codificadores), quien registrará todas las referencias y demás datos estadísticos, así como a las frecuencias y variables de distinto orden, según sean los casos, dando origen a un instrumento de códigos propios distinto al utilizado por los emisores y receptores, denominado metalenguaje.

Etapa ocho: Informe del análisis de contenido

Finalmente se debe realizar un informe que contemple todas las apreciaciones realizadas, así como todas las operaciones y mediciones, tanto cuantitativas como cualitativas y resultados finales.

- 1- El informe debe tener un título que lo identifique, por ejemplo: *Análisis de los Contenidos de la radio en Venezuela. Noticieros. segundo trimestre 2007.*
- 2- Debe identificar a los codificadores e investigadores responsables
- 3- Resumen
- 4- Introducción

- 5- Contenido: operaciones, datos y resultados
- 6- Conclusiones
- 7- Bibliografía

Realizadas estas ocho etapas podemos asumir que se ha cumplido con el protocolo para el análisis de contenido como parte de las actividades del LaC. Por lo que pudiéramos igualmente asumir que los investigadores, codificadores, analistas y participantes en los estudios han hecho una lectura confiable a los medios escogidos; en este caso, la radio y la televisión en Venezuela.

Actividades complementarias

Generalidades

En varias oportunidades se ha dicho que el Laboratorio de Contenidos LaC, no sólo centrará sus estrategias operativas en el análisis de contenido para la radio y la televisión en Venezuela sino también se enfocará en otras actividades inherentes al caso. Estas ya fueron nombradas. No obstante, el Laboratorio de Análisis se nutrirá igualmente de las siguientes:

1- El LaC propone se realicen actividades relacionadas con la búsqueda sistemática de fuentes bibliográficas, hemerográficas y documentales de distinto índole a fin de ir fortaleciendo los cimientos en cuanto a la profundidad del fondo documental que se necesitará para consulta.

Los codificadores deberán estar sumados, a la tarea de la investigación más allá de las instalaciones del ININCO. Por ejemplo: Visitas permanentes y sistemáticas a bibliotecas y centros de documentación disponibles dentro y fuera del recinto universitario

2- Otras actividades estarán ligadas a las asistencias de investigación en las áreas de las comunicaciones que estén realizando los investigadores.

Los codificadores o asistentes de investigación deberán asistir a los investigadores en:

- Labores de docencia
- Labores de capacitación
- Labores de instrucción
- Labores de investigación

3- Los investigadores y codificadores deberán impulsar los trabajos del Laboratorio de Contenido a fin de mantener ciclos de investigaciones longitudinales.

4- Los investigadores y codificadores trabajarán mancomunadamente en las labores de los Análisis de Contenido con el objeto de publicar periódicamente los resultados obtenidos en los estudios realizados.

Especificidades

Investigador responsable:

1. Coordinar cronograma de laboratorio.
2. Comprobación de funcionamiento correcto de instrumentos de medición.
3. Revisión y aprobación de muestras audiovisuales.
4. Revisión de análisis.
5. Revisión de arte final de resultados a publicar.
6. Docencia responsable de asignatura tipo seminario de investigación para el pregrado y el postgrado.
7. Coordinación del trabajo de alumnos en el laboratorio.

Coinvestigador 1:

1. Selección y propuesta de muestras para el análisis de laboratorio
2. Análisis de datos procesados.

3. Asistencia docente en asignatura tipo seminario de investigación para el pregrado y el postgrado.
4. Revisión de estilo de material a publicar.
5. Asistir y suplir ausencias del investigador responsable.

Coinvestigador 2:

1. Colectar muestras aleatorias y programadas de programación de contenidos.
2. Funciones de operador de laboratorio.
3. Procesamiento directo de datos de muestras.
4. Asistencia en entrenamiento de los estudiantes seleccionados participantes de la asignatura tipo seminario de investigación para el pregrado y el postgrado.
5. Coordinar labores del asistente de laboratorio.

Asistente de laboratorio:

1. Asistencia al operador de laboratorio.
2. Mantenimiento de la unidad de laboratorio.

Recursos Humanos

El Laboratorio de Contenido más allá de la participación de los investigadores adscritos al ININCO, deberá contar con la participación de estudiantes del pregrado y del postgrado, así como de profesores abocados por la preparación intelectual de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social.

