

la totalidad de la población. Surgieron entonces programas de planificación familiar con el objetivo manifiesto de mejorar los niveles de salud de las mujeres y los niños. Estos programas —cuyas evaluaciones son aún insuficientes e incompletas— si bien han logrado abatir las tasas de fecundidad en algunos países, no han mejorado las condiciones de vida de la mayoría de la población de los mismos (Quilodrán, pp. 306 y ss.).

¿Cuáles son las alternativas a la problemática poblacional latinoamericana? ¿Control de crecimiento poblacional y del desarrollo económico? ¿Aumento de la productividad del trabajo? ¿Desconcentración del ingreso? ¿Ruptura del modelo de desarrollo seguido hasta el presente? ¿Ruptura del modelo de concentración del poder?

La última palabra no se ha dicho en materia de población en América Latina. El debate sigue abierto y con él nuevas perspectivas de investigación, algunas de las cuales se mencionan al pasar en el libro: la condición de la mujer, los estudios sobre familia, la reconstrucción de los procesos demográficos del pasado, son algunas de las carencias más notorias.

Población y desarrollo en América Latina ofrece un material de primera calidad tanto por la información que presenta como por las líneas de reflexión que sugiere.

M. Teresita De Barbieri

COMUNICACIÓN ENTRE GOBERNANTES Y GOBERNADOS

Cotteret, Jean Marie, *La comunicación política: Gobernantes y go-*

bernados, Ed. El Ateneo, Buenos Aires, 1977.

Jean Marie Cotteret, profesor de la Universidad de Niza, interesado en cuestiones políticas, consagra el libro que aquí se reseña al estudio de la comunicación política, vista ésta como “intercambio de información entre los gobernantes y los gobernados, a través de canales de transmisión, estructurados o informales”.

Se puede decir que el libro consta de dos apartados: uno teórico, el otro práctico. En el primero se da la organización del libro, se presentan las hipótesis y la conceptualización; en tanto que en el segundo, se mencionan diversos estudios —de carácter práctico— que se han realizado en torno a la comunicación política; y puntos afines a ella, como serían: 1] el contenido de la comunicación política, 2] el vocabulario que se utiliza en la comunicación política, 3] los sistemas de comunicación, 4] los medios de comunicación y 5] los efectos de la comunicación política.

Para J. M. Cotteret, la comunicación es política en función de las consecuencias directas o indirectas mediatas o inmediatas, que puede tener para el sistema político, en tanto que éste debe asegurar el mantenimiento o la transformación de la sociedad política; finalidad que implica ciertas exigencias, como son: la aceptación del sistema mediante la adhesión a sus valores, o la legitimidad de quienes gobiernan; a su vez, quienes detentan el poder hacen aceptar sus decisiones de manera más o menos arbitraria; lo que lleva a que todo gobernante busque la aceptación de sus decisiones y cada gobernante trate de formular y hacer admitir sus necesidades. El acuerdo entre gobernantes y gober-

nados "no puede realizarse más que por medio de la comunicación"; así "la comunicación política asegura la adecuación entre los gobernantes y los gobernados, mediante un intercambio permanente de información."

Para el autor, la comunicación representa una exigencia fundamental del sistema político "la comunicación política es para el sistema político lo mismo que la circulación sanguínea para el cuerpo humano"; lo que según él se confirma en los estados modernos, donde el solo análisis de la comunicación permite frecuentemente caracterizarlos.

Partiendo de que la comunicación contribuye a satisfacer una de las exigencias funcionales del sistema político (la de acercar los gobernantes a los gobernados), se pueden abordar los fenómenos políticos desde una nueva perspectiva. De aquí que algunas de las inquietudes de J. M. Cotteret se centren en: 1] buscar cuáles son los vehículos de la comunicación, 2] descubrir cuáles son los medios por los que la información es transmitida, 3] analizar el contenido de la información difundida; ya que no se dice "cualquier cosa, en cualquier momento, ni en cualquier lugar", 4] analizar la función de comunicación a nivel global, reubicándola en el seno del sistema político, y 5] tratar de ver las modificaciones del comportamiento (de gobernantes y gobernados), debido a la acción de la comunicación.

