

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“LOS PARADIGMAS COMUNICACIONALES EN LA  
ELABORACIÓN DE TESIS EN LA ESCUELA DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN”**

Trabajo de tesis presentado por

**GABRIELA CASTELLANOS DIÉGUEZ**

Previo a optar el Título de

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Asesor de Tesis:**

Licenciado Ismael Avendaño Amaya

Guatemala, octubre de 2006

DL  
16  
T(518)

**DIRECTOR**

Lic. Gustavo Bracamonte Cerón

**CONSEJO DIRECTIVO**

**REPRESENTANTES DOCENTES**

Lic. Sergio Morataya

Lic. Víctor Carillas

**REPRESENTANTES DE LOS EGRESADOS**

Lic. Marcel Arévalo

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

Edgar Hernández

Estevens Mencos

**SECRETARIA**

Licda. Miriam Isabel Yucuté

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

Lic. Miguel Angel Juárez

Lic. Víctor Carillas

M.A. María Del Rosario Estrada (Suplente)

Lic. Ismael Avendaño Amaya (Presidente)

M.A. Elpidio Guillén

Dr. Wangner Díaz Choscó

Guatemala, 10 de marzo de 2006

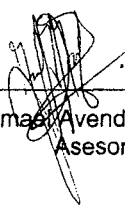
M.A., Aracelly Mérida  
Coordinadora,  
Comisión de Tesis,  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil.

Distinguida Licenciada M.A. Mérida.

Por medio de la presente informo a usted que he revisado la versión final de la tesis de la estudiante Gabriela Castellanos Diéguez, Carné 200016909 cuyo tema es: *La utilización de los paradigmas comunicacionales en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.*

El citado trabajo llena los requisitos de rigor, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

Atentamente,



---

Lic. Ismael Avendaño Amaya  
Asesor

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

c.c. arch.vo.



Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 28 de marzo de 2006  
ECC 353-06

Señor(a)(ita)  
Gabriela Castellanos Dieguez  
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 28.6 del Punto VIGESIMO OCTAVO del Acta Extraordinaria No. 08-06, de sesión celebrada el 27-03-06.

“VIGESIMO OCTAVO:...28.6... El Consejo Directivo, ACUERDA: El Consejo Directivo, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA:

1) Nombrar a los profesionales: Lic. Ismael Avendaño, (Presidente), M.A. Elpidio Guillén, Dr. Wangner Diaz para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante GABRIELA CASTELLANOS DIEGUEZ, Carné No. 200016909, cuyo título es: “LA UTILIZACIÓN DE LOS PARADIGMAS COMUNICACIONALES EN LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS DE TESIS EN LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN”. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo.”

Atentamente,

“DID Y ENSEÑAD A TODOS”

Licda. Miriam Yucutá  
Secretaria



MY/csg

*Por una Escuela con luz propia*



Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

**APROBACIÓN TERNA REVISORA**

Guatemala, 19 de septiembre, 2006

Señores  
**CONSEJO DIRECTIVO**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Edificio

Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante GABRIELA CASTELLANOS DIEGUEZ

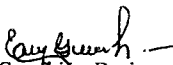
Carné 200016909


Ha realizado las correcciones y recomendaciones a TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:  
"Los paradigmas comunicacionales en la elaboración de tesis en la Escuela de Ciencias  
de la Comunicación".

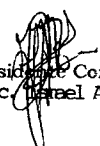
En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Miembro Comisión Revisora  
M.A. Elpidio Guillén

  
Miembro Comisión Revisora  
Dr. Wagner Díaz

  
Presidente Comisión Revisora  
Lic. Daniel Avendaño

Cc. Archivo

**DEDICATORIA:**

**A MIS AMADOS PADRES:**

*Rosa Aura Diéguez Ramírez y José David Castellanos Álvarez, por su amor, paciencia y apoyo incondicional.*

**A MIS ABUELITOS:**

*Estela Ramírez Gameros, Clemencia Álvarez y Macario Hernández, por sus sabios consejos.*

**A MI QUERIDA TÍA:**

*Julia Diéguez Ramírez, por ser mi primera maestra y una segunda madre.*

**A MI HERMANO:**

*Pablo Roberto Castellanos*

**A MI ÁNGEL:**

*Erick Fernando Pur Aceituno, por su amor y comprensión.*

**A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS:**

*José Heriberto Cano y Luis Eduardo Castellanos, por acompañarme en este recorrido.*

**Y A TODA MI FAMILIA,** y a todas las personas que de alguna manera hicieron posible este trabajo.

*Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.*

## ÍNDICE:

RESUMEN	02
INTRODUCCIÓN	03
<b>CAPÍTULO I</b>	
I. MARCO CONCEPTUAL	
I.1. TEMA	04
I.2. ANTECEDENTES	04
I.3. JUSTIFICACIÓN	04
I.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	04
I.5. OBJETIVOS: General y específicos	05
I.6. DELIMITACIÓN	05
<b>CAPÍTULO II</b>	
II. MARCO TEÓRICO	
II.1. LA COMUNICACIÓN	06
II.2. ELEMENTOS EN LA COMUNICACIÓN	07
II.3. LOS PARADIGMAS Y MODELOS COMUNICACIONALES	09
II.4. PARADIGMA DE LASSWELL	10
II.5. PARADIGMA DE SHANNON Y WEAVER	12
II.6. PARADIGMA DE SCHRAMM	14
II.7. PARADIGMA DE BERLO	18
II.8. PARADIGMA DE BERELSON	20
II.9. FUNCIONALISMO	21
II.10. BIOGRAFÍAS (Berelson, Berlo, Lasswell, Schramm, Shannon y Weaver)	22
<b>CAPÍTULO III</b>	
III. MARCO METODOLÓGICO	
III.1. PROBLEMA	26
III.2. OBJETIVOS: General y específicos	26
III.3. METODOLOGÍA	26
III.4. TÉCNICA	26
III.5. INSTRUMENTOS	27
III.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	27
<b>CAPÍTULO IV</b>	
IV. MARCO OPERATIVO	
IV.1. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	40
ANEXOS	41
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, HEMEROGRÁFICAS, ELECTRÓNICAS Y OTRAS FUENTES	43



## **RESUMEN:**

### **TÍTULO:**

Los paradigmas comunicacionales y elaboración de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **TEMA:**

Los paradigmas comunicacionales en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **AUTORA:**

Gabriela Castellanos Diéguez.

### **UNIVERSIDAD:**

Universidad de San Carlos de Guatemala.

### **UNIDAD ACADÉMICA:**

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **PROBLEMA INVESTIGADO:**

¿Cuáles son los principales paradigmas comunicacionales utilizados en la elaboración de trabajos de tesis de 2000 a 2004, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

### **PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN:**

Encuesta, modalidad cuestionario, para recabar datos importantes con los asesores de tesis de la muestra a revisar, y la elaboración fichas de observación, destinadas al análisis de las tesis, para poder determinar la existencia de un enfoque paradigmático.

## INTRODUCCIÓN:

# INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Al hablar de paradigma, podemos darnos cuenta que desde que Thomas Kuhn escribió su libro, "La Estructura de Las Revoluciones Científicas" la utilización y creación de elementos paradigmáticos se convirtió en la novedad de los científicos de todas las ramas.

