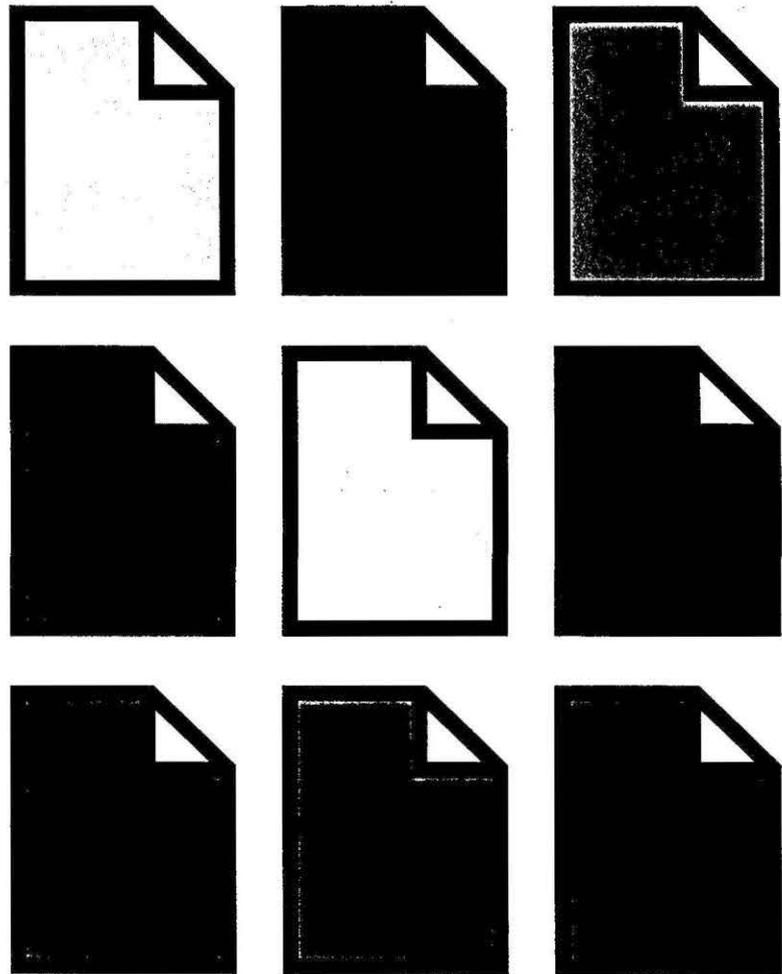


Colect. LR Beltrán  
PP-AI-037b

Beltrán S., Luis Ramiro (2007) Adlós a Aristóteles: la comunicación "horizontal". En: Walzer, Alejandra, García López, Marcial y Rodríguez Centeno, Juan Carlos. Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura. Madrid, Edipo, S.A. pp. 37-66.



# comunicación alternativa, ciudadanía y cultura

edición a cargo de:  
alejandra walzer  
marcial garcía lópez  
juan carlos rodríguez centeno

# Indice

Comité Científico del Foro Universitario de Investigación en Comunicación	9
Presentación de los editores	11
<b>PONENCIAS</b>	
1. COMUNICACIÓN CIUDADANA	15
• Sociedad de la información y participación ciudadana: la experiencia de la UE <i>Francisco Sierra Caballero</i>	17
> • Adiós a aristóteles: la comunicación "horizontal" <i>Luis Ramiro Beltrán S.</i>	37
• Comunicación comunitaria. Trayectorias y perspectivas en el Estado español <i>Carme Mayugo i Majó</i>	67
• TIC y participación social <i>Víctor Manuel Mari Sáez</i>	81
• Radio universitaria en España: situación de una forma de comunicación alternativa <i>Juan Ignacio Gallego Pérez</i>	89

<b>2. MEDIOS PARTICIPATIVOS</b>	<b>97</b>
• Comunicación y desarrollo: Un pacto mundial por la Sociedad de la Información <i>David Rivas</i>	99
• Periodismo solidario y cambio social <i>Pura Gómez Román</i>	111
• Blogs, ¿Periodismo ciudadano? Y la crisis de los medios impresos <i>Rafael Carrasco Polaina</i>	119
• Las comunidades virtuales: cómo crear espacios de interacción social definidos por objetivos <i>Inmaculada Postigo Gómez</i>	127
<b>3. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA</b>	<b>139</b>
• Cambio tecnológico y desarrollo digital en nueve comunidades autónomas españolas <i>Marcial Murciano</i>	141
• Alternativas del periodismo: la reprofesionalización <i>Carmen Rodríguez Wangüemert</i>	157
• Participación, representación de las audiencias y fomento de la creatividad en la era digital: la responsabilidad de los medios públicos <i>Juan Francisco Gutiérrez Lozano</i>	165
• La construcción de identidad por parte del periodista en su blog personal <i>Tíscar Lara</i>	183
• Videojuego “bordergames-lavapiés”: menores migrantes marroquíes jugando en/al barrio de lavapiés <i>Florencio Cabello Fernández-Delgado</i>	187
• ¿Cómo hacer televisión sin televisión? <i>Felipe G.Gil y Colectivo ZEMOS98</i>	203

4. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y CULTURA	207
• Nuevas tecnologías y cultura: ¿acceso sin límites? <i>Alejandro Navas</i>	209
• ¿Para qué sirve la contrapublicidad? <i>Isidro Jiménez Gómez</i>	225
• La publicidad de la nueva era y el movimiento contramarquista: acción y reacción <i>Fernando Olivares</i>	231
5. INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN PARA LOS NUEVOS ESCENARIOS COMUNICATIVOS	251
• Postelevisión: de la crisis de los “grandes relatos” a la emergencia de nuevos imaginarios sociales <i>Gérard Imbert</i>	253
• Educación en Comunicación: “nuevos” retos de formación para la ciudadanía <i>Fernando Tucho</i>	267
• Formación en comunicación: nuevos retos <i>Juan Manuel Cotelo</i>	287
• Profesionales para un nuevo entorno cultural: una propuesta desde la universidad <i>Teresa La Porte</i>	295
CD CON CONTENIDOS DE COMUNICACIONES	

# Adiós a Aristóteles: La comunicación “horizontal”<sup>1</sup>

Luis Ramiro Beltrán S.<sup>2</sup>

*“Aquello que es utópico  
no es lo inalcanzable  
no es idealismo;  
es un proceso dialéctico  
de denunciar y anunciar,  
denunciar la estructura deshumanizante  
y anunciar la estructura humanizante.”  
Paulo Freire*

## INTRODUCCIÓN

La comunicación internacional era, en gran parte, territorio de aguas mansas. Ya no lo es. En la década actual ha llegado a ser un centro de grande y a menudo caldeada controversia como parte de una más extensa y creciente confrontación entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo. Beligerante malestar existía ya entre ellos. Los países en vías de desarrollo se habían percatado mucho antes de 1970 de que su vida económica y política estaba dominada por los países desarrollados, hasta un punto de impedirles alcanzar el desarrollo. Lo que es un hecho más bien nuevo es la plena conciencia de que tal situación de dependencia está vigente también en la esfera cultural. Y el reconocimiento de que, más aún, la comunicación hace mucho al servicio de los tres tipos de dominación neocolonialista es algo claramente nacido en esta década. (Beltrán/1)

Los países del Tercer Mundo no están luchando hoy sólo por acabar con el neocolonialismo logrando un tratamiento justo en el comercio y en la asistencia externa. Están persiguiendo simultánea y articuladamente el establecimiento de un “Nuevo Orden Económico Internacional” y un “Nuevo Orden Internacional de la Información.” (Gunter/2). Puesto que estos dos intentos están siendo activamente resistidos por la mayoría de los países desarrollados, la comunicación ha llegado ahora a situarse nítidamente en el ámbito del conflicto internacional.

En diferentes niveles y en diversos lugares se presentan manifestaciones del conflicto, mayormente por la vía de la discusión pública, la que desde mediados de la década tomó a menudo características combustivas. Un ejemplo de ello fue la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina llevada a cabo bajo el patrocinio de la UNESCO en Costa Rica en 1976. Esta reunión incluyó recomendaciones para lograr equilibrio en el flujo internacional de información y para dotar a la región de una agencia de noticias independiente capaz al menos de aliviar las consecuencias del cuasi-monopolio ejercido por la United Press International (UPI) y la Associated Press (AP). Desde su inicio hasta su conclusión, la reunión fue objeto de un concertado y virulento ataque por parte de las organizaciones internacionales de comunicación que la consideraron una amenaza para la libertad de información. (UNESCO/3). Otro caso que ilustra el conflicto es la reciente aprobación de una declaración sobre la comunicación internacional por la Conferencia General de la UNESCO/4. Este enunciado conciliatorio es el producto de la fiera y ruidosa batalla de años entre aquellos que lo consideraron una expresión de intento de control totalitario de la comunicación y aquellos que lo concebían, al contrario, como la expresión de la voluntad de democratizarla genuinamente. Las reuniones periódicas de los Países No-Alineados, en un lado de la lucha y, en el otro lado, los seminarios y congresos de asociaciones como el International Press Institute son ejemplos adicionales de los numerosos escenarios involucrados en ello.

El conflicto abarca varias áreas principales de preocupación. Por una parte, dirigentes políticos, estrategas del desarrollo, investigadores y practicantes de la comunicación en los países en desarrollo están cuestionando la estructura, las operaciones, la financiación, la ideología y la influencia de ciertas poderosas organizaciones internacionales de la comunicación. Por otra parte, están recusando muchos de los conceptos tradicionales de comunicación nacidos en los países desarrollados y hasta hace poco tiempo aceptados también en el resto del mundo.

En el campo nombrado inicialmente, el papel de las agencias internacionales de noticias, de los exportadores de televisión y cine y de los anunciadores transnacionales está siendo condenado por tratarse de ser un instrumento clave para la dominación externa. En el campo ulterior los conceptos clásicos de "libertad de prensa", "derechos de comunicación" y "libre flujo de información", así como la propia definición prototípica de noticias, están siendo considerados también como instrumentales para la dominación. Inclusive las influencias foráneas sobre la orientación y ejecución de la investigación y de la capacitación en comunicación están sujetas a evaluación crítica. (Rogers/5)

Finalmente, la conceptualización misma de la naturaleza de la comunicación, tal como proveniente de los países desarrollados, está siendo rebatida hoy en los países en desarrollo.