Dicho instituto, tomará las medidas necesarias en cuanto a la solicitud de personal para los fines consiguientes a la operatividad del LaC. Asimismo, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela a través de su dirección, deberá hacer los esfuerzos necesarios con relación a la incursión de personal que deberá trabajar en el LaC. Estos serían: Investigadores, codificadores y asistentes de laboratorio

Recursos Técnicos

Para llevar a cabo las operaciones, actividades y estrategias del LaC, se deberá tomar en consideración los siguientes recursos técnicos:

1. Computadores
 - Dos (2) Laptops
 - Cuatro ordenadores convencionales de alta fidelidad
2. Monitores LCD o de alta definición
 - Dos monitores 25"
3. Video-Beam de alta definición
 - Pantalla para proyecciones
4. Mobiliario, papelería y material de oficina (Cds, Discos de memoria, etc.).

Cronograma de trabajo

El Laboratorio para el Estudio y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y la Televisión en Venezuela, se espera operará sobre la base del cronograma de semestres pares e impares ofrecidos por la Facultad de Humanidades y Educación, especialmente bajo las condiciones temporales establecidas por el ININCO y la escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela.

En otras palabras, el LaC estará operativo todos los semestres a partir del momento en que sea puesto en marcha.

Instalaciones

Se espera que el Laboratorio de Contenidos, realice sus actividades dentro de las instalaciones del ININCO, instituto adscrito a la facultad de humanidades y educación de la UCV. No obstante, se debe tomar en consideración que por razones de diversidad de actividades, incluyendo la puesta en marcha del Programa de

capacitación, “**LECTURA DE MEDIOS.** *Una aproximación metodológica al estudio de los contenidos de la radio y de la televisión en Venezuela*”, El Laboratorio de Estudio y Análisis de Permanente de los Contenidos de la Radio y Televisión en Venezuela, LaC, extenderá sus estrategias operativas fuera del recinto del mencionado instituto.

Realizar las actividades del LaC dentro de las instalaciones del ININCO es de alguna manera correlacionarse con el sentido mismo del instituto, las investigaciones en el ámbito de la Comunicación Social; y en virtud de que la Unidad de Audiovisuales, también adscrita al instituto, se encuentra en proceso de reingeniería, vale la pena tomar en consideración la posibilidad de que el LaC opere en dichos espacios.

Conclusiones

En los capítulos anteriores dedicamos nuestro mejor esfuerzo en diseñar un Laboratorio para el Estudio y Análisis Permanente de los Contenidos de la Radio y Televisión en Venezuela. No obstante, estamos concientes de que la propuesta pudo haber sido mucho más ambiciosa, o en el mejor de los casos, menos compleja. Situación ésta que pudo haber fortalecido de alguna manera, las metas trazadas. Sin embargo, nuestro empeño de querer cubrir la mayor de las vacantes posibles, paradójicamente nos hizo prescindir en nuestras explicaciones de un escenario, que creemos, es importante nombrarlo en este apartado, dado que pudiéramos encontrar algunas coincidencias, respecto a nuestra propuesta. Nos referimos a los principios del diseño y la elaboración de proyectos institucionales, los cuales se encuentran delineados, según sean los marcos de referencias ofrecidos por valores compartidos. Es decir, que estos principios se encuentran contruidos sobre la base de necesidades y expectativas de grupos o comunidades. He aquí, nuestro primer punto de encuentro con este escenario.

El diseño y la elaboración de proyectos responden a líneas bien determinadas. Una de ellas es la investigación, como primera etapa para elaborar cualquier proyecto institucional. Enrique Palladino, defensor de ésta metodología, asume desde su perspectiva, que la investigación ligada al diseño de proyectos se encuentra determinada por “actividades amplias, intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de ampliar conocimientos sobre una determinada materia”¹⁶. De manera pues que ya estamos encontrándonos con esos estadios, que creemos comparten con el diseño propuesto por nosotros.

