

INVESTIGACION Y PLANIFICACION

EN LA

COMUNICACION SOCIAL

(III Encuentro Nacional
de Investigadores de la Comunicación.
Caracas, Noviembre 9 a 13, 1976)

Toda planificación debe hacerse en base a la investigación previa y con mayor razón la planificación de políticas de comunicación social por el hecho mismo de que en nuestro país es un área nueva cuya teoría, metodología y práctica todavía están siendo objeto de debates (García Prince, 1976). Aunque el V Plan de la Nación incluye, en forma muy vaga, referencias a este tópico, con la excepción del proyecto RATELVE (CONAC, 1975), y de los diversos trabajos del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la UCV, no se han adelantado esfuerzos sistemáticos por fomentar la investigación que conlleve a la delimitación de los objetivos de la planificación por parte del Estado de políticas de Comunicación Social. Permítase-nos exponer algunas ideas, todavía tentativas, que puedan servir de base para tal discusión.

El RATELVE ofrece una definición de planificación que puede servirnos de partida para el esquema tenta-

tivo que ofrece este trabajo. Está expresada en los siguientes términos:

"Planificación es la función de condicionar la actividad de comunicación a un régimen de decisiones racionales (basado en la investigación y sujeto a control y evaluación) de manera que aquélla se compagine, efeciente y armoniosamente, con los recursos disponibles y se ajuste instrumentalmente a los objetivos generales de la sociedad y a las -- prioridades específicas de las políticas y planes nacionales (globales y sectoriales) de desarrollo, optimizando así el impacto de las instituciones de comunicación social en la vida de la nación".

Beltrán (1976), define una política nacional de comunicación como:

"Un conjunto integrado, explícito y duradero de - políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país".

La investigación en el contexto de la planificación en Comunicación Social es el conjunto de procesos, métodos y técnicas usados para recabar información con el - objeto de tomar decisiones sobre una base racional, para la

formulación y, posteriormente a éste, la reformulación, de políticas y planes dirigidos a concatenar funcionalmente los sistemas de comunicación social del país con las políticas y planes de desarrollo.

Aunque estamos conscientes de que la realidad es siempre más compleja de lo que la representan nuestros gráficos y modelos, y que el sólo hecho de que el Estado tome la decisión de "planificar" en materia de comunicación social es el producto de una serie de factores internos y externos al Estado mismo, una vez tomada la decisión, lo primero que se debe hacer es realizar una investigación de diagnóstico de los sistemas y procesos comunicacionales de la nación. Tal investigación serviría para observar si dichos sistemas son funcionales a los objetivos generales del desarrollo de la nación. En efecto, una vez tomada la decisión de formular planes y políticas se sobreentiende que se persiguen conductas cónsonas con los planes de desarrollo.

Una vez que se ha llegado a conclusiones sobre la situación actual de la Comunicación Social, debe procederse a la formulación de políticas y planes comunicacionales. Luego, en el proceso de aplicación de dichos planes debe comenzar de nuevo la investigación. En esta etapa es muy importante un tipo de investigación evaluativa, que observe si el plan se está cumpliendo correctamente y si los efectos (resultados) son los esperados. Esta investigación

evaluativa sirve para que los planificadores reformulen sus políticas y planes. Por supuesto que este segundo tipo de investigación debe evaluar la conducta de los ciudadanos y de los organismos relacionados con la comunicación social.

A.- INVESTIGACION PREVIA

En general, la investigación de diagnóstico puede ser un intento de sintetizar los hallazgos de varias investigaciones que abarquen aspectos parciales de la comunicación tales como los que se deducen de la vieja fórmula de Laswell (1948): Quién dice Qué, por qué canal a Quién y con qué Efectos.

Nosotros adoptamos una tipología -que como toda tipología siempre está sujeta a revisión- para catalogar las diferentes clases de investigaciones.

a. Investigaciones estructurales. Estos estudios corresponderían a los estudios del Quién o de control de Laswell (1948).

b. Investigaciones de contenido, que se enfocan sobre el Qué de Laswell, o sea en los mensajes que se transmiten a través de los medios.

c. Investigaciones sobre las audiencias y sus patrones de uso de los diferentes medios.

d. Investigaciones de los efectos de dichos medios.