El primer capítulo trata de la comunicación en las sociedades animales y en las sociedades humanas. Ocupándose más de la comunicación en las sociedades humanas. Se intenta una tipología de sociedades en base a la comunicación; para lo cual se habla de tres tipos de "relaciones lógicas" entre gobernantes y gobernados:

1] *Relación de identidad*. La clase de los gobernantes resulta igualmente la clase de los gobernados. Esta relación se traduce en una sociedad donde la relación autoridad-obediencia no existe todavía, en la cual el poder político es embrionario.

2] *Relación de inclusión*. En la que todos los gobernantes son miembros de la sociedad política, pero todos los gobernados no son miembros del círculo dirigente. Lo que da por resultado una sociedad donde la participación es total, y donde precisamente la dimensión de dicha sociedad asegura un encuentro casi perfecto entre gobernantes y gobernados.

3] *Relación de intersección*. En ésta, la clase de los gobernantes alcanza a ser, en parte, distinta de la de los gobernados. Esta tercera relación representa el estado de una sociedad en la cual las estructuras políticas se han consolidado, pero donde los gobernantes ya no representan a los gobernados. Aun cuando la desigualdad de la representación es cierta, varía de una sociedad a otra.

El segundo capítulo se consagra a los medios de comunicación política. Aquí se presenta una clasificación "material" de los vehículos de la comunicación, en la que se destaca a los medios: a] orales, se refiere a la difusión de la información entre los ciudadanos, b] escritos, se refiere a la prensa, las tiras dibujadas, c] electrónicos, se refiere a los medios audiovisuales, d] de organización, se refiere a partidos, a grupos de presión.

Se habla de dos tipos de comunicación: a] la vertical, o sea aquella en la que la información se difunde desde los gobernantes hacia los gobernados, y b] la horizontal, es decir aquella en la cual la información se propaga entre los gobernados; a esta

tipología se suman las formas que asume la comunicación política; a saber: directa e indirecta, bilateral e inmediata, o una combinación de éstas.

J. M. Cotteret habla de los vehículos de comunicación (que otros autores denominan canales) como "soportes"; distingue dos conjuntos de "soportes": a] los que engloba bajo el término de "mass media" y b] las "organizaciones". A partir de estos soportes intenta establecer las ocasiones que se ofrecen a los gobernantes y a los gobernados de encontrarse, de intercambiar ideas o informaciones, para lo cual, por un lado divide a los mass media en: 1. Impresos (la prensa cotidiana y periódica) y 2. Electrónicos (la radio y la televisión); estos últimos cuentan con los favores de la comunicación política ya que transmiten: Información política: a] bruta, b] concreta y c] explicada; e Intervenciones de los políticos, las que pueden ser informales o calculadas.

Por otro lado habla de la comunicación a través de las organizaciones, las que pueden ser: Políticas, como sería el caso de los partidos políticos, los que constituyen un "soporte" ideal de la comunicación aunque no siempre se les reconozca esta función; y No Políticas, entre las que se encuentran los grupos de presión. La comunicación en las organizaciones acompaña y completa la información difundida por los media.

El análisis y tipología del contenido de la comunicación política ocupan, en el tercer capítulo, la atención de J. M. Cotteret, quien lo inicia con algunas reflexiones acerca de la comunicación y la política, para luego pasar a analizar en detalle tres facetas del contenido de la comunicación política, introduciendo a su vez, ejemplos de estudios concretos.

Contenido manifiesto y contenido latente de la comunicación política.

El autor habla de los siguientes niveles de análisis de la comunicación: 1] Manifiesto. Aquí no se busca disimular el contenido del pensamiento, este nivel se puede subdividir, a su vez en: a] hecho masivo, en el que las palabras se usan sin matices, y b] hecho expresivo, en el que se seleccionan las palabras; y 2] Latente. La elaboración lingüística utiliza los medios verbales para hacerlos significar otra cosa que la significada ordinariamente por ellos.

Al hablar de un primer análisis del discurso político se refiere a ciertas características del mismo; a saber:

1. La extensión de la frase del mensaje político; la cual se establece en función de dos variables: el tiempo y la intensidad de los acontecimientos.