Otro punto importante expuesto por éste autor, es la “investigación acción”, que aunque, asume, fue propuesta en principio por Kurt Lewin (1946), aún se recomienda para los efectos concernientes al diseño de proyectos¹⁷. La “investigación acción” centra especial atención en la posibilidad de involucrar los miembros de la

¹⁶ PALLADINO Enrique. *Como diseñar y elaborar proyectos*. Espacio, Buenos Aires, 1999, pág. 71.

¹⁷ Ídem, pág. 71.

institución donde se esté llevando a cabo. La participación de quienes hacen vida en la institución es un valor fundamental para alcanzar las metas trazadas. Por otra parte encontramos, que la “investigación acción” considera los aspectos organizacionales y las condiciones donde se desarrolle. Esto se refiere a la cultura organizacional, a la estructura de la institución referida a los espacios donde se realicen los estudios y, a la integración de los individuos que componen la organización, entre otras cosas, que señalan el Diagnóstico de la investigación, como segunda etapa del diseño de proyectos de cara a la materialización del mismo.

Aquí existe otro punto de encuentro, en relación al diseño que pretendemos se lleve a cabo en las instalaciones del Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO. Decimos que es un encuentro dado que nuestra propuesta de Laboratorio prevé la posibilidad de integrar, tanto a investigadores, como a profesores y estudiantes de Comunicación Social y demás áreas correlativas a fin de materializar los programas y actividades sugeridos.

Asimismo, el diseño y la elaboración de proyectos responde a los contextos que emanan de la dinámica social, lo que nos hace estar ligados de alguna manera, a sus principios en cuanto a la forma en que tenemos previsto abordar la problemática ligada a los contenidos de los medios de comunicación social en Venezuela, especialmente los de la radio y la televisión, esto como punto último de coincidencia.

Por otro lado, creemos también que, dentro de las actividades que procura emprender el Laboratorio de Contenidos LaC, es importante trazar metas referidas al estudio del marco jurídico que rige a los medios de comunicación social en Venezuela. Estos estudios, deberán estar enfocados en la comprensión de todas aquellas leyes y regímenes jurídicos que delimitan la actuación de la radio y la televisión venezolanos, como por ejemplo, las prerrogativas que estipula, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación al tema de la libertad de expresión, lo estipulado en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, con respecto a la producción de espacios de programación, y la forma en que éstos deben ser presentados por los medios masivos, y los temas referidos en la Ley de Orgánica de Telecomunicaciones, los cuales se centran en garantizar todos

aquellos derechos que tenemos los ciudadanos de participar en las actividades económicas dentro del marco de las telecomunicaciones. Todo esto, a fin de conocer cuales son los ámbitos de competencia, así como los alcances y limitaciones desde la perspectiva jurídica que tienen, no sólo los medios de comunicación como transmisores de información y garantes de la libertad de expresión, sino también, tener un conocimiento conciente de las implicaciones que hoy día trae consigo ser Comunicador Social, más aún, en un país que atraviesa tiempos de crisis, entre otras transformaciones que encierran el tema de las libertades.

Finalmente, leer radio y televisión, no es un trabajo que supone la culminación de un período, o el alcance de una meta. Tampoco es un capricho particular. Por el contrario, es el inicio de una nueva etapa que creemos, no sólo podrá transitar por el complejo mundo de las investigaciones longitudinales en los ámbitos de la Comunicación Social, sino que además, podrá cubrir un cúmulo de expectativas actuales, y otras que de seguro se originarán de la dinámica social.

De modo pues que, ésta propuesta de leer radio y televisión mediante un Laboratorio de Contenidos, está dirigida a cubrir esas expectativas que acabamos de nombrar, y al mismo tiempo, enfocada en atender a los nuevos cambios paradigmáticos por las que pueda atravesar en algún momento las ciencias sociales. Asimismo, este proyecto implica la posibilidad de mantener un contacto permanente con los contenidos ofertados por la radio y la televisión venezolanos, desde una perspectiva analítica, cuestión que de seguro ampliará el horizonte de conocimientos tanto de los participantes en las actividades de lectura de medios, como de la comunidad universitaria, incluso como el de la sociedad en su conjunto.