Esta tipología nos servirá para repasar muy someramente algunos aspectos de la investigación en comunicación social en la nación.

a. Investigaciones Estructurales

En el campo de las investigaciones estructurales o de control, el Estado Venezolano ha logrado promover uno de los esfuerzos más serios y completos de la situación estructural e infraestructural del sistema de radiodifusión y televisión del país como lo es el proyecto RATELVE, (CONAC, 1975). En el mismo se presenta una investigación de diagnóstico de ese sistema y se proponen opciones de modelos a adoptar en una política de comunicación social. Dicho proyecto termina proponiendo un sistema "mixto-auténtico", para los medios masivos electrónicos el cual permita a través del control y la concertación, la unificación de los sectores público y privado en las políticas de radio y televisión.

El RATELVE presenta estadísticas acerca de la situación relativa del Estado con respecto al sector privado de radio televisión. También contiene elementos importantes de diagnóstico de la situación del país en cuanto a radio y T.V. en relación con otros países. Es indudable que este tipo de investigaciones aportan al Estado elementos de juicio para formular estrategias de desarrollo de la infraestructura comunicacional de la nación.

b. A mitad del camino

Las investigaciones del Qué, o sea la de los contenidos de los medios son, posiblemente, las más en boga en nuestro país inclusive a nivel del Gobierno. Por ejemplo, la Oficina Central de Información realiza periódicamente un análisis de los tipos de información acarreados por los periódicos de Caracas y por los periódicos de mayor circulación en la provincia. Recientemente se están estudiando algunos diarios extranjeros.

Estos estudios le dicen al Gobierno cómo han sido tratados por los diarios los tópicos de interés político y de interés general y cuáles partidos o grupos han recibido mayor cobertura por parte de los medios.

Este tipo de investigación es sólo parte de la historia. Con ella se "deduce" qué efectos están causando los mensajes sobre la población. Sin embargo, tal tipo de indiferencia es, por lo menos, tentativa pues para llegar a diagnósticos más ajustados a la realidad hay que realizar conjuntamente una investigación de efectos sobre los públicos. En efecto, numerosas investigaciones realizadas en diversos países señalan que los efectos de los medios masivos sobre sus audiencias no son tan "directos" como en un principio se suponía. Los efectos, son una función de la combinación de diversas variables o factores en determinadas situaciones (Blumler y Mcleod, 1974; Halloran, 1974). En otras

palabras, un mismo tipo de mensajes afecta en formas diferentes a los diversos grupos de audiencia (Izcaray, 1976). Sin embargo, las investigaciones de contenido pueden servir para calibrar la posición de grupos de presión, tales como partidos políticos, organizaciones empresariales, sindicatos, etc., sobre tópicos de interés nacional. Las investigaciones de contenido también pueden servir para realizar un diagnóstico de la proporción de contenidos cónsonos con los planes de desarrollo en relación con el resto de los mensajes acarreados por cada medio en particular. Como ejemplos de estudios de este tipo merecen citarse los de Pasquali (1967; 1972) y las numerosas investigaciones que producen en forma constante profesores y estudiantes de las universidades nacionales UCV, UZ y la Universidad Católica Andrés Bello.

c. Investigaciones de Audiencias ¿A quién nos estamos dirigiendo?

Una de las interrogantes más importantes que enfrenta todo comunicador social y, por ende, cada planificador de la comunicación, es a quién alcanzar y por qué medio o medios. Dicha interrogante, como la mayoría de los problemas sociales, no tiene una respuesta simple. Nuestra sociedad, como muchas otras, está estructurada de una manera tal que los diversos recursos socioeconómicos están distribuidos desigualmente. Numerosas investigaciones a nivel mundial -

han encontrado que el uso de los medios varía de acuerdo con características socioeconómicas. Más aún, esta desigualdad produce grupos sociales o estratos o clases, con características cognoscitivas, actitudinales y conductuales bien diferenciadas. La exposición a los diversos medios masivos es una función de los factores mencionados.

Investigaciones realizadas en años anteriores en nuestro país, han hallado que existen patrones diferenciados de los usos que los diversos grupos sociales le dan a cada medio en particular y que tales patrones en principio son el producto de constreñimientos estructurales socioeconómicos impuestos sobre los individuos (Martín e Izcaray, 1976; Martín, 1975; McNelly, Izcaray, Martín y Supadiloke, 1976). Basados en dos investigaciones realizadas en 1973 y 1974 en Barquisimeto, este grupo de investigadores encontraron que los medios están organizados en una escala de accesibilidad con respecto a los grupos menos privilegiados de la población. En otras palabras, las personas de las clases pobres, limitadas por falta de dinero y educación, no tienen tanta libertad de acceso a todos los medios como las clases más privilegiadas.