Es a ese último fenómeno que se dirige el presente ensayo. Este énfasis es apropiado puesto que, aunque los intentos para revisar tal conceptualización también son

obviamente pertinentes a la comunicación dentro de las naciones, su importancia decisiva para la comunicación entre ellas no debe ser soslayada.

El ensayo destacará primero aquellas definiciones de la comunicación más características de tal conceptualización tradicional o clásica. Luego pasará revista sumariamente a las principales críticas, tanto iniciales como recientes, subrayando en el caso de las últimas una seminal crítica latinoamericana. Finalmente, después de una rápida reseña de anteriores intentos similares, buscará formular bases para un modelo de "comunicación horizontal" pertinente a las relaciones sociales intra-naciones e inter-naciones.

## CONCEPTUALIZACIÓN TRADICIONAL DE LA COMUNICACIÓN

Los intentos para definir la comunicación se pueden remontar hasta Aristóteles, quien vió a la "retórica" compuesta de tres elementos: *el locutor, el discurso y el oyente*, y percibió su propósito como "*la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión*". Siglos más tarde, y habiendo muchas mentes más en trabajo sobre el asunto, esta definición clásica parece permanecer, sin embargo, en las raíces de casi todas las conceptualizaciones vigentes.

### Laswell: Comunicadores en Pos de Efectos

En efecto, la definición de Lasswell/6 que es la más ampliamente aceptada de nuestra época, esencialmente llevó adelante a la proposición de Aristóteles añadiéndole dos elementos. En tanto que Aristóteles había identificado *el quién, el qué y el a quién* de la comunicación, Lasswell refinó el esquema estipulando el *cómo* y haciendo explícito el *para qué* como sigue:

*"Una forma conveniente para describir un acto de comunicación es la de dar respuestas a las siguientes preguntas:*

*¿Quién*

*Dice qué*

*En cuál canal (medio)*

*A quién*

*Con qué efecto?"*

Lasswell vió que la comunicación desempeñaba tres funciones: vigilancia del medio ambiente; correlación de los componentes de la sociedad; y transmisión cultural entre generaciones.

Según De Fleur/7, al hacerlo así Lasswell estaba tratando de moderar la mecanicista influencia de la clásica teoría de Estímulo-Respuesta de la psicología clásica. Estaba tomando en cuenta variables contextuales o de situación subrayadas como intervinientes entre F (fuente) y R (receptor) por las teorías de "categorías sociales"

y de “diferencias individuales”. Su paradigma básico obtuvo rápida y amplia adhesión. Su atención a algunas consideraciones socioculturales no la obtuvo.

### **Transmisión e Influencia**

De Lasswell en adelante la noción de *transferencia* habría de caracterizar a muchas conceptualizaciones resultantes de la comunicación. Tal fue el caso, por ejemplo, de la definición de Berelson y Steiner/8 también ampliamente empleada:

*“La transmisión de información, ideas, emociones, destrezas, etc. por el uso de símbolos-palabras, cuadros, cifras, gráficos, etc., es el acto o proceso de la transmisión de lo que generalmente se llama comunicación.”*

Similarmente, la noción de *influencia* (por medio de la persuasión) como meta central de la comunicación habría de incluirse en varias definiciones posteriores, como la siguiente de Osgood/9:

*“En el sentido más general, tenemos comunicación cuando quiera que un sistema, una fuente, influye a otra, al destinatario, por manipulación de señales alternativas que pueden ser transferidas por el canal que los conecta.”*

También, continuando con el paradigma de Lasswell, Nixon/10 subrayó dos ingredientes del proceso: *las intenciones del comunicador, y las condiciones bajo las cuales se recibe el mensaje.*

### **De la Electrónica: Fuentes y Receptores**

Luego, los ingenieros Shannon y Weaver/11 surgieron con la teoría matemática de la comunicación, cuya presentación hicieron con el siguiente enunciado:

*“La palabra comunicación se usará aquí en un sentido muy amplio para incluir todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra”.*

Shannon y Weaver/12 conciben un sistema general de comunicación como compuesto por cinco partes esenciales:

1. Una *fuentes de información* que produce un mensaje o secuencia de mensajes para ser comunicados al terminal receptor ...
2. Un *transmisor* que opera sobre el mensaje en forma de producir una señal susceptible de transmisión por el canal ...
3. El *canal* es solamente el medio usado para transmitir la señal.
4. El *receptor* ordinariamente lleva a cabo la operación inversa a la que hace el transmisor, reconstruyendo el mensaje a partir de la señal ...
5. El *destinatario* es la persona (o cosa) a la que va dirigido el mensaje.

Schramm/13 adaptó a la comunicación humana este modelo, construido esencialmente para describir la comunicación electromecánica, subrayando las funciones codificadoras y decodificadoras de señales (mensajes) de la mente. Definiendo la comunicación como *el compartir información, ideas o actitudes* y recalando con diversos términos el principio aristotélico de que la comunicación siempre requiere de por lo menos tres elementos (*fuelle, mensaje y destinatario*), resaltó en el esquema los componentes “codificador” y “decodificador”. Anotaba Schramm/14: *“Sustituya micrófono por codificador y audífono por decodificador y se encontrará usted hablando de comunicación electrónica. Considere que la ‘fuente’ y el ‘codificador’ son una persona, que el ‘decodificador’ y el ‘destinatario’ son otra y que la señal es el lenguaje y usted estará hablando de comunicación humana.”*

Berlo/15 contribuyó también de manera importante al análisis de las operaciones codificador-decodificador en la comunicación humana, sugiriendo la conveniencia de distinguir entre fuente y codificador y entre decodificador y receptor. Más aún, Berlo/16 abogó porque se percibiera a la comunicación como *un proceso*:

*“Si aceptamos el concepto de proceso, miramos los sucesos y las relaciones como dinámicos, en marcha, siempre cambiantes, continuos ... Como ingredientes dentro de un proceso recíproco; cada uno afecta a los otros ... La teoría de la comunicación refleja un punto de vista de proceso. Un teórico de la comunicación rechaza la posibilidad de que la naturaleza consiste en sucesos o ingredientes separables de todos los otros hechos. Argumenta que no se puede decir que una idea particular proviene de una fuente específica, que la comunicación se produce en un sólo sentido (en sentido unidireccional) y demás.”*

### **De la Cibernética: Retroalimentación para Control**

La cibernética añadió un factor más a la descripción del proceso: *la retroalimentación*. Se refiere a aquellos mecanismos de control que habilitan a los organismos para ajustarse automáticamente a las metas de comportamiento. Estos son esencialmente mecanismos de comunicación. En efecto, según Wiener/17, la cibernética *“Es el estudio de los mensajes y, en particular, el control efectivo de los mismos...”*.

Aunque se trataba de aplicar estos conceptos básicamente a los ámbitos de la ingeniería y la fisiología, varios teóricos de la comunicación humana los aceptaron como útiles también para describir el proceso de esta última. Porque si las fuentes fueran a lograr, por vía de sus mensajes, determinados efectos sobre los receptores, ellas tendrían que obtener de éstos pistas reactivas sobre la efectividad de sus intentos persuasivos y, por consiguiente, ajustar sus mensajes a aquellas metas. Un ejemplo de tal asimilación se encuentra en el modelo propuesto por Westley y MacLean/18.

## **El Esquema Perdurable: F-M-C-R-E**

Finalmente, el modelo de comunicación humana o social que se deriva de las concatenadas conceptualizaciones aquí reseñadas, llegó a incluir como fundamentales a los siguientes elementos: *Fuente – Codificador – Mensaje – Canal – Decodificador – Receptor – Efecto*. Y su propósito primordial – *la persuasión* – fue puesto de relieve: “*Cuando las gentes se controlan entre sí, lo hacen primordialmente a través de la comunicación*” (Smith/19).

Las definiciones básicas y los esquemas generales inventariados hasta aquí en este documento permearon la literatura científica relativa a la comunicación, reproduciendo sus elementos clave en varias definiciones más especializadas. Por ejemplo, Hovland/20 entendió a la *comunicación interpersonal* como una situación de interacción en la cual un individuo (el comunicador) transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos (receptores de la comunicación) en una situación de encuentro cara-a-cara. En forma semejante, la *comunicación de masas* ha sido percibida así: “*Todo acto de comunicación de masas puede ser descompuesto en cinco elementos: comunicadores que transmiten determinado mensaje a través de un canal a una audiencia buscando cierto tipo de efecto. De igual modo, la comunicación no verbal fue definida como la transferencia de un significado que conlleva ausencia de representaciones simbólicas sonoras*”. (Blake y Haroldsen/21,22).

En resumen, la definición tradicional de comunicación es aquella que la describe como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes a receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el propósito principal de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor; es decir, producir ciertos efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o, en una palabra, persuasión. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de los objetivos del comunicador.

## **CRÍTICAS TEMPRANAS A LAS CONCEPTUALIZACIONES TRADICIONALES**

Las definiciones son el producto de las reflexiones sobre la experiencia y, a su turno, al menos hasta cierto punto, orientan la práctica. Básicamente, la conceptualización tradicional de la comunicación y su paradigma clásico fueron el resultado de la experiencia en comunicación en los Estados Unidos de América y en Europa Occidental. El modelo, por tanto, se reflejó hacia atrás sobre la derivada práctica de la comunicación (producción, enseñanza, investigación, etc.) y no sólo en esos países sino en casi todo el resto del mundo. Su impacto resultó especialmente fuerte sobre las actividades de entrenamiento e investigación en comunicación, las cuales comenzaron

hace unos cuarenta años. Texto tras texto de estudio e informe de investigación tras informe, especialmente entre 1950 y 1970, llevaban la marca de dicho paradigma.