El paradigma es el conjunto de teorías, conceptos, corrientes, modelos, que los miembros de una comunidad científica comparten<sup>1</sup>, y al hablar de paradigma esta

comunidad científica recibe la capacidad de plantear interrogantes y problemáticas, a las que les encuentran y buscan solución a partir de sus propios paradigmas.

Los paradigmas son el pilar para la realización de investigaciones en el campo de la comunicación, es así, que se requiere utilizar diferentes tipos de modelos, teorías y estructuras que las rijan. Como Escuela de Ciencias de la Comunicación, es importante el recurrir a paradigmas como metodología para la elaboración de trabajos de Tesis.

Partiendo de lo anterior se asienta el tema de investigación: *La utilización de los paradigmas comunicacionales en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.*

En el primer capítulo se presenta el marco conceptual, en el que se plantean los objetivos y el problema, la justificación y delimitación de este último.

El segundo capítulo encierra el marco teórico, en el que se explican conceptos claves para la investigación, la comunicación, elementos y proceso, los paradigmas comunicacionales, el funcionalismo y sus principales exponentes y sus biografías.

El tercer capítulo comprende la metodología, las técnicas de investigación y los instrumentos empleados en la aplicación de estas técnicas, la muestra y universo.

Y finalmente, en el cuarto capítulo se presenta el análisis de resultados y las conclusiones de la investigación.

<sup>1</sup> Kuhn (1971:271)

## I. MARCO CONCEPTUAL:

# MARCO CONCEPTUAL

MARCO CONCEPTUAL



### TEMA:

La utilización de los paradigmas comunicacionales en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### PROBLEMA:

¿Cuáles son los paradigmas comunicacionales utilizados en la elaboración de trabajos de tesis del año 2000 a 2004, en la

### La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

Escuela de Ciencias de la Comunicación de la  
Universidad de San Carlos de Guatemala?

### ANTECEDENTES:

De la indagación de fuentes de consulta, se encontró únicamente, el texto didáctico de Sergio Sigüenza.

### JUSTIFICACIÓN DE TEMA:

Debido a la trascendencia del papel que juegan los paradigmas comunicacionales en la investigación científica dentro de esta área, y la necesidad de utilización de los mismos como base en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, surge el presente estudio.

Puesto que las ciencias de la comunicación, como toda disciplina necesita de una matriz que guíe a los actuales y futuros profesionales dentro de la comunidad científica, por ello es menester, la aplicación de los paradigmas como enfoque, herramienta y/o técnica de investigación, para así establecer parámetros más apegados a la comunicación.

Por tanto, un estudio realizado a partir de un paradigma, es lo que preparará a un estudiante de manera adecuada en la incursión hacia su integración como miembro de una comunidad científica, en la que trabajará y se desenvolverá mas adelante.

**OBJETIVOS:****GENERAL:**

Establecer cuáles son los paradigmas comunicacionales de la corriente funcionalista, utilizados por los estudiantes en la elaboración de los trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**ESPECÍFICOS:**

- Enumerar los autores (creadores de algún paradigma), que los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, adoptaron en la elaboración de sus trabajos de tesis.
- Determinar la función dada a los paradigmas dentro del proceso de la investigación (tesis).

**DELIMITACIÓN:**

**TEMPORAL:** Trabajos de Tesis comprendidos de 2000 a 2004.

**ESPACIAL:** Ciudad Capital.

**INSTITUCIONAL:** Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Campus Central.

## II. MARCO TEÓRICO

en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

# MARCO TEÓRICO

MARCO TEÓRICO

Entonces, ¿Existiría la sociedad humana como la conocemos hoy, si no nos comunicáramos? Evidentemente, la respuesta es no. Es difícil imaginarse a los seres humanos no compartiendo sus emociones o sus experiencias con otros congéneres.

Desde los inicios, con las primitivas pinturas rupestres hasta los más innovadores y tecnológicos procesos comunicativos electrónicos, han sido una forma de expresión. La comunicación es el motor de la sociedad, es la forma en la que el humano puede desarrollarse plenamente en todas las áreas de su vida.

"Es un fenómeno de interacción social"<sup>2</sup>, significa compartir un mensaje entre un emisor y un receptor, esperando una respuesta. En pocas palabras es un proceso, en el cual intervienen diversos elementos interactuando entre sí. Pero ¿cuáles son estos componentes? Para Albizúrez Palma: "Todo acto de comunicación implica, un destinatario, un destinatario, un mensaje, un canal, un referente y un código."<sup>3</sup> Mientras que Interiano, agrega al anterior modelo el elemento *Retroalimentación* o *Feedback*<sup>4</sup>.

Algunos otros autores agregan al proceso la intervención de los ruidos, pudiendo ser estos físicos, fisiológicos, psicológicos y semánticos. A continuación se desarrollan más claramente sus definiciones.

### II.1. LA COMUNICACIÓN

El término comunicación tiene su origen en el latín *communis* que significa común. En las lenguas romances se ha conservado también el representativo significado de un término griego *Koinoonia* que significa al mismo tiempo comunicación y comunidad. Y en castellano la raíz *común* es compartida por las palabras comunicación y comunidad. Esto demuestra la estrecha relación que existe entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está

<sup>2</sup> Interiano, Carlos (1999:09)

<sup>3</sup> Albizúrez, Francisco (1990:22)

<sup>4</sup> Interiano, Carlos (1999)

## II.2. ELEMENTOS EN LA COMUNICACIÓN

En la generalidad de paradigmas y modelos comunicacionales existen como mínimo cuatro elementos principales que son: emisor o comunicador, el mensaje, el canal o medio y el receptor o perceptor.

Pero si sólo contáramos con estos componentes el proceso quedaría incompleto, puesto que es necesaria la respuesta del receptor (realimentación)<sup>5</sup>, un código común (codificación y decodificación), con el cual puedan entenderse y un contexto donde desarrollar el proceso. Es por eso que se incluyen en este apartado.