Esto debe ser tomado en cuenta a la hora de formular las políticas y planes de comunicación social para un Estado democrático. Si las intenciones del Estado son las de garantizar el derecho al libre acceso a la información y a la participación democrática de todos sus ciudada-

nos, debe preocuparse por investigar los constreñimientos - que dentro del sistema de comunicación social del país tra-- bajan en contra de dichos objetivos.

En este aspecto, la mayoría de los estudios que han venido realizando los organismos de comunicación es-- tatal se limitan al clásico formato de los estudios de re--- ting que sólo permiten un diagnóstico superficial de los pa-- trones de exposición a los medios. En este sentido, las téc-- nicas de análisis estadísticas multivariable parecen más - apropiadas para atacar un problema complejo como éste. No - obstante esta limitación en los estudios, hay signos eviden-- tes de que existe una nueva actitud hacia la investigación - en comunicación social por parte del Estado Venezolano.

d. Investigaciones de los Efectos

Para un estado que invierte cuantiosos re--- cursos en diversos tipos de actividades y campañas comunica-- cionales y que ha decidido incorporar los sistemas de comu-- nicación social del país dentro de la planificación del de-- sarrollo, es imprescindible fomentar la investigación de los efectos de esos sistemas sobre la ciudadanía. Antes de for-- mular planes de comunicación social es necesario conocer los posibles efectos que la implementación de los planes tendrá sobre las conductas de organizaciones e individuos. En este punto es necesario advertir que muchas de las campañas infor-- macionales, publicitarias y propagandísticas que se realizan

en nuestro país están basadas sobre los hallazgos obtenidos por investigaciones hechas en otros países. La debilidad de esto estriba en que lo que en materia de efectos es cierto - para otras sociedades no es necesariamente para la realidad venezolana.

La única manera de averiguarlo es realizar - investigaciones en nuestro propio medio. Con respecto a esto podemos afirmar que el panorama de la investigación de - efectos en nuestro país es realmente desolador. Lo más común es ver investigaciones "secretas" realizadas por contrato con empresas especializadas que dejan mucho que desear en cuanto a su calidad metodológica y teórica. Hay por supuesto honrosas excepciones como son los casos de las investigaciones pioneras de Santorio (1969) y de Rivera (1968). Por su lado, la Fundación para el Desarrollo de la Región Centro Occidental (FUDECO) ha venido realizando investigaciones desde 1973. Algunos de los estudios producidos en base a dichas investigaciones confirman lo que mencionamos en la sección anterior. Si bien es cierto que los medios audiovisuales parecen ser los más accesibles para las clases menos - privilegiadas de la población, en ningún caso su uso aparece relacionado con el nivel de información política y el conocimiento de problemas y planes del desarrollo nacional de - las personas (Izcaray, 1975; 1976; Romero, 1975). La implicación de este hecho es importante para los planes del Estado en comunicación social. Por ejemplo, tales hallazgos es-

tarían señalando que si el Estado piensa adquirir medios de comunicación masiva electrónicos para manejarlos como se han venido conduciendo en el pasado los medios comerciales, es poco lo que va a lograr en materia de educación social y política de la población.

B.- INVESTIGACION EVALUATIVA

Sería erróneo pensar que una vez que se realicen investigaciones previas a la formulación de políticas y planes de comunicación social se ha resuelto de una vez y para siempre el problema. Por el contrario, después que se han diseñado los planes al respecto el Estado necesita más que nunca de investigaciones evaluativas que le permitan valorar si los planes están siendo llevados a cabo en forma correcta y si, aún cuando esto fuese así, los resultados son los esperados. Veamos las sugerencias que tenemos para el papel que puedan jugar los tipos de investigación presentados en este trabajo.

La investigación estructural debe realizarse permanentemente para ver si las medidas adoptadas han producido cambios en la estructura de los sistemas de comunicación social del país. Por ejemplo, el gobierno creó Insumos Nacionales para, de acuerdo con declaraciones de voceros oficiales, ayudar a los periódicos de provincias a solucionar el problema del aprovisionamiento de papel. Sería indispensable estudiar cuál es el efecto de dicha medi-

da sobre la estructura de posesión de la prensa regional a mediano y largo plazo.