### **Ni Transmisión ni Acto**

Sin embargo, el patrón no permaneció libre de reto por mucho tiempo, aunque su influencia habría de mostrar fuerza y penetración tan extraordinarias que le permitieron sobrevivir hasta hoy. Desde diversos puntos de vista unos pocos precursores comenzaron objetando algunos aspectos del modelo tradicional. Toch y MacLean se encontraban entre ellos, pero un académico que articuló y propagó una crítica temprana mayor fue David K. Berlo, Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Estado de Michigan. Berlo<sup>23</sup> argumentó contra lo que él denominaba la teoría de comunicación del “balde” como sigue:

*“Este punto de vista supone que los significados se encuentran en las palabras o en otros símbolos y que la comunicación consiste en la transmisión de ideas de un individuo a otro por medio del uso de símbolos. Esto puede caracterizarse como el proceso de verter las ideas de la fuente a un balde –tal como una película, un libro, un programa de televisión o lo que sea– y, lanzando ese balde sobre el receptor, vaciar el contenido dentro de su cabeza...”*

*“La posición de la comunicación es la de que los significados no están contenidos dentro de los símbolos empleados sino que se encuentran en la gente que produce y recibe esos símbolos. No hay significados correctos para un símbolo. Sólo existen los significados que la gente tiene.*

*“Correspondientemente, a la comunicación no se la mira como la transmisión de ideas o de información a través del uso del vehículo mensaje-medio. Se la considera más bien como la selección y transmisión de símbolos que tienen la probabilidad de provocar en el receptor el significado deseado.”*

Aquí se objetaban dos suposiciones básicas de la conceptualización tradicional. Por una parte, la noción mecánica de transmisión de conocimiento de una mente a otra por medio de señales transportadas por canales estaba siendo reemplazada por otra que argüía que los símbolos eran solamente estímulos ejercidos por la fuente sobre el receptor con la expectativa de que harían que éste recuperara de su experiencia los significados involucrados y así, probablemente, obtener de él las respuestas de comportamiento deseadas. En cierta forma ello implicaba un papel no pasivo por parte del receptor. Y así, por otra parte, el replanteamiento conllevaba una relación de interacción en vez de una en la cual la acción estaba solamente desarrollada por la fuente/emisor del estímulo. Esto a su vez estaba enraizado en la percepción de la comunicación como un proceso que Berlo había propuesto. Más aún, percibiendo a la comunicación como interactiva y procesal, el concepto de retroalimentación tenía que ganar en importancia. Su bidireccionalidad era ahora exaltada conceptualmente. Más tarde, algunos de los más distinguidos líderes académicos de la profesión

vinieron a compartir este reconocimiento, como puede verse en la siguiente afirmación de Daniel Lerner/24:

*“Hemos estudiado la comunicación como una operación lineal en la cual un determinado remitente emplea un cierto canal para entregar un mensaje a un receptor (una audiencia), el cual se ve entonces afectado en cierta forma por ese mensaje ... Hoy, aún profesionales sobrios como nosotros reconocemos que la interacción de doble vía y la retroalimentación bidireccionales son conceptos esenciales en nuestro pensamiento sobre la comunicación y su futuro.*

Al referirse a los modelos tradicionales de comunicación, Wilbur Schramm/25 mismo admitió:

*“Todos ellos fueron contruidos sobre la idea de algo que se transmite de un remitente a un receptor. Voy a preguntar si esta sigue siendo la forma más fructífera de ver la comunicación”. Y al evaluar los modelos algo más orientados hacia la sociedad, añadió: “Su elemento esencial no es algo que pasa del remitente al receptor, como una pelota de béisbol del ‘pitcher’ al ‘catcher’ (quizá como un bateador entre ellos, que representa al ruido), sino más bien una relación.”*

La enmienda parcial del concepto de transmisión, así como su corolario de proceso de interacción, evidentemente no experimentaron resistencia en el ámbito conceptual. En realidad, muchos entendidos en la materia los compartieron sinceramente, como se ve en la definición que Gerbner/26 hace de la comunicación como interacción social a través del intercambio de mensajes que implican la coparticipación cultural. Los modelos desarrollados por Newcomb/27, Westley-MacLean/18, y Schramm/28 pusieron énfasis sobre la audiencia como componente activo del proceso; tan activo en efecto que ahora fue llamado “obstinado” (Bauer/29).

### **La Práctica Traiciona a la Teoría**

Al nivel operativo, empero, los conceptos establecidos tenían –y todavía tienen– insignificante aplicación a la práctica diaria. Mayoritariamente la capacitación en comunicación parece basarse todavía sobre la noción de transmisión. Y en la actividad de investigación muchos –por ejemplo, Brooks y Scheidel/30, Smith/31 y Arundale/32– observan que la mayoría de los estudios se llevan a cabo todavía tomando la comunicación como un fenómeno estático en tanto que la comunidad académica profesa verbalmente adhesión a la idea de proceso. Por otra parte, Bauer/29 demostró cómo estaba limitada la investigación en comunicación por el paradigma de la transmisión. Y Kumata/33 explicó que la adhesión a los viejos conceptos y métodos había producido la investigación unidimensional en comunicación, incapaz de hacer frente a las complejas y dinámicas realidades sociales.

Similarmente, aunque el discurso profesional sí reconoce ampliamente la naturaleza de “doble vía” de la comunicación, la práctica de ella se ajusta todavía en forma predominante al tradicional y unilineal paradigma E-M-C-R-E.

Katz y Lazarsfeld/34 demostraron que el “efecto hipodérmico” de los medios de comunicación de masas sobre el individuo aislado entre la “muchedumbre solitaria” se daba en realidad por mediación de grupos de referencia y de individuos “influyentes” en forma de “flujo de dos pasos”. Esto brindó la oportunidad para poner atención a consideraciones de interacción social. Sin embargo, “... *lo que ellos describieron como interacción entre el receptor y su red de comunicación social era todavía generalmente un modelo unilateral*”, según Harms y Richstad/35. En efecto, como Coleman/36 lo señaló, los investigadores en comunicación pusieron exagerado énfasis sobre el individuo como objeto de análisis, descuidando las *relaciones* entre las fuentes y los receptores. La fuerte influencia de la psicología social sobre la investigación en comunicación suministró más tarde otro conjunto de oportunidades para percibir a la comunicación como afectada por la estructura que la contiene. Y lo mismo hizo la investigación concomitante que se basa sobre el muy popular modelo de difusión de innovaciones. Sin embargo, sobre lo primero, Zires de Janka/37 señaló que “... *la estructura básica del esquema no sufrió alteración ni fue objetada*”. Y sobre lo último varios críticos observaron que, a pesar de la atención prestada a algunas variables socio-culturales, dicho modelo falló en captar la influencia determinante que las estructuras sociales arcaicas ejercen sobre la comunicación (Cuéllar y Gutiérrez/38). Admitiendo estos y otros inconvenientes, Rogers/39 abogó con firmeza por metodologías de investigación como el análisis de las redes que sondearan las *relaciones*.

La investigación no es la única área de actividad en que el modelo tradicional muestra resistencia obcecada. La práctica de la comunicación internacional constituye un ejemplo elocuente de cómo también al nivel de naciones la comunicación ocurre esencialmente en dirección unilineal de los países desarrollados a los subdesarrollados. Como se ha constatado ampliamente, las agencias de noticias transnacionales y las firmas publicitarias de Estados Unidos de América controlan la gran mayoría de los correspondientes negocios casi en todo el mundo. Y lo que por años se proclamó como el “libre flujo de información” ha sido hallado por la investigación como un flujo bastante unidireccional y no propiamente libre, especialmente en vista del uso que la propaganda hace de las noticias y de los avisos encaminados a manipular a la opinión pública (Mattelart/40, Somavía/41, Reyes Matta/42).

### **Información: No es Igual a Comunicación**

Otra línea de crítica se enfocó sobre la confusión entre información y comunicación resultante también de los esquemas tradicionales. Un analista argentino arguyó sobre la naturaleza de la comunicación como sigue:

*“La comunicación no es un acto sino un proceso por el cual una individualidad entra en cooperación mental con otra hasta que ambas llegan a constituir una conciencia común ... La información es, por el contrario, sólo una transcripción unilateral del empuje de un Emisor a un Receptor ... La irradiación de mensajes sin retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados, no puede identificarse con la co-actividad intersubjetiva que es la comunicación.” (Noseda/43).*

Igualmente, el académico peruano Rafael Roncagliolo/44 sostuvo que “... estamos presenciando una reducción de la comunicación humana –concepto que implica reciprocidad– en favor de la información y la diseminación; es decir, de todas las formas modernas de imposición de los transmisores sobre los receptores a las cuales erróneamente continuamos llamando comunicación de masas”.

Académicos europeos manifestaron su acuerdo:

*“Comunicarse se refiere a un proceso bilateral que tiene elementos tanto emocionales como cognoscitivos y que ocurre tanto en forma verbal así como no verbal. Informar, por otra parte, se refiere a un proceso unilateral de comunicación verbal predominante dirigido hacia el conocimiento.” (Rowak, Rosengren y Sigurd/45).*

Y un analista de los derechos de la comunicación, Jean d’Arcy/46, predice que *“llegará el día en que la Declaración Universal de los Derechos Humanos tendrá que abarcar un derecho más amplio que el derecho del hombre a la información, inicialmente planteado (en 1948) en el artículo 19. Este es el derecho que tiene cada hombre a comunicarse”.*

La crítica hasta aquí reseñada en este documento puede resumirse de la siguiente manera:

1. Las definiciones y los modelos tradicionales son unilineales y erróneamente proponen la noción mecánica de la comunicación como transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos. En realidad, no hay transmisión; sólo hay provocación de significados ya existentes en la gente que, al decodificar los símbolos, participa activamente.
2. Esos modelos se basan, además, en la noción errónea de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada; la comunicación es en realidad un proceso en el cual todos los elementos actúan dinámicamente. Por tanto, es eminentemente un caso de relaciones sociales, un fenómeno de intercambio múltiple de experiencias y no un ejercicio unilateral de influencia individual.
3. Los modelos, finalmente, inducen a confusión entre la información que puede transferirse por un acto unilateral y la comunicación que es diferente y más amplia que la información ya que su naturaleza bilateral implica necesariamente interacción que busca comunalidad de significados o conciencia.

## **Críticas Recientes: Diversas Preocupaciones**

La mayoría de las críticas a las definiciones y modelos tradicionales de la comunicación afloraron dentro de la propia sociedad que las había generado: los Estados Unidos de América. Por tanto, comprensiblemente, esas críticas incluyeron aspectos de interés para esa sociedad y excluyeron otros que no eran de su incumbencia. Una en esta última categoría ha sido, muy evidentemente, la persuasión. Con raras excepciones, objeciones a la persuasión como meta central de la comunicación no surgieron en los Estados Unidos de América<sup>3</sup>. La manipulación del comportamiento de la gente por medio de la comunicación pareció natural y legítima en ese país. Ya en 1957 Merton/48 había preguntado: *“¿Cómo podemos analizar la propaganda, el cine, la radio y los impresos de tal manera que podamos determinar qué es lo que probablemente produzca determinados efectos?”* Por muchos años mucha gente se concentró en la búsqueda de respuestas:

*“La pregunta clave que ha dominado la investigación y el desarrollo de la teoría contemporánea en el estudio de los medios masivos de comunicación puede resumirse en términos simples, como por ejemplo: ‘¿Cuál ha sido su efecto?’ ... La persuasión es un solo efecto posible entre muchos, pero se ha enfocado gran atención sobre él. Se ha supuesto que un mensaje efectivamente persuasivo es aquel que tiene propiedades capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo de tal manera que responda manifiestamente (hacia el objeto de persuasión) de la manera deseada o sugerida por el comunicador”.* (De Fleur/49).