2. El coeficiente de variación, se refiere a la variación en la extensión de las frases de un discurso político.

3. La riqueza del vocabulario, puede ser: a] absoluta, e investigar qué vínculo existe entre el número total de palabras de un texto y el número de palabras diferentes entre sí que contiene; o, b] relativa, y referirse a que todo discurso político cuenta con una parte más o menos importante de lenguaje usual y corriente (lengua fundamental). La otra parte puede considerarse que pertenece a la "lengua política" (o no fundamental).

Ahora bien, para estudiar el contenido latente de la comunicación política, hay que recurrir a la semiología y tener en cuenta:

1. La comunicación simbólica. La comunicación lingüística puede asumir una forma simbólica en sí misma; se trata de símbolos internos y no de símbolos de acompañamiento. Aquí el símbolo puede ser una palabra determinada o un conjunto de palabras.

El recurrir al símbolo, facilita la comunicación política, creando en ella un clima que condiciona a la persona a la cual se destina el mensaje. El político elige deliberadamente el símbolo, para reforzar y hacer aceptable su mensaje. Así, el símbolo persigue un objetivo bien preciso; el de hacer comprender mejor lo que se dice.

El símbolo, sea verbal o visual, constituye una indicación preciosa sobre el contenido de la comunicación política. No hay que olvidar que la comunicación simbólica se mantiene parcialmente racional.

2. La comunicación mítica. El mito constituye un medio para hacer creer, que recurre también a los símbolos; constituye un excelente instrumento de comunicación.

El mito nunca es pura invención, pero deforma la realidad. El símbolo traduce una cierta realidad, el mito la disfraza.

3. Señal e indicio. El indicio es un hecho (o acción) inmediatamente perceptible que nos hace conocer algo con referencia a otro hecho que no es perceptible. La señal es un tipo especial de indicio producido voluntariamente por el emisor para manifestarle al receptor una intención.

La segunda de las facetas de la comunicación política la constituye *La información partidaria y la información objetiva*; en donde información partidaria se define como aquella que se conforma con una doctrina o un conjunto de ideas vinculadas entre sí. En este caso, para que se reciba la información, tanto emisor como receptor deben compartir el mismo punto de vista doctrinal. La información partidaria depende del emisor, del receptor y del sistema en el seno del cual es difundida.

Información objetiva; la objetividad no puede ser más que relativa y depende de un "código de valores

comunes", compartido por los gobernantes y los gobernados. Si este código —explícito o implícito— existe, la información será recibida como objetiva por todos aquellos que se adhieren a dicho código de valores. En caso contrario, la información es rechazada o discutida.

El desarrollo de los medios de comunicación ha contribuido poderosamente a 'poner en común' los valores convirtiéndolos en los llamados *valores ómnibus*.

La última parte de este capítulo trata sobre *Las instituciones políticas vistas a través del vocabulario de un político*. Se hace referencia a estudios concretos que tratan de ver cómo las palabras ayudan a reforzar las imágenes de los políticos.

En el capítulo denominado Comunicación política y sistema político, se presenta una caracterización de naciones industrializadas y naciones en vías de desarrollo, según G.A. Almond y J.S. Coleman, quienes consideran cuatro aspectos diferentes de la comunicación: 1. la homogeneidad, 2. la movilidad, 3. el volumen de la información y 4. la dirección de la corriente de la información.

En relación a la adecuación de la comunicación política, se dice que en los sistemas políticos existe un equilibrio central importante: el acuerdo entre los gobernantes y los gobernados. Los gobernantes deben corresponder a los deseos, demandas y exigencias de los gobernados, y éstos deben aceptar las decisiones restrictivas adoptadas por los gobernantes. Este acercamiento se efectúa mediante un intercambio de mensajes de los gobernantes a los gobernados y viceversa, según un código común, sin el cual no existiría comunicación. Dicho código está formado de un conjunto de valores comunes, a los cuales tanto quienes gobiernan como

quienes son gobernados, se refieren explícita o implícitamente.

