

RAUL CAMACHO MUÑOZ

OSCAR RODRIGUEZ GOMEZ



COMPILACIONES  
SOBRE  
ENSEÑANZA  
DE  
LA  
COMUNICACION

---

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

1988

ISBN-968-6104-18-5  
0066-88008—A-0004

---

*Editorial Universitaria Potosina*

## INDICE

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| PRESENTACION                                                      | 5  |
| PROLOGO                                                           | 7  |
| FORMACION DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACION                        | 11 |
| 1. — Origen de la Ciencia de la Comunicación                      | 11 |
| 2. — Mecanismo de la Comunicación:                                | 13 |
| 2.1. — Algunos fundadores de la Ciencia de la Comunicación        | 13 |
| 2.2. — Esquemas clásicos de la Comunicación                       | 14 |
| 2.3. — Ejemplos de los tipos de Comunicación                      | 17 |
| 2.4. — Mecanismos de la Comunicación: conceptos                   | 19 |
| COMUNICACION COLECTIVA Y OPINION PUBLICA                          | 23 |
| 1. — El efecto de la opinión pública en la comunicación colectiva | 23 |
| 2. — El efecto de la comunicación colectiva en la opinión pública | 23 |
| DISEÑO EXPERIMENTAL EN LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION        | 31 |
| 1. — Observaciones sobre diseño experimental                      | 31 |
| 1.1. — El experimento controlado                                  | 32 |
| 1.2. — El análisis de correlaciones                               | 33 |
| 2. — Hacia un modelo para investigar en Comunicación              | 34 |
| 2.1. — Rol                                                        | 35 |
| 2.2. — Roles fundamentales en Comunicación                        | 35 |
| 2.3. — Otros roles y procesos                                     | 36 |
| 2.4. — El modelo conceptual                                       | 36 |



|                                                                           |               |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION</b>                                      | <b>41</b>     |
| Introducción                                                              | 41            |
| 1. — Los Medios Masivos como Mediadores entre la Producción y el Consumo  | 43            |
| 2. — Los Medios como Sistemas Sociales: Funcionalismo                     | 44            |
| 3. — Estructuralismo y Semiología                                         | 46            |
| 4. — La Ciencia como un Producto Histórico                                | 48            |
| 5. — La Práctica Comunicativa en América Latina                           | 50            |
| 5.1. — Antecedentes Socioeconómicos                                       | 50            |
| 5.2. — Educación, Dominación y Comunicación                               | 52            |
| 5.3. — Producción Comunicacional Latinoamericana                          | 53            |
| 6. — Investigación — Acción: La Comunicación Alternativa                  | 56            |
| 6.1. — Consideraciones Preliminares                                       | 56            |
| 6.2. — Lo Alternativo como Modelo Etico-Político                          | 57            |
| 6.3. — Lo Alternativo en la Cuestión Epistemológica                       | 59            |
| 6.4. — Algunos fundamentos metodológicos para la Comunicación Alternativa | 62            |
| <br><b>COMUNICACION ALTERNATIVA Y CAMBIO SOCIAL:<br/>AMERICA LATINA</b>   | <br><b>67</b> |
| I. — Advertencia                                                          | 67            |
| II. — Planteamientos técnicos                                             | 68            |
| III. — Sinopsis y conclusiones teóricas                                   | 70            |
| IV. — Conceptualizaciones y experiencias                                  | 71            |
| <br><b>DISEÑO CURRICULAR EN CIENCIAS<br/>DE LA COMUNICACION</b>           | <br><b>79</b> |
| Licenciado en Ciencias de la Comunicación                                 | 85            |
| Bibliografía General de la Compilación                                    | 93            |

## PROLOGO

*A 70 años de la presencia de los fenómenos de información de masas en México, constatamos la existencia de una infraestructura enormemente moderna de vías de comunicación materiales que nos pueden permitir ser otro país. Por ejemplo, desde 1921 hasta la fecha la industria de la radiodifusión ha crecido a un ritmo del 7% anual que es una tasa superior a la expansión demográfica en este periodo. Incluso ha sido mayor a otros ramos de comunicación más estratégicos para el desarrollo económico del país, como son los ferrocarriles que en 77 años, es decir, desde la época posrevolucionaria de 1920 a la fecha solo ha crecido un 25% con un tendido de 5000 kilómetros de vías ferreas.*

*Esta expansión vertiginosa de las telecomunicaciones ha generado en 60 años en el terreno material una gigantesca capacidad instalada de 16,000 kilómetros de microondas con 229 estaciones repetidoras y 110 terminales; dos satélites de difusión doméstica, el Morelos I y II con 205 estaciones terrenas para televisión y radio (de las cuales 13 son estaciones transreceptoras) y 27 más en proceso de instalación; 875 estaciones de radio de las cuales 665 son de amplitud modulada (25 son culturales) y 200 de frecuencia modulada (11 culturales); 192 estaciones de televisión de las cuales 78 funcionan en convenio con empresas privadas y 111 son operadas por los gobiernos de los estados o patronatos locales; cuatro canales de cobertura nacional (2, 5, 7 y 13), 72 sistemas de televisión por cable, más de 16 videoclubs, 90 empresas dedicadas a la producción de video y más de 3,500 salas cinematográficas con la presentación de aproximadamente 1,500 funciones diarias en el país.*

*En el campo de la formación de recursos humanos en comunicación contamos con más de 60 escuelas de información, y 15,000 especializados en esta área, 30,000 alumnos de información y unos 100,000 profesionales en esta rama en la República.*

*Sin embargo, es necesario analizar si la concentración de toda esa masa de recursos materiales y humanos nos está permitiendo alcanzar ser un país más justo o con mayores abismos sociales, si nos está permitiendo intensificar las relaciones humanas o las está diluyendo, si nos está posibilitando tener una conciencia más clara sobre los problemas que nos rodean o está incrementando nuestra enajenación, si está promoviendo la conciencia colectiva solidaria, o acentúa el individualismo salvaje, si está facilitando la participación social de la mujer o subraya su cosificación, si impulsa el desarrollo nacional o propicia su estancamiento, etc.*

*Por ello, requerimos reflexionar sobre dicho fenómeno desde diversas teorías de la comunicación para calibrar el sentido que poseen dichas herramientas culturales para nuestro desarrollo nacional. Es, precisamente esta, la importancia que encierra esta primera sistematización conceptual que presenta la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.*

*Esfuerzos como estos permitirán a largo plazo construir una nueva visión de la comunicación que surja del conocimiento de nosotros mismos como personas, como sociedad, como regiones, como nación, y no de constantes modas intelectuales que son enormemente provocativas y por ello absorbidas por las escuelas de comunicación del país, pero que no aportan avances directos para nuestro urgentísimo proyecto de crecimiento colectivo.*

Javier Esteinou Madrid

EL SEÑOR LIC. ALFONSO LASTRAS  
RAMÍREZ, RECTOR DE LA UNIVER-  
SIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS  
POTOSÍ, ORDENÓ LA IMPRESIÓN DE  
ESTE LIBRO A LA EDITORIAL UNI-  
VERSITARIA POTOSINA. LA EDI-  
CIÓN FUE CONCLUIDA EL 23 DE SEP-  
TIEMBRE DE 1988 Y CONSTA DE 1000  
EJEMPLARES.