- **Emisor:** es de quién depende el envío correcto de un mensaje codificado, que será recibido por el perceptor, que a su vez devuelve una respuesta intercambiando así sus roles. Por ejemplo, Pedro (emisor) saluda a Juan (receptor) y éste último le contesta, convirtiéndose así en emisor y Pedro en receptor. Sin embargo, dentro de la corriente funcionalista, el proceso comunicativo termina con la llegada del mensaje al receptor.
- **Codificación:** Es un proceso que convierte las ideas del comunicador en un conjunto sistemático de símbolos y signos (código), en un lenguaje entendible para el perceptor. Es decir, que debe existir un código común. Por ejemplo, para que Pedro y Juan se entiendan deben hablar el mismo idioma.
- **Mensaje:** es lo que pretende comunicar el emisor, es el resultado de la codificación. Pedro quiere pedirle prestado a Juan su azadón, entonces, después de pensar lo que quiere y como pedirselo, realiza el proceso mental de codificación y le pregunta: *¿Me prestas tu azadón hoy en la tarde, vos Juan?* De esta forma elabora el mensaje y lo envía.
- **Canal o medio de comunicación:** es el medio por el cual el mensaje es enviado por el emisor al receptor. Un canal o medio puede ser el teléfono, el correo, chat, señales de humo, la prensa, radio, televisión, entre otros. Inclusive los gestos corporales son medios. Cuando la comunicación de un emisor es contradictoria, es decir, el mensaje no oral contradice al oral, (por ejemplo, Juan contesta a Pedro, "con mucho gusto", pero su rostro se encuentra con una expresión de molestia y desagrado), el receptor generalmente, dará mayor importancia al contenido no oral de la comunicación que está recibiendo. Este tipo de comportamiento disminuirá la capacidad de persuasión del emisor hacia su receptor.
- **Decodificación:** otro paso importante para que el proceso comunicativo culmine es la interpretación y comprensión del mensaje enviado por el emisor al receptor. Éste último decodifica el mensaje basándose en experiencias y conocimiento previos. Es importante recordar que el código debe ser el mismo para un entendimiento exacto.
- **Receptor:** Es quién recibe y decodifica el mensaje. Luego de haberlo analizado y comprendido envía una respuesta.
- **Realimentación o feedback:** Es cuando el receptor le da respuesta al mensaje y permite al comunicador establecer si se ha recibido su mensaje y si ha logrado conseguir la respuesta buscada. La realimentación puede indicar la existencia o no de fallos en la comunicación.
- **Contexto:** puede decirse que es el escenario, temporal, social, político, económico y cultural en el cual tiene lugar la transmisión de un mensaje. El contexto puede ser conocido de igual forma como referente o referencialidad, debido a que el mensaje debe hacer referencia a un contexto específico.

Además de los anteriores elementos existe un factor influyente en la comunicación que determina en muchas ocasiones la efectividad de la misma.

<sup>5</sup> El término *realimentación* fue recientemente cambiado por el de *realimentación*.

### La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

- **El ruido:** puede ser cualquier factor que distorsione o impida el fluir de la intencionalidad que persigue el mensaje y puede producirse en todos los elementos que forman parte del proceso de la comunicación. Es por ello, que como ya se mencionó, éstos se clasifican de esta manera: ruidos físicos, fisiológicos, psicológicos y semánticos.

Ruidos físicos:

Responden a todas aquellas deficiencias en el comunicador o en el canal, que impiden la transmisión clara del mensaje. Un ejemplo de ruido en la fuente podría ser, la falta de información o conocimiento, sobre algún tema del cual el comunicador se encuentra hablando. Y por lo tanto no transmite a cabalidad el mensaje.

Un ruido en el canal podría ser la mala recepción de señal o la estática de un teléfono móvil, que imposibilita la recepción clara del mensaje.

Ruidos fisiológicos:

Éstos son impedimentos de orden fisiológico en el comunicador y en el receptor. Como puede ser una enfermedad de la garganta que le dificulta, emitir el mensaje de forma comprensible al

receptor. Y en el receptor, sería un problema de sordera.

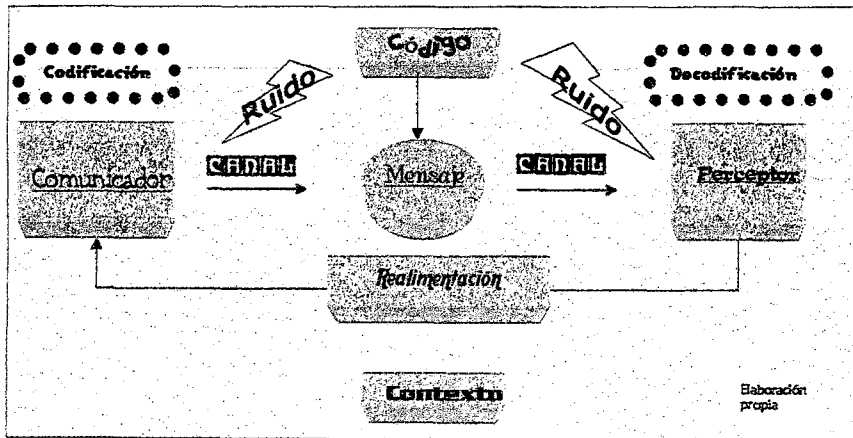
Ruidos psicológicos:

Estos generalmente son producidos por problemas en la órbita emocional, como los prejuicios, tensión, falta de atención, entre otros.

Ruidos semánticos:

Anteriormente se menciona la importancia del contexto y su referencialidad, aquí podemos encuadrar los ruidos ocasionados por un mensaje emitido en un entorno erróneo. Asimismo, se incluyen los ruidos inducidos, por una mala interpretación de los mensajes.

Vale destacar que todos estos elementos son fundamentales para que se produzca la comunicación y que no deben ser considerados como independientes, puesto que el proceso se desarrolla con la interacción de todos ellos.



### II.3. LOS PARADIGMAS Y MODELOS COMUNICACIONALES

Antes de adentrarnos en este tema, es importante aclarar la definición de paradigma. Para Kuhn, es una constelación de creencias, valores, técnicas, entre otros, que comparten los miembros de una comunidad determinada. Por otra parte, denota una especie de elementos de dicha constelación y las concretas soluciones de problemas que, al ser empleadas como modelos o ejemplos, reemplazarán a las reglas explícitas como la base de la solución del resto de los problemas de la ciencia normal.

Es decir, un paradigma es la matriz disciplinaria que comparten los integrantes de una comunidad científica y a la vez es el ejemplo compartido (el problema de una disciplina) por dicha comunidad. Como diría Kuhn en su obra "La estructura de las revoluciones científicas": "Un paradigma es lo que los miembros de una comunidad científica comparten, y, recíprocamente, una comunidad científica consiste en hombres que comparten un paradigma."<sup>6</sup>

Todas las ciencias sociales han estudiado a la comunicación. Y este interés por el proceso comunicativo ha tenido como resultado una diversidad de modelos y paradigmas, diferenciados en cuanto a su representación y sus elementos. Pero ninguno de ellos puede calificarse de exacto, sino que algunos serán de mayor utilidad o se relacionarán más que otros en determinado momento.

Y como la comunicación es un proceso universal que ha sido estudiado por muchos científicos de esta área, podemos encontrar diversos modelos y paradigmas de comunicación. Y como toda ciencia necesita de una matriz disciplinaria que guíe a los actuales y futuros profesionales dentro de la comunidad científica, es útil pasar una rápida revista por algunos de los modelos más conocidos.

Los paradigmas y modelos comunicacionales puede listarse de la siguiente manera<sup>7</sup>:

- **Modelos físicos:** entre estos se encuentran los de tipo mecanicista, son aquellos que inicialmente se aplican a los dispositivos artificiales, como el de Shannon y Weaver.
- **Modelos psicológicos:** Estos modelos intentan relacionar la parte física de la comunicación con los procesos mentales de las personas que se comunican. Entre los más conocidos están los de Osgood, Hovland y Berlo.
- **Modelos sociológicos:** Parte del principio de la comunicación como un fenómeno social y las estructuras sociales mayores. Sus principales exponentes son Riley, Westley-Mclean y Schramm.
- **Modelos antropológicos:** se centra en el estudio de los procesos de comunicación dados en la vida social de las culturas, como su idioma, mitos, costumbres, etc. Levi-Strauss y de Hall fueron muy importantes en esta área, debido a que hicieron desaparecer el mecanicismo de los modelos físicos, psicológicos y sociológicos.
- **Modelos socio-psicológicos:** Aquí se incluye los modelos que consideran los factores personales de los comunicantes y las relaciones entre dos o más personas. Encontramos aquí modelos como los de de Ruesch y Bateson y Antonio Pasquali.
- **Modelos semiológicos:** El más sobresaliente modelo en esta categoría es el de Ogden y Richards.