Cubiertos estos objetivos, estaríamos cumpliendo con las principales directrices de la universidad: la investigación, la docencia y la extensión; y por ende se estaría cumpliendo con la labor de comunicar, y por ende cumpliendo con la sociedad.

Bibliografía

- ANUARIO ININCO. Temas de comunicación y Cultura. 1994.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 1996.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 1997.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 1998.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación 1999.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 2000.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 2003.
- ANUARIO ININCO. Investigaciones de la Comunicación. 2003.
- ANDER EGG Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Hvmánitas, 1982.
- BALSEBRE, Armand. *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1996.
- BARDIN, Laurence. *Análisis de contenido*. Akal, Madrid, 1996.
- BARROSO G. Jaime. *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis, Madrid, 1996.
- BISBAL, marcelino. *Televisión, pan nuestro de cada día*. Alfadil, Caracas, 2005.
- BLANXART, Daniel. *Teoría física de la música*. Bosch, Barcelona, 1958.
- BOUDRILLARD. *Crítica de la economía política del signo*, 1974.
- BUNGE, Mario. *Teoría y realidad*. Ariel, Barcelona, 1975.
- CABELLO, Julio. *La radio. Su lenguaje, géneros y formatos*. Torre de Babel, Caracas, 1986.
- CEBRÍAN, Mariano. *Información audiovisual: concepto, técnica, expresiones y aplicaciones*, Madrid, 1995.

- CEBRÍAN, Mariano. *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis, Madrid, 1995.
- CERDA, Hugo. *Como elaborar proyectos. Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos*. Magisterio, Bogotá, 1997.
- DE SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de lingüística general*, Madrid, Akal, 1980.
- DRAGNIC, Olga. *Diccionario de Comunicación Social*. Panapo, Caracas, 2006.
- ECO, umberto. *Signo*, Barcelona, 1980.
- ECO, Umberto. *Tratado de semiótica General*. Lumen, Barcelona, 1981.
- ARIAS, Fidias. *El Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración*. Orial, Caracas, 1999.
- GAITAN, Juan y PIÑUEL José. *Metodología General. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1995.
- GAITAN, Juan y PIÑUEL José. *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis, Madrid, 1998.
- GONZALEZ, Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra, Madrid, 1988.
- GREIMAS.A. J. *En torno al sentido. Ensayos semióticos*. Fragua, Madrid
- HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. *Metodología de la investigación*. McGraw Hill, México, 2003.
- HERNÁNDEZ P. Héctor. *Análisis de información internacional y medios de difusión*. Pueblo y Educación, La Habana, 1991.
- JAKOBSON, Roman. *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral, Madrid, 1975.
- JANOS S. Petöfi y GARCÍA, Berrio. *Lingüística del texto*. S/E, Madrid, 1978.

- KRIPPENDORFF, Klaus. *Metodología y Análisis de Contenido. Teoría y Práctica*. 1997.
- MANUAL DE TRABAJOS DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN Y MAESTRÍA Y TESIS DOCTORALES. FEDUPEL, Caracas, 2005.
- MOLES,. Abrahan. *Imagen y Comunicación*. Cirilo Amorós, Valencia España, 1973.
- PALLADINO, Enrique. *Como Diseñar y Elaborar Proyectos*. Espacio, Buenos Aires, 1999.
- RAMIREZ, Tulio. *Como hacer un proyecto de investigación*. Panapo, 1999.
- RUSQUE, Ana María. *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*. Vadell Hermanos, Caracas, 2003.
- SANTORO, Eduardo. *La Televisión Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño*. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1980.
- SIERRA BRAVO, Restituto. *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Paraninfo, Madrid, 1995.
- Siegfried Schmidt. *Teoría del texto*, Cátedra, Madrid, 1978.
- STUBBS. Michael. *Análisis del discurso. Análisis sociolingüístico del lenguaje natural*. Alianza, Madrid, 1987
- VIDAL, Javier. *La era de la radio en Venezuela*. Alfadil, caracas, 2004.
- WIMMER Roger y DOMINICK Joseph. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Thomson, México, 2001.