Por otra parte, cuando se prestó atención a variables socioculturales que afectaban al comportamiento de comunicación esto parecía estar esencialmente motivado por persuasores que habían aprendido que el individuo no podía ser muy eficazmente influenciado si se le tomaba como desgajado del contexto social. Básicamente, el reto se convirtió entonces en cómo hacer el mejor uso del medio ambiente de la sociedad para ayudar a obtener del público respuestas que se ajustaran a los objetivos de los comunicadores o cómo asegurarse de que el individuo cumpliera con las normas y los valores propios de su estructura social.

Consideraciones éticas sobre la naturaleza y consecuencias de los fines y manipulaciones del comunicador y, relacionado con ello, preguntas sobre si tiene o no derecho ilimitado a ejercer persuasión aparecieron rara vez en el escenario de los Estados Unidos de América. Ellas habrían de surgir de otra parte.

Evidentemente, el paradigma clásico había llevado a los investigadores a concentrar sus estudios sobre cuán persuasible era el receptor como individuo y como miembro de agrupaciones sociales de modo de ser capaces de ayudar a controlar su conducta. *“Si de vez en cuando se ha prestado atención a algún otro aspecto de los medios de comunicación, por ejemplo, a la naturaleza del comunicador, a la estructura del contenido de los medios o a la naturaleza de los públicos, la finalidad primordial era*

ver cómo las variaciones en estos factores habían influido sobre los tipos de respuesta que resultaron de la exposición a los medios de comunicación.” (DeFleur/50). No es sorprendente, pues, que la investigación sobre la fuente haya sido especialmente soslayada. (Assman/51, Halloran/52).

### **La Persuasión: Un Instrumento del Status Quo**

El paradigma clásico también llevó a los investigadores a poner su enfoque sobre las funciones de la comunicación de masas en la sociedad, el cual había sido expandido por Lazarsfeld y Merton/53, Wright/54 y otros más allá de las proposiciones básicas de Lasswell.

En tanto que la *orientación de efectos* buscaba descubrir qué es lo que los medios de comunicación hacen a la gente, la *orientación de funciones* se dirigía a descubrir qué es lo que esos medios de comunicación hacen por la gente.

Fue en Latinoamérica donde probablemente primero se hicieron objeciones a las dos orientaciones. Armand Mattelart/55 argumentaba en 1970 de la siguiente manera:

*“El estudio de los efectos indica la naturaleza terapéutica y operativa de esta sociología cuyo propósito es mejorar las relaciones entre una determinada audiencia y una firma comercial que emite mensajes ... El análisis de las funciones indica la preocupación de esta sociología con las motivaciones del receptor ... Ahora, si buscamos el punto común entre estas observaciones, veremos que ninguna de las dos está concebida sin que el investigador endosse implícitamente al sistema social existente”.*

El analista explicó su evaluación del funcionalismo como una orientación *en pro del status quo* al enfatizar “... el hecho de que el indicador de una ruptura con el sistema (una disfunción) no sea considerado nunca en su aspecto prospectivo o transformador ... tal disfunción jamás es explícitamente vista como fundamento para otro sistema.” (Mattelart/56).

### **Facilitación del Mercantilismo y la Propaganda**

La presencia de un *sesgo conservador* en las operaciones persuasivas puede no constituir una preocupación sustancial en sociedades como la de los Estados Unidos de América. Pero es motivo de seria preocupación para sociedades como las de América Latina, especialmente en términos de comunicación internacional. Así, naturalmente, varios latinoamericanos compartieron las críticas tempranas al paradigma tradicional tales como aquella sobre el “mecanicismo”. Sin embargo, ellos adujeron, por ejemplo, que el reconocimiento del hecho de que la comunicación es un proceso no alcanza a despojar al esquema de su afiliación autoritaria (Gerace/57). También, comprensiblemente, mostraron mucha mayor preocupación sobre ciertos propósitos de la comunicación persuasiva que la manifestada en los Estados Unidos de

América. Debido a una larga experiencia, los latinoamericanos cuestionaron a esos fines como herramientas al servicio del *mercantilismo*, de la *propaganda* y de la *alienación*. Los vieron como componentes tanto de la dominación externa por los Estados Unidos de América como de la que se ejerce internamente en todos los países de la región por las élites del poder sobre las masas.

Los analistas latinoamericanos recordaron que los padres fundadores de la ciencia de la comunicación habían considerado a la propaganda una necesidad, como Lasswell, quien la veía como “el nuevo martillo y yunque de la solidaridad social”/58. Estaban conscientes dichos analistas de que la Segunda Guerra Mundial fue el origen de la teoría, de la investigación y de la práctica moderna de la comunicación de masas. (Beltrán/59). Y tuvieron razones para sentir que el paradigma tradicional era bien apropiado para los fines que perseguían los Estados Unidos de América y Europa Occidental en la postguerra en cuanto a la expansión de ultramar económica, política y cultural de tipo imperial que mantiene a países como los de la América Latina en una situación de subdesarrollo que se asemeja a la de la época colonial. (Cockroft, Frank y Johnson/60).

Tales preocupaciones tenían como fundamento la evidencia del control cuasimonopólico de las noticias internacionales, los anuncios y el material de cine y televisión por parte de los Estados Unidos de América, así como de las correspondientes inversiones y políticas de ese país en el exterior (Beltrán y Fox de Cardona/61). Los analistas también se manifestaron alarmados cuando investigaciones en el Congreso de los Estados Unidos de América revelaron que, más allá de las actividades de propaganda franca de la USIA, las actividades encubiertas del gobierno de los Estados Unidos de América en comunicación dentro y sobre la América Latina se habían realizado no sólo para desacreditar sino también para ayudar a derrocar algunos gobiernos latinoamericanos con orientación de cambio y legítimamente constituidos (Carvalho/62). Y señalaron que todas esas operaciones eran ejemplos de la práctica de la comunicación afín a la antidemocrática transmisión unilineal y a la mentalidad de persuasión.

Por otra parte, los latinoamericanos no encomian a la retroalimentación como se la entiende en el paradigma clásico. Consideran que expresa un privilegio de fuentes que llevan a sus receptores a responder a las iniciativas de quienes controlan los medios de comunicación (Gerace/57). También destacan el que la retroalimentación se usa exclusivamente para asegurarse de que el mensaje se ajusta al receptor de tal manera que éste lo entienda y cumpla con los requerimientos del comunicador (Johannesen/63, Beltrán/64).

### **Alienación: La Imposición de una Ideología**

Los latinoamericanos somos harto enfáticos acerca de las influencias alienantes de la comunicación de masas. La investigación ha documentado ampliamente la influencia abrumadora de la orientación, el contenido y la financiación de los Estados Uni-

dos de América sobre los medios de comunicación de masas de la región. Varios estudios han revelado la inculcación de una serie de valores y normas foráneas constitutivas de la promoción de todo “un modo de vida”: la ideología capitalista. Esto ocurre a través de virtualmente todos los medios de comunicación, pero se muestra más pronunciadamente en la televisión, en revistas especializadas (incluyendo las de historietas), en la propaganda transnacional en general y en las noticias extranjeras (Beltrán/65).

Al estar preocupados por las consecuencias de tal contenido de los medios de comunicación, los latinoamericanos objetan también ciertas conceptualizaciones no tradicionales de la comunicación, tales como las de Marshall McLuhan/66. Por ejemplo, Antonio Pasquali/67, filósofo venezolano e investigador de la comunicación, rechaza por conservador el planteamiento de que “el medio es el mensaje”. Esta objeción no significa negar que la ubicua presencia de los medios de comunicación de masas deba por sí misma ejercer alguna influencia sobre la gente. Se dirige si a prevenir que tal afirmación conformista arroje un velo sobre la realidad del impacto de los mensajes nocivos de que son portadores los medios de comunicación masiva. Estos puntos de vista los comparten otros latinoamericanos como Díaz Bordenave/68: *“A pesar de lo que sea que Marshall McLuhan pueda argumentar, el contenido de los medios de comunicación social es significativo para el desarrollo de las personas y por consiguiente para el desarrollo nacional”*. Los latinoamericanos no están muy seguros de que el mundo se haya convertido en una “aldea global” porque, para comenzar, millones de ellos no tienen acceso alguno a ningún medio de comunicación de masas. Y, si la magia de la electrónica está en realidad acercando a la humanidad entera, temen que la “aldea” estará más que nunca antes en la historia manejada por la minoría poderosa. Por otra parte, no sólo los latinoamericanos sospechan que McLuhan, con toda su imponente originalidad, no está en realidad muy lejos de la mentalidad clásica conservadora en que —como lo anota Finkelstein/69— puede considerársele el más importante vocero del poder corporativo establecido.

### **Comunicación Vertical**

*“No podemos concebir el ejercicio del poder del individuo A sobre el individuo B sin alguna comunicación de A hacia B”*. (Fagen/70). La América Latina es un ejemplo muy claro de la propiedad de tal afirmación. Una exigua minoría de su población ejerce poder sobre la vasta mayoría para asegurarse la dominación total. Para hacerlo así, las elites oligárquicas recurren a la comunicación de masas como instrumento para mantener inalterable la situación. Este uso de la comunicación se hace a menudo en forma tan antidemocrática que llega a ser “comunicación vertical” como la llamaron Pasquali, Freire y Gerace. Y esto que sucede entre las clases sociales dentro de cada uno de los países de la América Latina también ocurre entre todos ellos —una sociedad dependiente— y los Estados Unidos de América, su dominador externo. En ambos casos los poderosos subordinan a los impotentes con la ayuda de la comunicación.