Al hablar de la comunicación, por parte de los gobernantes, se recalca el hecho de que éstos deben usar mensajes que tengan la posibilidad de ser comprendidos y aceptados por los gobernados. A este tipo de comunicación, se le pueden atribuir dos modalidades: a] la de informar sin la consideración de los efectos sobre las preferencias del receptor, y b] la de modificar las preferencias sin considerar la información.

Por otra parte se afirma que al concebir la comunicación como la capacidad del sistema para engendrar y mantener la creencia en que las instituciones políticas son las más apropiadas para la sociedad, se tiene que, en un período normal, la comunicación informativa domina; durante un período de cambio, predomina la comunicación persuasiva, que puede llegar a transformarse en propaganda. De aquí que el uso, por parte de los gobernantes, de uno u otro procedimiento para comunicarse, revele la atención de éstos y la naturaleza del sistema político.

Otro aspecto que se menciona es el de control de la difusión mediante la regulación de la velocidad de transmisión de la información; ya que el transmitir una noticia instantáneamente aumenta el choque que sienten los gobernados; (esto es, el efecto de la comunicación); por lo que los gobernantes no pueden ignorar los efectos de la velocidad de difusión de la noticia, ni dejar el control de los medios de difusión; para mantenerse dueños de la comunicación y por ende de los acontecimientos políticos.

Para concluir el capítulo, J.M. Cotteret habla del objetivo de la función de comunicación, el cual consiste en reducir el estado de tensión y su realización depende de la am-

plitud de las probables perturbaciones.

El quinto y último capítulo se refiere a los efectos de la comunicación política; los que pueden enfocarse desde dos puntos de vista: a] el que considera a la comunicación como uno de los factores que influyen en la decisión electoral y, b] el que toma a la comunicación de manera global.

Para ver la acción de la comunicación sobre los gobernados, el autor cita a un investigador japonés, Hiroshi Akuto, y al norteamericano Paul F. Lazarsfeld; el primero considera que existen cinco fases en el estudio del efecto de las comunicaciones masivas; en tanto Lazarsfeld encuentra dos dimensiones distintas en lo referente a los efectos de la comunicación.

En relación al efecto de la comunicación política sobre el conocimiento y el comportamiento, es indiscutible que se obtengan conocimientos políticos gracias a la comunicación, pero es difícil obtener la medida precisa de los conocimientos que se adquieren por este medio.

Como ejemplo de la influencia que la comunicación ejerce sobre el comportamiento, el autor hace mención a un estudio japonés, donde se muestra que "en una época durante la cual los diarios eran bastante violentos en su anticomunismo, los lectores, a su vez, eran los más fuertemente anticomunistas".

Al analizar la acción de la comunicación sobre los gobernantes, el autor también se vale de estudios ya realizados; entre los que se afirma que "la imagen del locutor no deja indiferente a quien recibe el mensaje", por lo que los gobernantes deberán seguir los consejos referentes a su apariencia en las presentaciones ante el público, sobre todo por televisión, si desean que lo que dicen se acepte.

El libro concluye con las siguientes ideas: el objetivo de la comunicación política es el de lograr el acuerdo entre gobernantes y gobernados acerca de una política común, y debido a que la política no es la misma en la televisión que en la trastienda de un café o en un diario, el mensaje variará según sea el vehículo que lo soporte y la audiencia a la que se destine.

El libro de Jean Marie Cotteret, si bien intenta aproximarse al tema político, es pobre en cuanto a teoría política, y las definiciones que presenta en torno a la política dejan bastante qué desear. No obstante debe reconocerse el esfuerzo realizado por el autor al intentar abordar

los problemas políticos desde una nueva perspectiva: la comunicación. El interés de la investigación emprendida por Cotteret reposa sobre la precisión de la técnica de aproximación.

El libro es bueno también en lo referente a la comunicación, pues toma en cuenta con minuciosidad a los diferentes momentos del proceso de comunicación, a los elementos de éste y a las variables que influyen en el mismo; por lo que nos parece que este libro es de mayor provecho para aquellos que se interesan en estudios de comunicación, lingüística y/o semiología, que para quienes se interesan por problemas políticos.

Edna Ibarrondo