<sup>6</sup> Kuhn, Thomas (1971:271)

La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

<sup>7</sup>Según Tomás Austin M. (2005)



## II.4. PARADIGMA DE LASSWELL

# PARADIGMA

De Harold Lasswell

Es entonces que el estadounidense Harold Lasswell, inicia sus estudios en el campo de la comunicación, sobre los efectos y la efectividad de los medios, centrando su investigación en la comunicación masiva. Tratando así, de averiguar las posibilidades persuasivas y la influencia que pueden llegar a tener los medios en el control del aprendizaje y la conducta del público. Y es en 1930, que este investigador, crea un modelo básico del proceso de comunicación, el cual muestra cómo funciona la comunicación interpersonal.

El paradigma de Lasswell, se basa en parte en Aristóteles y sus postulados sobre la retórica, que es la que asegura que todo emisor se dirige a un receptor con la intención de persuadirlo, es decir, producir un efecto a través de un mensaje y de esta forma se dirige hacia la teoría conductista, del principio Estimulo→Respuesta de Pavlov, (que presentaba a los seres humanos indefensos y propensos cualquier estímulo de la realidad circundante). Este paradigma responde a la clasificación de modelo sociológico. Más que un modelo o esquema nos presenta una manera clara de cómo planificar una estrategia comunicacional efectiva.

Lasswell presenta su modelo a partir de una serie de preguntas: "¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?" Encerrando de esta forma los principales elementos que intervienen en la comunicación. El emisor (Quién), el mensaje (dice qué), el medio (en qué canal), el receptor (a quién) y el efecto.

La ciencia de la comunicación surge a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial, como una respuesta a la necesidad de explicar y anticipar la influencia de los *mass media* en el público, como consecuencia de las secuelas de la campaña masiva que llevó esa guerra.

### PARADIGMA COMUNICACIONAL DE LASSWELL

¿Quién?	¿Dice qué?	¿Por qué canal?	¿A quién?	¿Con qué efecto?
COMUNICADOR	Mensaje	Canal	AUDIENCIA	EFECTO
Análisis de control	Análisis de contenido	Análisis del medio	Análisis de audiencia	Análisis de efectos

La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

Es evidente que cuando Lasswell desarrolla su estudio, lo enfoca hacia la política y la propaganda, pues cuando se refiere al Quién, está proponiendo un análisis y estudios de control, el objetivo del emisor debe ser controlar al receptor (es decir, a las masas), y sus respectivos efectos.

Además nos habla de un análisis de contenido, con *Dice qué (mensaje)*, porque igualmente debemos saber cómo y qué decir.

Asimismo, debemos conocer el contenido de lo que será materia de análisis después de transmitir el mensaje. Cuando dice *Por qué canal*, claramente denota un análisis de medios, saber transmitir nuestro mensaje en el medio correcto, para lograr más palpablemente nuestro objetivo, causar el efecto deseado en la audiencia.

El receptor es decir, a *quién* representa un análisis de la audiencia, y *con qué efecto*, es sencillamente el análisis de resultados, comprobar que tan efectivo ha sido nuestro mensaje.

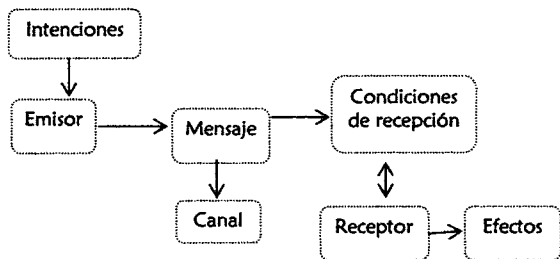
Lasswell limita la participación del receptor, a únicamente captador de información, no establece que deba existir una respuesta de parte suya, para que se produzca el proceso comunicativo.

No existe por lo tanto, realimentación, ni interrelación de los elementos. Sin embargo, posee una gran aplicabilidad y capacidad de síntesis, lo que lo llevó a establecer su modelo como un paradigma y a ser considerado uno de los padres de la comunicación. "El esquema de Lasswell organizó la incipiente Communication Research en torno a dos temas centrales y de más larga duración —el análisis de los efectos y el análisis de los contenidos—."<sup>8</sup>

Es por ello que en la publicidad este paradigma y el conductista, son los mayormente utilizados en la elaboración de estrategias publicitarias.

Posteriormente Nixon modifica el modelo. Y Hovland le introduce los conceptos de las intenciones del Emisor y las condiciones del receptor.

## Esquema de Hovland



<sup>8</sup> Wolf, Mauro (1990:32)



## II.5. PARADIGMA DE SHANNON Y WEAVER

# PARADIGMA

De Shannon y Weaver

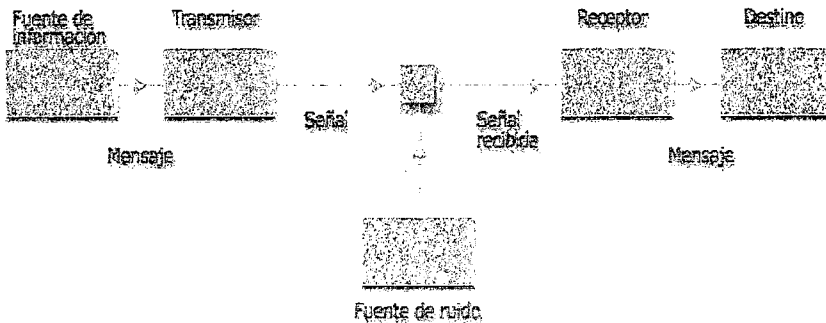
Lo importante en este modelo es la calidad de información que transmitamos y no lo que transmitimos. Se basa en la Teoría Matemática, cálculo de probabilidades, estadística entre otros.

Sus estudios se centran en el campo de las telecomunicaciones. Este modelo pertenece a la teoría informacional de la comunicación, es decir parte de la transmisión de información y encaja en el perfil de los modelos físicos y mecanicistas.

La funcionalidad de este paradigma, proporciona alta aplicabilidad, además ha llevado a la investigación comunicativa a determinar la posible existencia de agentes obstruores dentro del proceso comunicativo, que provocan los ruidos o barreras.

Describe la comunicación como un proceso lineal y menciona el ruido como un factor disfuncional.

### PARADIGMA COMUNICACIONAL DE SHANNON Y WEAVER



La fuente selecciona el mensaje, el transmisor codifica y transmite, comenzando el proceso técnico. Cuando la señal está circulando por el canal sufre los efectos del ruido. Al recibirse la señal, comienza el proceso de decodificación.

El mensaje se convierte en código que va a un destino. El receptor es un receptor técnico, no la persona que recibe el mensaje (destino).