La situación se encuadra nítidamente en la linealidad del paradigma clásico que, como lo sugiere la siguiente observación, no favorece al comportamiento democrático de la comunicación:

*“Lo que ocurre a menudo bajo el nombre de comunicación es poco más que un monólogo dominante en beneficio del iniciador del proceso. La retroalimentación no se emplea para proporcionar la oportunidad de diálogo genuino. El receptor de los mensajes es pasivo y está sometido puesto que casi nunca se le brinda la oportunidad proporcional para actuar al mismo tiempo como verdadero y libre emisor; su papel esencial es el de escuchar y obedecer. Tan vertical, asimétrica y cuasi-autoritaria relación social constituye, a mi modo de ver, una forma antidemocrática de comunicación ... debemos ... ser capaces de construir un nuevo concepto de la comunicación, un modelo humanizado, no elitista, democrático y no mercantilizado”. (Beltrán/71).*

Muchos en Latinoamérica están de acuerdo con esa clase de afirmaciones. Gera-  
ce/72 considera que es urgente concebir otras teorías de la comunicación que estén más de acuerdo con esta región y con el Tercer Mundo en general. Y un académico paraguayo se expresa así:

*“Debemos superar nuestra compulsión mental de percibir nuestra propia realidad a través de conceptos e ideologías foráneos y aprender a ver la comunicación y la adopción desde una nueva perspectiva”. (Díaz Bordenave/73).*

## **LA PERSPECTIVA DE FREIRE: UN HITO**

Una puerta ancha de entrada a una fértil avenida de nuevas perspectivas fue abierta en la parte inicial de los años del 60 por un maestro y filósofo de la educación, el brasileño Paulo Freire. Su visión de la educación como un instrumento para la liberación de las masas de la opresión por las élites le ganó el exilio de su país a mediados de la década. Desde entonces, escribiendo al principio desde Chile y después desde Ginebra, él ha visto sus ideas difundirse internacionalmente y ser puestas en experimentación inclusive en África. Aunque concentró su pensamiento en nuevos principios y métodos de educación a nivel de grupo y de manera especial en contextos rurales, sus proposiciones han tenido, especialmente en Latinoamérica, un impacto significativo sobre la teoría de la comunicación en general, incluyendo aquella que corresponde a los formatos de los medios de comunicación de masas.

### **Educación para la Oposición**

Freire/74 lanzó una gran crítica a la educación tradicional como instrumento de la dominación cultural de las mayorías por las élites conservadoras. Así como Berlo apellidó al esquema tradicional en comunicación la “teoría del balde”, Freire llamó “educación bancaria” a la pedagogía clásica.

Los “banqueros” (maestros) son aquellos que representan a los “ricos” en conocimientos (los miembros de las élites del poder que monopolizan la información junto con todo lo demás de algún valor en la sociedad) y son quienes hacen los “depósitos” en las mentes de los “pobres” (ignorantes), los estudiantes, quienes han de recibir pasivamente la “riqueza” así transferida a ellos. Los “depósitos” contienen el conjunto de normas, mitos y valores de los opresores de la humanidad. Si los oprimidos los aprenden bien, pueden esperar ascender dentro de la estructura socioeconómica, política y cultural que los opresores presiden. Es decir, pueden “cobrar” algún día los “depósitos” de bienes materiales que los “banqueros” están dispuestos a concederles en forma paternalista como recompensa por adaptarse a su ideología y no trastornar el orden establecido. Al obrar así los oprimidos tienden en su mayoría a convertirse en opresores puesto que, aunque algunos pueden querer actuar de diferente manera, “le temen a la libertad”. De esta manera las propias masas explotadas son utilizadas para ayudar a asegurar la perpetuidad del sistema. Y como Gerace/75 señaló: *“Tal vez la peor opresión es aquella que hace presa del alma del hombre, convirtiéndolo en la sombra de su opresor.”*

Por tanto, Freire/76 advierte que: *“Ninguna pedagogía que sea verdaderamente liberadora puede permanecer distante de los oprimidos tratándolos como a desafortunados y ofreciéndoles modelos provenientes de los opresores. Los oprimidos deben ser sus propios ejemplos en la lucha por la redención.”*

### **¿Cómo se Propaga la “Verdad”?**

Tras la “educación bancaria” yace –alega Pinto/77– una teoría del conocimiento que define la relación que prevalece entre un sujeto que sabe y una realidad-objeto que se conoce. Se entiende a tal realidad como algo estático y terminado. Y ambos, el sujeto que sabe y el objeto conocido, se consideran entidades metafísicas, así como unidades fijas y distintas. Esta es la razón para que la relación sujeto-objeto se haga muy difícil. No es fácil para el sujeto comprender al objeto. Cuando finalmente logra comprenderlo lo que nace es una relación de propiedad entre el uno y el otro. Aquí entra, añade Pinto, la noción de la “verdad” como la posesión del sujeto. Busca él, entonces, imponer su visión de la realidad como definitiva y sin alternativa en las mentes de los otros, los que la reciben también como definitiva y, por tanto, no sujeta a duda, crítica o reto. Pinto/78 concluye:

*“Se genera entonces entre el educador y el aprendiz una relación social totalmente vertical: el educador-sujeto, poseedor de la verdad absoluta, la deposita (la impone) en la inteligencia del aprendiz, quien la recibe pasivamente (la memoriza) ... Esta verticalidad implica la dominación intelectual del educador sobre el aprendiz, la cual es sostenida por un sistema de sanciones disciplinarias de manera tal que la verdad sea siempre aceptada sin contrastación.”*

## **Domesticación en Vez de Liberación**

Freire siente que una relación tan autoritaria es manipuladora de las personas, las que son tratadas como cosas o animales. Sin tomar en cuenta lo mucho que ello pueda disfrazarse con recursos docentes aparentemente no despiadados, ese trato constituye una ofensa a la dignidad humana y a la libertad. Tal “domesticación” es sólo posible porque el maestro, en vez de ayudar al estudiante a desmitificar la realidad, contribuye a su mayor mistificación. Así al estudiante no se le permite descubrir que la cultura es superior a la naturaleza, que el hombre es un ser histórico capaz de transformar constantemente su realidad física y social y que los oprimidos, en vez de aceptar esa realidad en forma fatalista, son capaces de liberarse de ella y de construir una diferente. Para mantener a la sociedad como está, para evitar que sea evaluada en forma crítica, el maestro no entra jamás en comunicación real con los estudiantes; simplemente les impone sus “comunicados”, impidiendo que ellos desarrollen una conciencia autónoma de la realidad. Porque la comunicación genuina —entendida como diálogo dirigido a compartir activamente las experiencias y a reconstruir la realidad conjuntamente— privaría a ese maestro de su poderosa ventaja: la manipulación. Freire/79 hace con énfasis esta afirmación:

*“Es por esto que, para nosotros, la educación como práctica de la libertad no es la transferencia o transmisión de la sabiduría o de la cultura, no es la extensión del conocimiento técnico, no es el acto de depositar informes o hechos en los aprendices, no es la perpetuación de los valores de una determinada cultura, no es el esfuerzo de adaptación del aprendiz a su medio ambiente.”*

Además de la *sumisión* y de la *pasividad*, la *falta de creatividad* es vista como una consecuencia del tipo “bancario” de educación. Impedida de razonar críticamente, la persona se inhibe de desarrollar su imaginación: su conciencia sobre la naturaleza y la existencia social permanece ingenua y a menudo mágica, como los que mandan prefieren que sea. Esto puede también propiciar el individualismo egoísta y la competencia entre los oprimidos más que la solidaridad y la cooperación. La sociedad permanece como narcotizada para servir los fines de las minorías que controlan la educación y la comunicación.

## **Los Medios: Agentes de Subyugación**

Freire consideró a los medios de comunicación de masas como los propagadores de los mitos, normas y valores de las minorías oligárquicas y, como tales, instrumentos de la comunicación vertical y alienante encargados de ayudar al logro de la subyugación de los oprimidos. Y al referirse al formato de la educación interpersonal del adulto, conocida como “extensión agrícola”, establecida en Latinoamérica con la ayuda de los Estados Unidos, el académico la atacó como opuesta a la verdadera comunicación, puesto que educar no es extender algo desde la sede de la sabiduría hasta la sede de la ignorancia.

El letrado brasileño afirmó:

*“Para nosotros la educación como práctica de la libertad es, por encima de todo y ante todo, una situación verdaderamente gnóstica, aquella en la cual el acto de conocer no termina en el objeto a ser conocido puesto que entra en comunicación con otros sujetos que también son conocibles”.* (Freire/79).

## **Hacia la Comunicación Democrática**

Con muy pocas excepciones, los críticos iniciales de las conceptualizaciones de la comunicación no alcanzaron la profundidad suficiente para llegar a las raíces de lo que criticaron: la economía y la política, el juego del poder. Una de esas excepciones la constituyó el finado C. Wright Mills/80, quien denunció a los medios de comunicación como promotores entre las masas del “analfabetismo psicológico” dirigido a favorecer a la hegemonía de las élites del poder.

Recientemente, Rogers/81 sostuvo que: *“... los modelos lineales implican una visión autocrática, unilateral de las relaciones humanas”* y calificó al modelo clásico como un “paradigma en ~~extensión~~ <sup>extinción</sup>. Y el propio profesor Lasswell/82 al predecir en 1972 el futuro del mundo de la comunicación en relación con el desarrollo de las naciones, llegó a anticipar dos paradigmas contrastantes. Rotuló a uno como el “*modelo oligárquico*” que sirve a los propósitos de los centros de poder transnacionales: *“Al empeñarse en la consolidación de un orden público mundial oligárquico, los instrumentos de la comunicación son empleados para adoctrinar y distraer”*. Lasswell/82 llamó a la alternativa “*modelo participatorio*”, bajo el cual ve él ve que *“los medios de comunicación de masas proporcionan oportunidades de atención que generan y re-editan planos comunes del pasado, presente y futuro del hombre y fortalecen un sentido universal y diferenciado de identidad e interés común.”* Para Harms y Richstad/83 el modelo oligárquico es considerado *“como paralelo al modelo lineal, unidireccional de comunicación por transmisión que se ha empleado en el estudio de la comunicación de masas y de otros sistemas controlados por las fuentes.”*

En gran parte, sin embargo, fueron las perspectivas latinoamericanas las que descubrieron las raíces del paradigma clásico de transmisión/persuasión pro *status quo*: *la naturaleza antidemocrática de las relaciones sociales dentro de las naciones y entre ellas*. En efecto, virtualmente todas las críticas latinoamericanas están bien condensadas en la expresión “*comunicación vertical*”, es decir, de arriba hacia abajo, dominante, impositiva, monológica y manipuladora; en resumen, *no democrática*.