El crecimiento de la red de televisión y radiodifusión oficial también puede ser evaluado a través de los estudios de sus organizaciones y de su infraestructura para observar los cambios producidos por las políticas gubernamentales.

El desarrollo del cine nacional también puede evaluarse a través de la investigación estructural permanente. El objeto de la misma sería ver si las políticas adoptadas producen un incremento sustancial en la producción de películas nacionales y si el incremento constituye el despeque necesario del cine venezolano.

Es indispensable evaluar constantemente si las políticas trazadas son cumplidas por los medios de comunicación. Un ejemplo de ello sería el decreto del "1 por 1". La única manera de saber si está siendo cumplido es realizar estudios del contenido de la música transmitida por los medios electrónicos. Lo mismo sería aplicable para la evaluación de los mensajes transmitidos por el sistema de comunicación masiva estatal.

Las investigaciones de los usos y de los efectos nos dirán si con las inversiones que se hacen en este sector se están alcanzando los grupos sociales de interés para el comunicador y si los efectos perseguidos son los obtenidos. Dentro de esto estaría la evaluación de los efec--

tos del sector comercial de la comunicación masiva. Debido a que el tipo de investigaciones que se han venido realizando en dicho sector solamente cubren aspectos muy concretos - de la exposición (rating y circulación) y de los efectos - (impacto de cuñas y avisos comerciales), el Estado debe apoyar investigaciones de fondo sobre los efectos de los medios en los niveles de información, valores, actitudes y conductas de los diversos grupos que constituyen la población venezolana. En un momento en que el Estado plantea la necesidad de racionalizar la conducta del consumidor, se hace perentorio averiguar por medio de la investigación científica hasta qué punto los medios masivos contribuyen a lograr el tipo de conducta esperado por los planificadores de la economía o si, por el contrario, promueven las conductas consumistas que el Estado quiere modificar.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo ha sido el proponer algunas ideas para la discusión de lo que debe ser el papel de la investigación en la formulación de políticas y planes del Estado venezolano en comunicación social. Esperamos que de dicha discusión surjan conceptos y esquemas que ayuden a mejorar la situación general de la investigación en comunicación en nuestro país.

En general se puede afirmar que los investigadores en el campo de la comunicación no cuentan con meca--

nismos institucionalizados de apoyo financiero a sus estudios. Un ejemplo de esto es que dentro de las áreas que el CONICIT ha considerado prioritarias para sus planes de subvención brilla por su ausencia el sector de la investigación en comunicación social.

De nuevo es preciso reconocer que existen síntomas de que esta actitud empieza a cambiar. Es de esperar que el apoyo a las instituciones y centros de investigaciones de la comunicación se empezará a manifestar en el futuro inmediato aunque, hasta ahora, no ha habido ninguna información concreta emanada de los organismos oficiales.

Sería deseable que las personas y las instituciones que realizan en estos momentos investigación en la comunicación social promuevan la idea de que los que han sido hasta ahora tipos separados de investigación en esta área del quehacer científico deben ser vistos como aspectos de un todo.

También es deseable que se diseñen estudios en los que se incluyan los 4 tipos de investigación analizados acá. Además, teniendo en cuenta que la comunicación es un proceso, y que, como todo proceso, lleva implícita la noción de movimiento y de cambio, recomendamos el uso de diseños complejos longitudinales y el análisis estadístico multivariable, que son las técnicas apropiadas para observar procesos complejos.

Por último, entendemos que todas las interpretaciones de las investigaciones realizadas para la planificación en comunicación social están implícita o explícitamente basadas en modelos teóricos producidos en la investigación básica de las ciencias sociales. En tal sentido, un país que quiere promover un desarrollo autónomo, debe fomentar tal tipo de investigación porque de ella, quiérase o no, sale el material teórico y metodológico que alimenta a la investigación aplicada necesaria para la toma de decisiones. Si se descuida la investigación básica, indefectiblemente nuestras investigaciones serán dependientes de los resultados de estudios realizados en los países industrializados y de los esquemas teóricos aportados por investigadores de esos países. Sin que promovamos una xenofobia extrema, debemos reconocer que es más conveniente colocarse en igualdad de condiciones con respecto a la investigación en los países más desarrollados.

Fausto Izcaray (FUDECO)