Dentro de este proceso, aparecen dos tipos de mensaje; un mensaje emitido y un mensaje recibido. Este segundo cambia debido a que es sometido a la aparición del ruido. Un ruido denominado dentro de este paradigma como técnico.

Pero, como ya se mencionó las ciencias sociales hablan de distintos ruidos, físicos, semánticos, culturales, entre otros.

El problema de la comunicación según Shannon y Weaver, consiste en reproducir en un punto, exacta o aproximadamente, un mensaje en otro punto. Generalmente el mensaje tiene un significado, que puede llegar a ser distorsionado.

Entre las dificultades que puedan generarse en el proceso comunicativo causado por la interferencia, Weaver delimita tres niveles de problemas:

### Esquema de Weaver



### PROCESOS DE DECODIFICACIÓN

#### Problemas a nivel Técnico:

Aluden a la exactitud con que pueden ser transmitidos los símbolos de la comunicación a través de los canales adecuados y bajo el sistema de signos apropiados (código).

#### Problemas a nivel Semántico:

Es la existencia o ausencia de la coherencia entre lo que se transmite y lo que se desea transmitir.

#### Problemas a nivel Pragmático o de Efectividad:

La congruencia entre las intenciones del emisor y la conducta del receptor, lograr el objetivo exacto del mensaje que se transmitió.



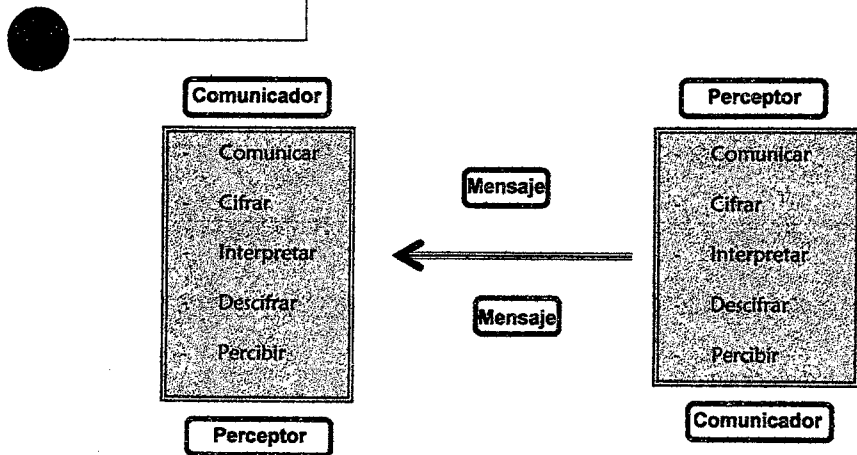
## II.6. PARADIGMA DE SCHRAMM

# PARADIGMA

De Schramm

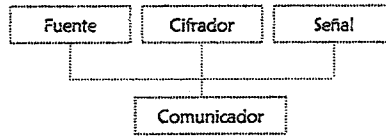
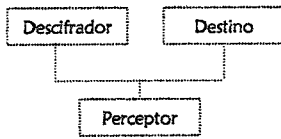
Comunicar significa compartir, establecer algo en común y para el adecuado desarrollo del proceso comunicativo es necesario: una fuente (puede ser una persona o una organización informativa), un mensaje (que puede tomar cualquier señal que pueda interpretarse) y un destino (que puede ser cualquier persona que entienda las señales que la fuente emite).

Schramm elabora un modelo del proceso comunicativo, de una forma más dinámica, puesto que considera que el emisor y receptor, deben alternar sus roles una y otra vez en el flujo comunicacional. Toma en cuenta los actos de comunicar, cifrar, interpretar, descifrar y el percibir en relación al mensaje y su contenido.



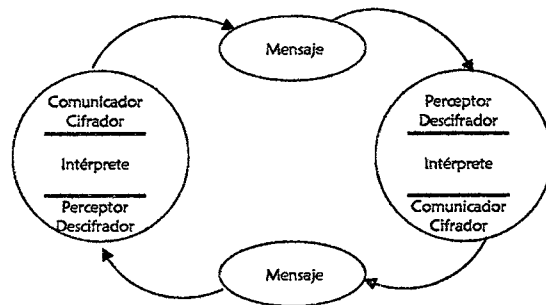
Schramm presenta cinco modelos de comunicación, que pertenecen al área de los modelos sociológicos.

El primero muestra la comunicación como un proceso interpersonal. Mostrando las actividad de cada uno.



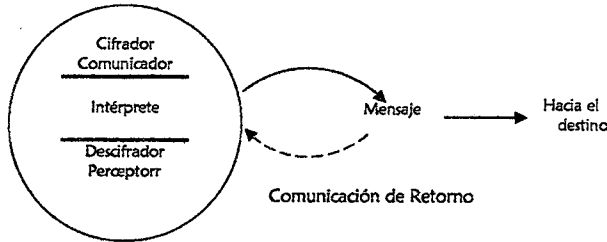
En el segundo modelo la fuente codifica el mensaje y lo transmite y el destino lo decodifica y recibe. El mensaje es todo lo que tiene en común el emisor como el receptor, además comparten un contexto establecido en la experiencia. Para que la comunicación sea un proceso fluido, el campo común debe ser más amplio. La comunicación deja de ser un proceso lineal.

En el tercer modelo, un intérprete codifica y decodifica, el emisor puede ser el receptor y viceversa. Existen dos mensajes, entrando en un proceso constante, existe un diálogo.

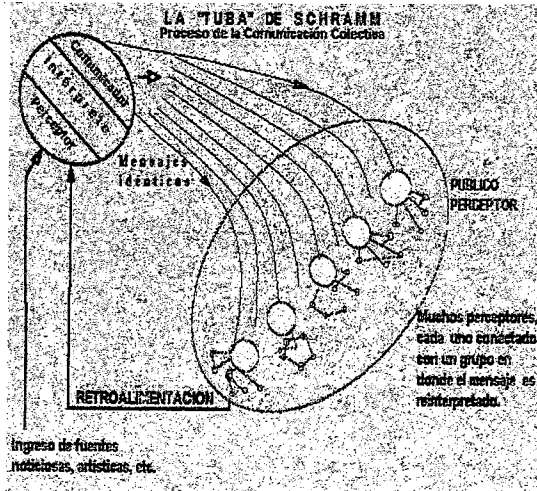


Schramm estudia un esquema de comunicación de masas. Los medios de comunicación actúan como emisores y receptores.

Estos envían la información basada en su interpretación de la realidad, que a su vez genera una respuesta que el medio también interpreta. Así podemos saber lo que determinan lo que el destino espera captar.