Así percibida, la comunicación no es una cuestión técnica que deba ser tratada en forma aséptica, aislada de la estructura económica, política y cultural de la sociedad. Es un asunto político mayormente determinado por esa estructura y, a su turno, contribuyente a la perpetuación de ella. Por tanto, la búsqueda de una salida de tal situación se dirige al cambio de la comunicación vertical/antidemocrática hacia la comunicación horizontal/democrática. La búsqueda comenzó más que todo en la década

presente en varios lugares mediante esfuerzos que variaban en su alcance y enfoque, pero coincidían en un propósito: democratizar la comunicación tanto en el concepto como en la práctica.

### **Avances Teóricos y Prácticos**

En diversos lugares del mundo, pero especialmente en los países menos desarrollados y notoriamente en aquellos de la América Latina, se está experimentando con tecnologías de comunicación horizontal. Ellas son procedimientos de comunicación cara a cara, tales como la "concientización" de Freire, combinaciones especiales de medios de comunicación de masas con técnicas de grupo o formatos de comunicación de grupo contruidos con base en modernos instrumentos audiovisuales<sup>4</sup>.

En Perú, por ejemplo, se están utilizando unidades móviles de video para educación rural no formal con procedimientos que proporcionan a los campesinos la oportunidad de ser no sólo receptores sino también emisores de mensajes. (Calvelo Ríos/84, 85). En ese mismo país un gran esfuerzo con medios simples, como periódicos de la comunidad y sistemas de altoparlantes está convirtiendo a gente de tugurios en comunicadores activos y autónomos (Mata, Montesinos Mertz y Solezzi/86). Y en Uruguay el audio-cassette con dispositivos para grabación hace que los granjeros cooperativos participen en un tele-foro a nivel nacional cuyos contenidos determinan ellos. (Kaplún/87). UNESCO patrocina estudios, bibliografías y publicaciones en este campo de tecnologías de la comunicación por "minimedios" o "intermedios".

Recientemente han tenido lugar en Yugoslavia y en Ecuador algunas reuniones internacionales directa y exclusivamente orientadas a la "comunicación participatoria". (Gerace/88 y Fraser/89).

Varios autores han contribuido al replanteamiento del concepto de comunicación. Pocos, sin embargo, se concentraron en esta tarea lo suficientemente como para llegar al diseño sistemático de modelos de comunicación democrática. Ya en 1967 Moles/90 había ofrecido la noción del "ciclo cultural" que involucraba a "creador", "micromedios", "medios masivos" y "macromedios". En 1970 Schaeffer/91 propuso "el triángulo de la comunicación" con el "mediador" como centro. Al mismo tiempo Williams/92 urgió a los investigadores para que estudiaran la comunicación como un fenómeno de relaciones por "transacción".

Al comienzo de la presente década, Johannensen/93 produjo un valioso resumen analítico de las conceptualizaciones de "la comunicación como diálogo". Al analizar críticamente la comunicación en su relación con la "cultura de masas", Pascual/94 aportó algunas bases para el pensamiento de la comunicación horizontal. Díaz Bordenave/95 evaluó perceptivamente la evolución inicial del concepto de comunicación hacia un modelo democrático, que había recibido gran estímulo del pensamiento de Freire.

Luego Cloutier/96 planteó el esquema "EMIREC" que trató de conjugar al emisor y al receptor. Y, trabajando sobre el planteamiento de Freire de "educación para la libe-

ración” así como capitalizando experiencias pioneras de Bolivia y Perú, Gerace/97 exploró todavía más la naturaleza de la “comunicación horizontal” y Gutiérrez/98 escribió sobre la noción del “lenguaje total”. Casi invariablemente con estos y otros trabajos similares, se destacó al diálogo como agente crucial de la comunicación democrática, aunque tal vez no se trató en detalle su naturaleza.

Una proposición más reciente y metódica es la de Fernando Reyes Matta/99, quien desarrolló en considerable detalle un macro-operativo “modelo de comunicación con participación social activa”. Más que explícitamente intentar redefinir la comunicación, este analista latinoamericano propuso un amplio y pragmático diseño de organización institucional para hacer factible la comunicación horizontal. Aunque los conceptos como “derecho de comunicación”, “acceso” y “participación” no parecían haber sido suficientemente definidos, Reyes Matta buscó utilizarlos de maneras interrelacionadas. Otras recientes contribuciones a la conceptualización de la comunicación horizontal son las de Azcueta/100, Díaz Bordenave/101, Jouet/102, 103 and Pinto/104. El CIESPAL/105 publicó un informe preliminar de su reunión de 1978 en Quito sobre comunicación participatoria.

Finalmente, dos investigadores norteamericanos –L. S. Harms/106, 107 y Harms and Richstad/108– pioneramente llevaron a cabo esfuerzos sistemáticos para interrelacionar las nociones de “derechos de comunicación”, “recursos” y “necesidades”. Llegaron a un “modelo de intercambio de la comunicación humana” que, a pesar de limitaciones como su naturaleza puramente diádica, ofrece introspecciones democratizantes y muestra considerable poder heurístico. Este modelo no trató de integrar derechos-necesidades-recursos de comunicación con acceso-diálogo-participación en comunicación. Y ni el modelo de Reyes Matta ni el de Harms y Richstad se ocupan específicamente de las finalidades de la comunicación, como la persuasión.

## **LA NATURALEZA DE LA COMUNICACIÓN HORIZONTAL**

A la luz de las críticas examinadas, de las proposiciones innovadoras que acabamos de resumir y de otras consideraciones concomitantes, el autor del presente ensayo propone ahora para debate la definición que sigue:

La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

Todos tienen el derecho a comunicarse con el fin de satisfacer sus necesidades de comunicación por medio del goce de los recursos de la comunicación.

Los seres humanos se comunican con múltiples propósitos. El principal no es el ejercicio de influencia sobre el comportamiento de los demás.

## Hacia un Modelo de Comunicación Horizontal<sup>5</sup>



- *Acceso* es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes.
- *Diálogo* es el ejercicio efectivo del derecho a recibir y al mismo tiempo emitir mensajes.
- *Participación* es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.
- *Comunicadores* son todos los seres humanos aptos tanto para recibir mensajes como para emitirlos<sup>6</sup>.
- *Derecho a la comunicación* es el derecho natural de todo ser humano a emitir y recibir mensajes intermitentemente o al mismo tiempo.
- *Necesidad de comunicación* es tanto una demanda natural individual como un requerimiento de la existencia social para usar los recursos de comunicación a fin de entrar a compartir las experiencias por interacción mediada por símbolos.
- *Recurso de comunicación* es cualquier elemento energía/materia –cognoscitivo, afectivo o físico– utilizable para hacer posible el intercambio de símbolos entre los seres humanos.
- *Libertad* es un concepto relativo. La libertad absoluta no es deseable ni viable. La libertad de cada individuo está limitada por la de otros y esa restricción es el producto del acuerdo de responsabilidad social al servicio del bien común. La libertad de cada sociedad está condicionada a la libertad de las demás sociedades.
- *El igualitarismo* es un concepto relativo. La absoluta igualdad no es posible. No puede lograrse la simetría total en la distribución de las oportunidades para emitir y recibir mensajes. Las oportunidades similares son posibles en la medida en que resulte factible expandir las oportunidades de recepción y en la medida en que el reducir significativamente la concentración de las oportunidades de emisión pueda no resultar imposible. Por tanto, se busca un equilibrio justo de las proporciones; no la equivalencia matemática.

- La *influencia* sobre el comportamiento es una *finalidad* lícita sujeta a la condición de que no sea unilateral, autoritaria o manipulatoria. Es decir, la *persuasión* que al menos potencialmente es mutua y que en efecto respeta la dignidad humana no tiene por qué descartarse como un propósito de la comunicación. Aún en ese caso, sin embargo, la persuasión no es sino una entre las diversas metas de la comunicación y *no debe considerarse como la más importante*.

### Unas Pocas Consideraciones Operativas

1. El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso-diálogo-participación está basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos.
2. El acceso es la precondition para la comunicación horizontal por cuanto sin oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes no puede, para comenzar, haber interacción social democrática.
3. El diálogo es el eje de la comunicación horizontal porque, si ha de tener lugar la genuina interacción democrática, toda persona debe contar con oportunidades similares para emitir y recibir mensajes de manera que se evite la monopolización de la palabra mediante el monólogo.

La convicción de que el diálogo –la conversación– está en el corazón de la verdadera comunicación humana la sostienen no sólo los educadores como Freire. Un filósofo como Buber/109 aboga con firmeza por ella. Y también lo hacen psiquiatras y psicólogos como Carl Rogers/110 y Eric Fromm/111. El diálogo hace posible un ambiente cultural favorable a la libertad y a la creatividad del tipo que el biólogo Jean Piaget/112 considera más conducente al desarrollo total de la inteligencia.

Dado que, bajo tal perspectiva, estos papeles opuestos se incluyen en un constante y equilibrado desempeño dual, *todos* los participantes en el proceso de la comunicación deben identificarse como “comunicadores”, como correctamente lo propusieron Harms y Richstad. Así la diferenciación entre las dos opciones separadas –“fuente” y “receptor”– ya no resulta apropiada.

4. La participación es la culminación de la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de emitir los mensajes el proceso permanecería gobernado por la minoría.
5. Desde la perspectiva de la viabilidad práctica, acceso-diálogo-participación constituyen una secuencia probabilística. Esto quiere decir que, en términos de grado de dificultad de logro, el acceso está en bajo nivel, el diálogo en uno intermedio y la participación en alto nivel. Se considera más fácil lograr que más gente reciba los mensajes que el construir circunstancias que tornen posible el diálogo y el hacer esto último se considera más factible que el convertir efectivamente a cada persona en un emisor importante.

6. El acceso es esencialmente un asunto cuantitativo. El diálogo es eminentemente un asunto cualitativo y la participación es un asunto cualitativo/cuantitativo.
7. El acceso, el diálogo y la participación son los componentes clave del proceso sistemático de comunicación horizontal. Tienen relación de interdependencia. Es decir: (a) a mayor acceso, mayor probabilidad de diálogo y participación; (b) a mejor diálogo, mayor y mejor la utilidad del acceso y mayor el impacto de la participación; y (c) a mayor y mejor participación, mayor probabilidad de ocurrencia del diálogo y del acceso. En conjunto, a mayor acceso, diálogo y participación mayor satisfacción de las necesidades de comunicación y efectividad de los derechos a la comunicación y más y mejor serán utilizados los recursos de comunicación.
8. La autogestión –ilustrada por la sobresaliente experiencia yugoeslava con empresas de comunicación que no son ni privadas ni gubernamentales sino comunitarias– es considerada la más avanzada e integral forma de participación puesto que permite a la ciudadanía decidir sobre políticas, planes y acciones. (UNESCO/113).
9. La retroalimentación es un elemento clave del diálogo cuando opera en forma multidireccional equilibrada por la cual todas y cada una de las personas envueltas en una situación de comunicación la dan y la reciben en condiciones similares. La retroalimentación es contraria al diálogo cuando es unidireccional ya que así está al servicio de la dependencia, no de la interdependencia equilibrada.
10. La práctica de la comunicación horizontal es más viable en el caso de formatos interpersonales (individuales y de grupo) que en el caso de los formatos impersonales (de masas). Una obvia explicación técnica para ello es la dificultad intrínseca de lograr la retroalimentación en la comunicación de masas. Pero la principal explicación es política: es el hecho de que los medios de comunicación de masas son, en su mayoría, atrincherados instrumentos de las fuerzas conservadoras y mercantilistas que controlan los medios de producción nacional e internacionalmente.

### **Una Palabra de Cautela y una Palabra de Esperanza**

La medida es indispensable. La comunicación horizontal es, en lo conceptual, exactamente lo opuesto a la comunicación vertical. Pero, en forma realista, la primera no debería considerarse necesariamente sustitutoria de la última. Bajo determinadas circunstancias puede serlo. Bajo diferentes circunstancias puede constituir una alternativa coexistente. Como Buber/114 lo señaló, el diálogo no siempre es posible. Y puede añadirse que, a menudo, el monólogo no es evitable y a veces inclusive se torna necesario, dependiendo de diversos propósitos y circunstancias. Ellos pueden ser vistos, sugiere Johannesen/115, como los extremos de una cosa continua. Idealmente todas las comunicaciones debieran ser horizontales. En la práctica esto no

siempre es posible ni tal vez siquiera deseable. Por tanto, si la comunicación vertical tiene que permanecer en escena hasta cierto punto, lo que de ninguna manera debe suceder es que sea manipuladora, engañosa, explotadora y coercitiva.

Al cerrar la presentación de este conjunto preliminar de proposiciones esquemáticas sobre comunicación horizontal (¿podría llamarse brevemente el modelo "horicom"?), esperemos –parafraseando a Lasswell treinta años después– que ésta también pueda probarse “una forma conveniente de describir la comunicación”.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Traducción al español realizada y distribuida en 1991, con autorización del autor, por el Lic. José Luis Aguirre Alvis, catédrico de Comunicación para el Desarrollo en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana-La Paz. Tiene como fuente a la revista *Comunicación y Sociedad* N° 6, septiembre, 1981, Ed. Cortéz, Sao Paulo, págs. 5 a la 35. El artículo original en inglés corresponde al año 1979, cuando fue requerido del autor por la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, UNESCO. Y fue publicado en ese idioma también en el volumen 5, número 1 (1980) de la revista *Communication de Gordon and Breach*, New York, London and Paris, teniendo como editor a Karl Erik Rosengren.
- <sup>2</sup> Especialista boliviano en comunicación para el desarrollo y periodista. Doctorado por la Universidad del Estado de Michigan, EE.UU. Escribió este ensayo en 1979 cuando era Vicepresidente de la Asociación Internacional para Investigación en Comunicación de Masas (IAMCR) y síndico del Instituto Internacional de la Comunicación.
- <sup>3</sup> Una de estas excepciones la constituyó Berlo/47: *“Necesitamos concentrarnos en ... formas en que la gente use los mensajes, no como lo hemos hecho en el pasado, en ... formas en que los mensajes pueden usar a la gente.”*
- <sup>4</sup> N. del T.: El más antiguo ejercicio de esta forma de comunicación fue el del surgimiento en Bolivia en 1947 de las radios mineras, autofinanciadas y autogestionarias, propias de sindicatos de trabajadores que así tomaron la palabra en nombre del pueblo veinte años antes de la aparición de proposiciones teóricas en tal sentido.
- <sup>5</sup> N. del T.: Se repone este subtítulo que fuera accidentalmente omitido en el texto original.
- <sup>6</sup> N. del T.: Se repone esta definición que fuera accidentalmente omitida del texto original.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Luis Ramiro Beltran S., *Communication between the United States and Latin America: A Case of Cultural Domination*. Paper presented to the World Media Conference, sponsored by The News World, New York City, October 19-22, 1978.
2. Jonathan F. Gunter, "An introduction to a Great Debate," *Journal of Communication*, Vol. 28 (Autumn 1978), pp. 142-155.
3. UNESCO, *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe*, San José, Costa Rica, 12-21 de julio; Informe Final, 1976 (COM/MD/38).
4. UNESCO, General Conference, Twentieth Session, Draft Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, the Promotion of Human Rights and to countering Racism, Apartheid, and Incitement to War; compromise text proposed by the Director-General with a view to consensus, Paris, 1978 (UNESCO 20 C/20 Rev.).
5. Everett M. Rogers, ed., *Communication and Development: Critical Perspectives* (London: Sage Publications, 1976).
6. Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in *The Communication of Ideas*, ed. L. Bryson (New York: Harper and Row, 1948), pp. 37-51.
7. Melvin L. De Fleur, *Theories of Mass Communication* (New York: David McKay Company, Inc., 1968).
8. Bernard Berelson and Gary Steiner, *Human Behavior* (New York; Harcourt, Brace and World, Inc., 1964), p. 527.
9. Charles E. Osgood, *Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication* (Urbana, Illinois: Institute for Communication Research, 1961), p. 48.
10. Raymond Nixon, *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva* Quito; Ediciones CIESPAL, 1963).
11. Claude E. Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication* (Urbana: University of Illinois Press, 1971), p. 4
12. *Ibid.*, pp. 33-34.
13. Wilbur Schramm, "How Communication Works" in *The Process and Effects of Mass Communication* (Urbana: University of Illinois Press 1961), pp. 4-26.
14. *Ibid.*, p. 4.
15. David K. Berlo, *The Process of Communication* (New York. Holt, Rinehart and Winston, 1960), p. 30.
16. *Ibid.*, p. 24
17. Norbert Wiener, *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society* (Boston; Houghton Mifflin Co., 1950).
18. Bruce H. Westley and Malcolm S. MacLean, "A Conceptual Model for Communication Research," *Journalism Quarterly*, Vol. 34 (1957), pp. 31-38
19. Alfred B. Smith, *Communication and Culture* (New York; Holt, Rinehart, and Winston, 1966).

20. C.I. Hovland, "Social Communication," *Proceedings of the American Philosophical Society*, Vol. 92 (1948), pp. 371-375.
21. Reed H. Blake and Edwin O. Haroldsen, *A Taxonomy of Concepts in Communication* (New York: Hastings House, 1975).
22. *Ibid.*, p. 43.
23. David K. Berlo, *Communication Theory and Audiovisual Instruction*, Keynote Address to the National Convention of the Department of Audiovisual Instruction, National Education Association, Denver, April 23, 1963.
24. Daniel Lerner, in *World Communication, Population Communication, Communication Technology, Communication in the Future*, eds. Jim Richstad and L. S. Harms (Honolulu: Speech-Communication Association, 1973).
25. Wilbur Schramm, *Toward a General Theory - of Human Communication*, Lecture presented at the University of Texas.
26. George Gerbner, "Content Analysis and Critical Research in Mass Communication," *A V, Communications Review*, Vol. 6 (Spring 1958), pp. 85-108.
27. T. M. Newcomb, "An Approach to the Study of Communicative Acts," *Psychological Review*, Vol. 60 (1953), pp. 393-404.
28. Wilbur Schramm, *Men, Messages, and Media: A Look at Human Communication* (New York: Harper and Row, 1973).
29. R. Bauer, "The Obstinate Audience," *American Psychologist*, Vol. 19 (1964), pp. 319-328.
30. Robert D. Brooks and Thomas M. Scheidel, "Speech as Process: A Case Study," *SM*, Vol. 35 (March 1968).
31. David H. Smith, "Communication Research and the Idea of Process," *Speech Monographs*, Vol. 39 (1972), pp. 174-182.
32. R. B. Arundale, *The Concept of Process in Human Communication Research*, Ph.D. Dissertation, Michigan State University, 1971.
33. H. Kumata, in *World Communication....* n. 24.
34. E. Katz and P. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (New York: Free Press, 1955).
35. L. S. Harms and Jim Richstad, *An Interchange Model of Communication*, Honolulu: no date, p. 10.
36. J. S. Coleman, "Relational Analysis: A Study of Social Organization with Survey Methods," *Human Organization*, Vol. 17 (1958), pp. 28-36.
37. M. Zires de Janka, *Mass Communication in the Context of Development with special reference to Latin America. Research Paper for Diploma in International and National Development*. The Hague: Netherlands Institute of Social Studies, 1973, p. 6.
38. G. D. Cuellar and J. Gutiérrez, *Análisis de la Investigación y de la Aplicación del Difusionismo*. Documento presentado en la Segunda Reunión Anual de Comunicadores Rurales, Cali: 1971.
39. Everett M. Rogers, "Where We Are in Understanding Diffusion of Innovations," in *Communication and Change in Developing Countries: Ten Years After*, eds. Wilbur Schramm and Daniel Lerner (Honolulu: University of Hawaii/East-West Center Press, 1975).