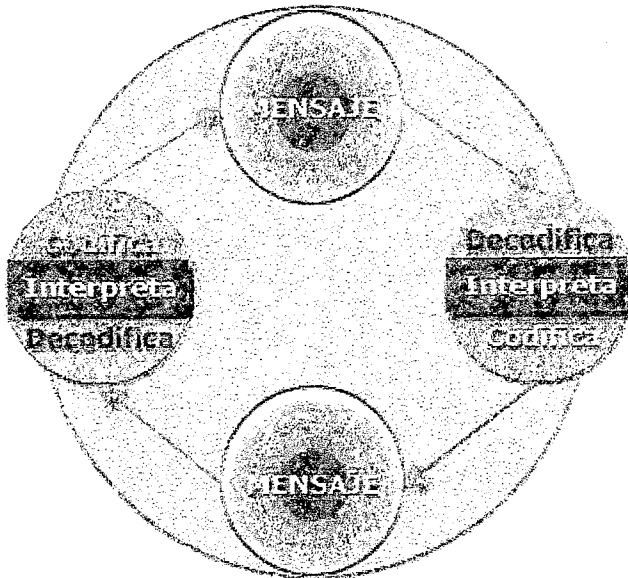
Finalmente, el paradigma de Schramm, conocido también como la "Tuba", determina que en la comunicación masiva se envían diversos e iguales mensajes, a través de los medios, que son captados por un público, compuesto por perceptores dentro de los grupos sociales, desde donde se hace la interpretación de los mensajes influenciados en cierta forma por los líderes de opinión.



Con la ayuda de Osgood, logran formular un modelo más completo, en el que aseguran que existen comunicaciones que varían en su circularidad. Con esto se referían a las comunicaciones donde existe mayor o menor posibilidad de realimentación.

Por ejemplo, en el caso de las comunicaciones masivas existe menos probabilidad de respuesta, por lo tanto es menos circular. A continuación el modelo de Osgood y Schramm.

### PARADIGMA COMUNICACIONAL DE OSGOOD Y SCHRAMM



Fuente: Perfil biográfico y El pensamiento ©  
Infoamérica.



## II.7. PARADIGMA DE BERLO

# PARADIGMA De Berlo

Berlo formuló un modelo que podía ser utilizado para describir la conducta individual de las personas que intervienen en un proceso de comunicación, aplicándolo a distinto nivel de análisis, para describir desde el punto de vista de la red de comunicación, la operación del organismo de que se trate. A partir de los siguientes componentes: la fuente de la comunicación, el codificador el canal, el decodificador y el receptor de la comunicación.

La fuente es el principio, el punto de partida de la emisión, sensible en cuanto a la fidelidad, a los elementos como las habilidades comunicativas, sus conocimientos específicos, actitudes y su posición sociocultural. Después determina la forma en que se proponen afectar a su receptor, encodifica el mensaje destinado a obtener a la respuesta esperada.

La encodificación encierra las habilidades de habla y escritura, la descodificación, las de leer y escuchar, toda la codificación, que incluye ambas operaciones y el objetivo es el pensamiento. El canal es el vehículo de transporte para el mensaje, que se dirige a cualquiera de los sentidos o a varios a la vez, para su recepción.

El receptor, actúa como tal, y como fuente encodificadora. La decodificación es determinada por las actitudes que el receptor decodificador tiene consigo mismo, hacia la fuente y hacia el contenido por su nivel de conocimiento del código.

El aporte de Berlo a las teorías de la comunicación radica principalmente en la inserción de los elementos de codificación, ya que según plantea la comunicación se traduce en un sistema de signos, el cual debe ser decodificado por el receptor para que exista una comprensión del mensaje, de esta forma, el modelo de Berlo consta de una fuente, la que puede ser una persona o grupo de personas con un objetivo para comunicar.

El modelo de Berlo, hace énfasis en las relaciones entre los elementos de la comunicación y a las características de una persona determinada, que participa en el proceso.

PARADIGMA DE BERLO



EMISOR



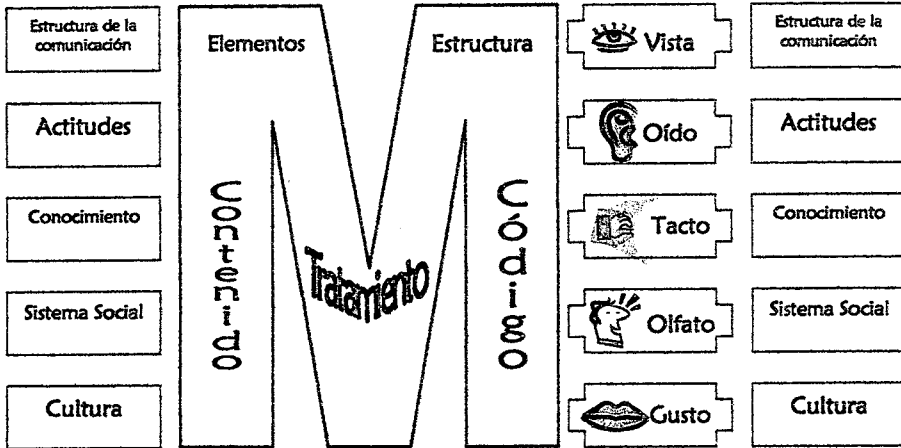
MENSAJE



CANAL



RECEPTOR



## II.8. PARADIGMA DE BERELSON

# PARADIGMA

De Berelson

El trabajo fundamental de Berelson fue el libro **Analysis in Communication Research**, ya que él es considerado el creador del análisis de contenido, y lo definió como una técnica de investigación en la comunicación que permite describir los mensajes y que se distingue por su carácter objetivo, sistemático y cuantitativo.

Actualmente, su aplicación está asociada a los avances de la computación, ya que éste facilita y agiliza el procesamiento de la información, sobre todo, cuando se trabaja con una muestra numerosa. Sin embargo su modelo es utilizado en muchas áreas de las ciencias sociales.

Berelson se interesó en la relación entre medios de comunicación y la política. Asimismo, se apasionó con darle una nueva visión y forma a la metodología de los procesos de investigación, juntando a los medios de comunicación (emisor) con las personas (receptor).

Berelson considera necesario verificar los resultados una y otra vez, tanto en condiciones idénticas como en situaciones diferentes. Debido a que la complejidad de la vida social exige que un mismo problema sea estudiado muchas veces y de diversas formas antes de que las principales similitudes puedan ser diferenciadas de los sucesos sociales transitorios.

En los últimos años de trabajo de Berelson, sus planteamientos estuvieron relacionados con la corriente de los difusionistas de la innovación a través de los medios.

## II.9. FUNCIONALISMO

# FUNCIONALISMO

Y sus conceptos



"La teoría funcionalista de los media representa básicamente una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto". Dentro del funcionalismo ya no basta preguntarse cuáles podrían ser los efectos de los medios sobre las personas, sino las funciones que llegan a desarrollar las comunicaciones de masas dentro de la sociedad.

A principios de siglo, la comunicación en Estados Unidos estuvo vinculada al proyecto de construcción de una ciencia social sobre bases empíricas. Los estudios tienen como centro la *Escuela de Chicago* cuya supremacía en este campo duraría hasta la Segunda Guerra Mundial.

A partir de 1935, el cuestionamiento de la supremacía de Chicago generó espacios para la aparición de otros polos universitarios y orientaciones teóricas: básicamente Harvard y su mayor representante, el sociólogo *Talcott Parsons*.

En la década del cuarenta se instaló otra corriente, la *Mass Communication Research* cuyo esquema de análisis funcional desvía la investigación hacia medidas cuantitativas, en mejores condiciones para responder a la petición que emana de los medios de comunicación. Esta corriente se esforzó en relativizar los efectos directos de los medios de comunicación en sus receptores ("el doble flujo de la comunicación") pero nunca puso en duda la visión instrumental que había presidido el nacimiento de la teoría de la "Aguja Hipodérmica" (Lasswell).