40. Armand Mattelart, "Críticas a la Communication Research;" in Cuadernos de la Realidad Nacional, edición especial (1970), pp. 11-22.
41. Juan Somavía, "The Transnational Power Structure and International Information: Elements of a Third World Policy for Transnational News Agencies," *Development Dialogue*, No. 2 (1976), pp. 15-28.
42. Fernando Reyes Matta, "The Information Bedazzlement of Latin America: A Study of World News in the Region," *Development Dialogue*, No. 2 (1976), pp. 29-42.
43. Ricardo C. Nosedá, *Definición y Deslinde Conceptual de la Comunicación*. Documento presentado a la IX Asamblea y Congreso de la Asociación Internacional de Investigación en Comunicación de Masas, Buenos Aires: 1972, pp. 6-8.
44. Rafael Roncagliolo, *Communication: Social Change and the Need for a New Conceptual Framework*. Document prepared to be presented to the Seminar on International Communications and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework, Amsterdam: September 5 -8, 1977, p. 1.
45. Kjell Nowak, Karl Erik Rosengren, and Bengt Sigurd, "Communication Privilege and the Realization of Human Values," in *Communication, Social Organization, Human Resources (MIKS Project)* (Stockholm: Committee for Future Oriented Research, 1977), p. 1.
46. Jean D'Arcy, *Direct Broadcast Satellites and the Right to Communicate*, *EBU Review*, 118 (1969).
47. David K. Berlo, "Given Development, What Role for Communication?" Document presented to the National Advertising Council, México City, 1969, p. 14.
48. R. K. Merton, "The Sociology of Knowledge of Mass Communications," in *Social Theory and Social Structure*, ed. R. K. Merton (Glencoe; Free Press, 1957).
49. M. DeFleur, n. 7, pp. 118-123.
50. *Ibid.*, p. 118.
51. Hugo Assman, *Evaluación de Algunos Estudios Latinoamericanos sobre Comunicación Masiva*, con especial referencia a los escritos de Armand Mattelart. Documento presentado al Congreso Latinoamericano de Sociología, San José, Costa Rica: 1973.
52. James D. Halloran, *Mass Media and Society: The Challenge of Research* (Leicester; Leicester University Press, 1974).
53. Paul Lazarsfeld and Robert Merton, "Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action," in *The Communication of Ideas*, ed. L. Bryson, (New York: Harper, 1948).
54. Charles R. Wright, *Mass Communication: A Sociological Perspective* (New York: Random House, 1959).
55. Armand Mattelart, n. 40, pp. 11-22.
56. *Ibid.*, p. 19.
57. Frank Gerace, *Comunicación Horizontal* (Lima: Librería Studium, 1973).
58. Harold D. Lasswell, *Propaganda Technique in the World War* (New York: Alfred A. Knopf, 1927), pp. 220-221.

59. Luis Ramiro Beltrán S., "Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research," in *Communication and Development: Critical Perspectives*, ed. Everett M. Rogers (London: Sage Publications, 1976), pp. 15-42.
60. James D. Cockroft, André Gunder Frank, and Dale Johnson, *Dependence and Underdevelopment: Latin America's Political Economy* (Garden City: Anchor Books/Doubleday, 1972).
61. Luis Ramiro Beltrán S. and Elizabeth Fox de Cardona, "Flaws in the Free Flow of Information," in *Conference on Fair Communication Policy for the International Exchange of Information, Communication Report*, ed. Jim Richstad, Honolulu: East-West Communication Institute, East-West Center, 1977, pp. 85-127.
62. Bernardo A. Carvalho, *The CIA and the Press*, Freedom of Information Center Report No. 382 (University of Missouri School of Journalism, 1977).
63. Richard L. Johannesen, "The Emerging Concept of Communication as Dialogue," *The Quarterly Journal of Speech*, Vol. 15 (December 1971), pp. 373-382.
64. Luis Ramiro Beltrán S., "Rural Development and Social Communication: Relationships and Strategies," in *Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development*, Cali, Colombia: March 17-22, 1974; proceedings (Ithaca, N.Y.: Cornell University, 1974), pp. 11-27.
65. Luis Ramiro Beltrán S., "TV Etchings in the Minds of Latin Americans: Conservatism, Materialism, and Conformism," *Gazette*, Vol. 24 (1978), pp. 61-85.
66. Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw-Hill, 1964).
67. Antonio Pasquali, *Comunicación y Cultura de Masas* (Caracas: Monte Avila, 1972).
68. Juan Diaz Bordenave, *Comunicación y Desarrollo*, Barquisimeto, Septiembre 8-9, 1974, p. 2.
69. Sidney Finkelstein, *Sense and Nonsense of McLuhan* (New York: International Publishers, 1969).
70. Richard R. Fagen, *Politics and Communication* (Boston: Little, Brown, 1966), p. 5.
71. L. R. Beltrán S., n. 64, pp. 14-15.
72. F. Gerace, n. 57, p. 25.
73. Juan Diaz Bordenave, "Communication and Adoption of Agricultural innovations in Latin America," in *Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development*, Cali., Colombia: March 17-22, 1974; proceedings (Ithaca, N. Y.: Cornell University, 1974) p.208.
74. Paulo Freire, *Pedagogy of the Oppressed* (New York: Herder & Herder, 1970).
75. F. Gerace, n. 57, p. 66.
76. P. Freire, n. 74, p. 39.
77. Joao Bosco Pinto, *Subdesarrollo, Medios de Educación de Masa y Educación*, Curso Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar. Bogota, Colombia: Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, Marzo 6-Abril 14, 1972).
78. *Ibid.*, p. 14.
79. Paulo Freire, *¿Extensión o Comunicación?* (Santiago de Chile: ICIRA, 1969), p. 59.

80. C. Wright Mills, *The Power Elite* (New York: Oxford University Press, 1956).
81. Everett M. Rogers, "Social Structure and Communication Strategies in Rural Development," in *Cornell-CIAT International Symposium on Communication Strategies for Rural Development*, Cali., Colombia: March 17-22, 1974; proceedings (Ithaca, N. Y.: Cornell University, 1974), pp. 51-52.
82. Harold D. Lasswell, *The Future of World Communication: Quality and Style of Life*, EWCI Lecture in International Communication. Honolulu: East-West Communication Institute, East-West Center, September 1972, pp. 16-17.
83. L. S. Harms and J. Richstad, n. 35.
84. Manuel Calvelo Ríos, *Tecnología de Capacitación Masiva Audiovisual: Un Caso de Aplicación a la Capacitación Campesina*, Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito, Ecuador: CIESPAL, Noviembre de 1978.
85. Manuel Calvelo Ríos, "Mass Communication Technology: A Case Study in Training Campesinos," *Development Communication Report*, No. 25 (January 1979), p. 4.
86. María C. Mata, Dora Montesinos Mertz, y Graciela Solezzi, *Evaluación del Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador* (Lima: Centro de Teleducación, Universidad Católica del Perú, 1976).
87. Mario Kaplun, *Cassette- Foro: Un Sistema de Comunicación Participatoria*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito: CIESPAL, Noviembre de 1978.
88. Frank Gerace, *Cinco Experiencias de Comunicación Participatoria*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito: CIESPAL, Noviembre de 1978.
89. Colin Fraser, *Technology for Participatory Communication*. Document submitted to the First Latin American Seminar on Participatory Communication, Quito: CIESPAL, November, 1978.
90. Abraham Moles, *Sociodynamique de la Culture* (Paris: 1967).
91. P. Schaeffer, *Machines á Communiquer* (Paris: Seuil, 1970).
92. Keneth R. Williams, "Speech Communication Research: One World or Two?" *Central States Speech Journal*, Vol. 21 (Fall 19 70), pp. 1 76-178.
93. R. L. Johannesen, n. 63.
94. A. Pasquali, n. 67.
95. Juan Diaz Bordenave, *New Approaches to Communication Training for Developing Countries*. Paper presented at the Section of Information and Communication Problems in Development at the Third World Congress of Rural Sociology, Baton Rouge, Louisiana: August 21-27, 1972.
96. Jean Cloutier, *La Communication Audio-Scripto-Visuelle* (Montreal: Presses Universitaires, 1973).
97. F. Gerace, n. 57.
98. Francisco Gutiérrez, *El Lenguaje Total: Una Pedagogía de los Medios de Comunicación* (Buenos Aires: Editorial Humanitas, 1973).

99. Fernando Reyes Matta, *From Right to Praxis: A Model of Communications with Active Social Participation*. Paper prepared to be presented to the Seminar on International Communications and Third World Participation: A Conceptual and Practical Framework, Amsterdam: September 5-8, 1977.
100. Miguel Azcueta, *Comunicación de Masas y Cultura Popular*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Cooperativa. Garanhuns, Brasil: Septiembre 17-23, 1978.
101. Juan Díaz Bordenave, *Aspectos Políticos e Implicaciones Políticas de la Comunicación Participatoria*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito: CIESPAL, Noviembre de 1978.
102. Josiane Jouet, *Community Media and Development: Problems of Adaptation*. Working paper prepared for UNESCO's Meeting on Self-Management, Access, and Participation in Communication, Belgrade: October 18-21, 1977.
103. Josiane Jouet, *Participatory Communication in the Third World: A Critical Outlook*. Paper presented at the First Latin American Seminar on Participatory Communication, Quito: CIESPAL, November, 1978.
104. Joao Bosco Pinto, *La Comunicación Participatoria como Pedagogía del Cambio: Fundamentos Epistemológicos*. Documento presentado al Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria, Quito: Noviembre de 1978.
105. CIESPAL, *Informe Preliminar de los Grupos de Trabajo, Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria*, Quito: Noviembre de 1978.
106. L. S. Harms, *Towards a Shared Paradigm for Communication: An Emerging Foundation for the New Communication Policy and Communication Planning Sciences*. In Syed A. Rahim and John Middleton (eds.), *Perspectives in Communication Policy and Planning*, (Honolulu: East West Communication Institute, 1977), pp. 77-99.
107. L. S. Harms, *To Achieve the Right to Communicate*, *Issues in Communication*, 2:55-60, 1978 (London: International Institute of Communications.)
108. L. S. Harms and J. Richstad, n. 35.
109. Martin Buber, *I and Thou* (New York: Scribner's, 1958).
110. Carl Rogers, *Freedom to Learn* (Columbus: Charles Merrill, 1969).
111. Eric Fromm, *The Art of Loving* (New York: Harper, 1956).
112. Jean Piaget, *6 Estudios de Psicología* (Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1961).
113. UNESCO, *Reunión sobre la Autogestión, el Acceso y la Participación en Materia de Comunicación; Informe Final*, Belgrado: Octubre 18-21, 1977.
114. Martin Buber, *Between Man and Man* (New York: Macmillan, 1965).
115. R. L. Johannesen, n. 63, p. 379.

Copyright @ 2007 Edipo, S.A.

Copyright @ 2007 Los Autores

RESERVADO LOS AUTORES

PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL  
SIN PERMISO POR ESCRITO DE LA EDITORIAL

EDITA: Edipo, S.A.

Ferraz, 11 - 28008 Madrid

Diseño: J.G.Solas / La Fábrica de Diseño

Coordinación: Sonsoles San Román

Imprenta: Anzos

ISBN: 978-84-88365-21-7

Depósito Legal: M. 50.304-2007