Para Paoli<sup>10</sup>, el funcionalismo es un conjunto de teorías que responden a una amalgama de elementos adjuntos a los siguientes conceptos:

- a) **Las funciones y las instituciones:** lo que identifica al funcionalista al momento de elaborar leyes o teorías científicas, es elaborar una serie de problemas funcionales comunes a toda la sociedad, a pesar de la diversidad de sus conductas.

El papel de los medios es importante, en el desarrollo de la comunicación, debido a que estos desempeñan funciones sociales. Convirtiéndose con el tiempo en instituciones que llegan a cubrir ciertas necesidades.

- b) **Equilibrio y conflicto:** Las personas poseen ciertos dispositivos, que les ayudan a controlar sus disfunciones sociales, lo que contribuye a mantener un equilibrio, punto importante para el funcionalismo comunicacional.

<sup>9</sup> Wolf, Mauro (1990:68)

<sup>10</sup> Paoli, Antonio (1986)

Las imperfecciones humanas promueven el mejoramiento del proceso comunicativo. No quiere decir, que todas las disfuncionalidades pueden ser remediadas y positivas. Sin embargo el conflicto es un componente medular en la conservación del equilibrio. En la comunicación el conflicto no se concentra en el humano sino más bien en los medios de comunicación, que influyen en él.

- c) **La estructura social:** La humanidad, es un colectivo que vive en sociedad, es una estructura social, en donde sus miembros viven constantemente en interrelación. Es en este punto donde el estructuralismo y el funcionalismo se ven reunidos.

Entran en juego los estudios de estructuras y el efecto de los medios en éstas.

- d) **La historia:** el estudio de la sociedad debe ser diacrónico, pues de esta manera puede determinarse el contexto y los elementos de ese momento dado en la historia, pudiéndose así conseguir un resultado más apegado a la realidad.

Lo importante es la relación que se establece entre estructura social y funcionamiento de los medios. Generalmente en una estructura social de corte capitalista y las funciones que deben cumplir los medios de comunicación.

## II.10. BIOGRAFÍAS (Berelson, Berlo, Schramm, Shannon y Weaver)

Fuente: Perfil biográfico y El pensamiento © Infoamerica.

### BERNARD BERELSON:

Originario de Spokane, Washington, en 1912, estudió y se doctoró en la Universidad de Chicago. Sociólogo, demógrafo, politólogo y comunicólogo. En 1962 entró a formar parte del Population Council de los Estados Unidos, del que llegó a ser su presidente (1968-1974). Fue decano de la Graduate School of Library and Information Science de la Universidad de Chicago. Con Paul F. Lazarsfeld y H. Gaudet escribió uno de los trabajos más conocidos en los estudios norteamericanos de los efectos: *Voting: A study of Opinion Formation in Presidential Campaign*, University of Chicago Press, 1944. En 1952 publicó *Content Analysis in Communications Research* (Hafner Press, Nueva York), un libro fundacional sobre la

metodología del análisis de contenido aplicado a los medios de comunicación. En 1953 fue editor, junto a Morris Janowitz de *Public Opinion and Communication* (Free Press, Nueva York). También es autor de textos como *Mass Communications*, editado por el Instituto de Investigaciones en Comunicación de la Universidad de Illinois, bajo la responsabilidad de su director Wilbur Schramm, en 1949. En 1960 publicó un trabajo de referencia en el ámbito de la sociología escolar: *Graduate Education in the United States* (McGraw-Hill, Nueva York). En 1964 escribió, junto con Gary Steiner el libro *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*.

## DAVID K. BERLO:



Nació en 1929. Discipulo de Wilbur Schramm en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Illinois, donde se doctoró en 1956, con la tesis *Allocation of Procedural Responsibilities as a Determinant of Group Productivity and Satisfaction*, dirigida por Charles E. Osgood. En 1960 publicó su libro

más conocido, en el que hace la exposición de sus modelos teóricos sobre la naturaleza psicológica de la comunicación: *Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice* (Ed. Thomson Learning). Director del Departamento de Comunicación de la Universidad del Estado de Michigan, donde dirigió, entre otras muchas tesis doctorales, la del teórico boliviano Luis Ramiro Beltrán. Rector de la Universidad de Illinois (1971-1973), cesó en el cargo por graves cuestionamientos en la gestión. Su principal obra teórica ha sido traducida a la lengua española como *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*, El Ateneo, Buenos Aires, 1969, ha tenido una amplia difusión a través de una decena de ediciones. En portugués, la primera edición de *O Processo da comunicação, introdução à teoria e à prática* es de Fundo de Cultura (São Paulo, 1963).

## HAROLD LASSWELL



De origen estadounidense, Lasswell se doctoró en la Universidad de Chicago. Entre 1940 y 1945 trabajó en la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, como jefe de

División Experimental para el Estudio de las Comunicaciones en Tiempo de Guerra.

Se interesó por la propaganda política y por los fenómenos de la comunicación. Se preocupó en desarrollar una investigación comunicacional e institucionalizó estos estudios.

Estableció el destacado paradigma de las 5 preguntas: A ¿Quién, dice qué, a quien, por qué canal, y con qué efecto?

Otro aspecto importante fue la aplicación de los conceptos del psicoanalista Sigmund Freud a la comprensión de la conducta política. Entre sus principales obras destacan: "Propaganda Technique in the World War" (1927); "Politics: Who gets What, When, How" (1936); y "Propaganda, Communication and Public Opinion" (1948), con Smith y Casey).



**WILBUR SCHRAMM**

Nació en la provincia de Ohio. Trabajó como periodista, fue corresponsal de la Associated Press, se doctoró en filosofía la Universidad de IOWA y fue director de la escuela de periodismo de dicha ciudad.

También creó las 4 teorías sobre la prensa, e inicia el debate de los medios sobre la sociedad.

Después trabajó en Illinois y en la Universidad de Stanford. En los años 70 fue profesor de la Universidad de Michigan. Su obra se basada en la Teoría de la Comunicación como ciencia autónoma, Schramm es considerado uno de los padres fundadores de la Teoría de la Comunicación. Destacado dentro de la Mass Communication Research.

Estudió los problemas deontológicos y políticos de la profesión periodística.

**CLAUDE SHANNON ELWOOD**

Ingeniero Electrotécnico y Matemático, nacido el 30 de abril de 1916 en Gaylord, Michigan (Estados Unidos).

Estudió en la Universidad de Michigan. En el *Instituto Tecnológico de Massachusetts* (MIT) se doctoró en el año de 1940. Cuando trabajaba para los Laboratorios Bell formuló La Teoría de la Información.

La teoría matemática de la comunicación fue el estudio cúlspide del matemático Shannon y de sus investigaciones en la ingeniería.

## WARREN WEAVER

Nació en Reedsburg, Wisconsin, en 1894. Estudió en la Universidad de Wisconsin. Fue director del Departamento de Matemáticas (1928-1932).

Más tarde fungió como vicepresidente de la División de Ciencias Naturales y Médicas (1955-1959).

Se interesó en el estudio de los procesos técnicos de la comunicación durante los años de la Segunda Guerra Mundial. En 1949 escribió junto con Claude E. Shannon *The Mathematical Theory of Communication*. Weaver señaló que existía una analogía entre la decodificación mecánica y la traducción, promoviendo la investigación para el desarrollo de sistemas de traducción automática.

Escribió además, una autobiografía llamada *Scene of Change*.

Entre las muchas condecoraciones que recibió, se le otorgó la medalla británica por la



Cause of Freedom (1948), la de oficial de la Legión de Honor de Francia (1951), el premio Kalinga de la UNESCO (1964), así como diversos doctorados 'honoris causa', entre ellos por la Universidade de São Paulo (1952). Falleció en 1978.



### III. MARCO METODOLÓGICO

# MARCO METODOLÓGICO

MARCO METODOLÓGICO

#### PROBLEMA:

¿Cuáles son los paradigmas comunicacionales utilizados en la elaboración de tesis de 2000 a 2004, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala?

#### OBJETIVOS:

##### GENERAL:

Establecer cuáles son los paradigmas comunicacionales de la corriente funcionalista, utilizados por los estudiantes en la elaboración de los trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

#### La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

#### ESPECÍFICOS:

- Enumerar los autores (creadores de algún paradigma), que los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, ha adoptado en la elaboración de sus trabajos de tesis.
- Determinar la función dada a los paradigmas dentro del proceso de la investigación (tesis).

**METODOLOGÍA:** analítica y documental y estructuralista.

Este estudio parte de la observación y análisis de los trabajos de tesis, y la importancia de la utilidad que tienen los paradigmas comunicacionales en el campo científico de esta rama. La investigación es de tipo *Análítica y Documental*, que sustenta el estudio en el análisis de documentos (tesis, en este caso), y el *enfoque Estructuralista* que se basa en el desglose de los elementos de un todo, para el estudio de las estructuras, y como dice Merton: *"el paradigma estructural se propone superar las meras consideraciones empíricas y delimitar las principales características de la investigación comunicativa actual"*.<sup>11</sup> Se utilizará para intentar encontrar la estructura paradigmática funcionalista que le dieron o no, a las tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

#### TÉCNICA:

La encuesta modalidad cuestionario, que es un acopio de información obtenida a través de una serie de interrogantes concentradas en papel (cuestionario), para un análisis posterior y la observación, que es una técnica mediante la cual el investigador hace uso de *los sentidos para la percepción de hechos o fenómenos que nos rodean o son de interés para el investigador*,<sup>12</sup> haciendo uso de instrumentos para la recopilación de los datos

<sup>11</sup> *Avendaño Amaya (2003:162)*

<sup>12</sup> *Avendaño Amaya (2003:81)*

que se desea observar y estudiar posteriormente.

**INSTRUMENTOS:**

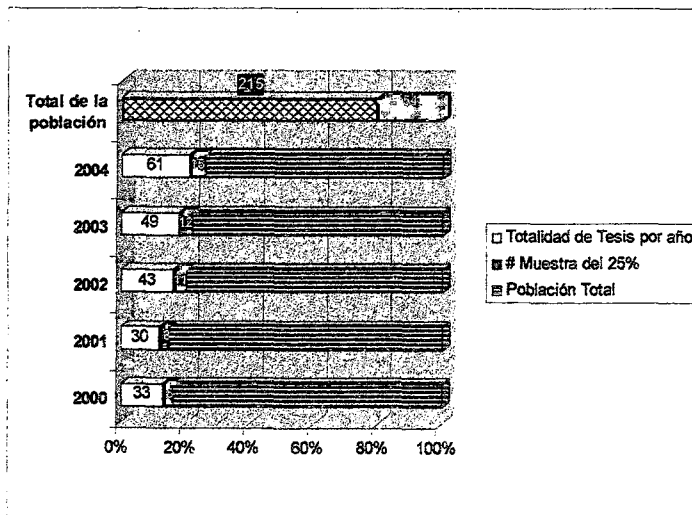
Fichas de observación, destinadas a la exploración de las tesis, para poder determinar la existencia o no de un enfoque paradigmático. Cuadros bibliográficos, para la recolección de la información bibliográfica de las tesis, contenidos dentro de la ficha de observación. Y finalmente un cuestionario, para recabar datos importantes con los asesores de tesis de la muestra a revisar.

**POBLACIÓN Y MUESTRA:**

El universo o población estará constituido por el número de tesis elaboradas en el periodo (tiempo) comprendido entre los años de 2000 a 2004, las que constituyen un total de 215 tesis. De ese universo se obtendrá una muestra opinitiva (que es aquella determinada por el investigador, partiendo de su criterio, opinión y experiencia personal), de 54 ejemplares, de los cuales su distribución corresponderá a el 25% de la totalidad de tesis por año. Quedando de la siguiente manera:

**Distribución de muestra**

Año	Totalidad de Tesis	# Muestra del 25%
2000	33	08
2001	30	08
2002	43	11
2003	49	12
2004	61	15
<b>TOTAL</b>	<b>215</b>	<b>54</b>



#### IV. MARCO OPERATIVO

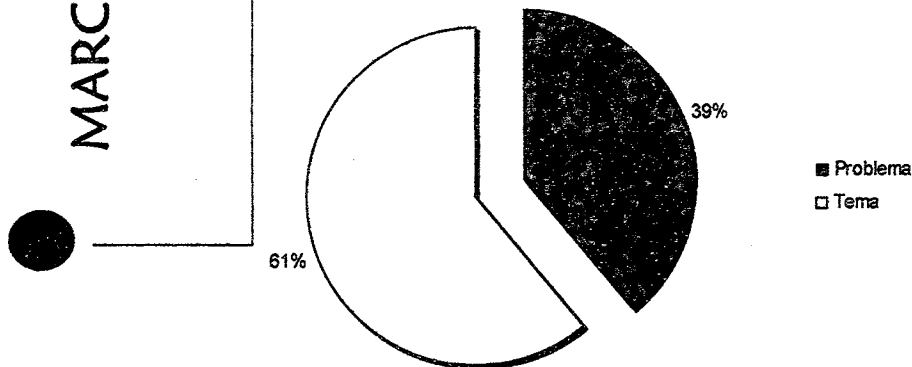
##### IV.1. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

**MARCO OPERATIVO**  
MARCO OPERATIVO

La investigación de campo se realizó, por medio de fichas de observación documental a trabajos de tesis comprendidos de 2000 a 2004. Y para la obtención de datos con mayor apego a la realidad, se efectuaron entrevistas a los docentes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, que asesoraron a los estudiantes en la elaboración de las tesis que fueron observadas.

A continuación se presentan los resultados de investigación, en los que se evidencian una serie lineamientos, que han sido ignorados por los estudiantes.

##### RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DOCUMENTAL



##### Plantea problema o tema:

De la totalidad de los trabajos de tesis observados, sólo el 39% presenta un planteamiento de problema para la investigación, mientras que el resto incluye únicamente el tema o el título de la investigación. La existencia o no del planteamiento del problema es determinada por la clase de investigación que el estudiante realizó.

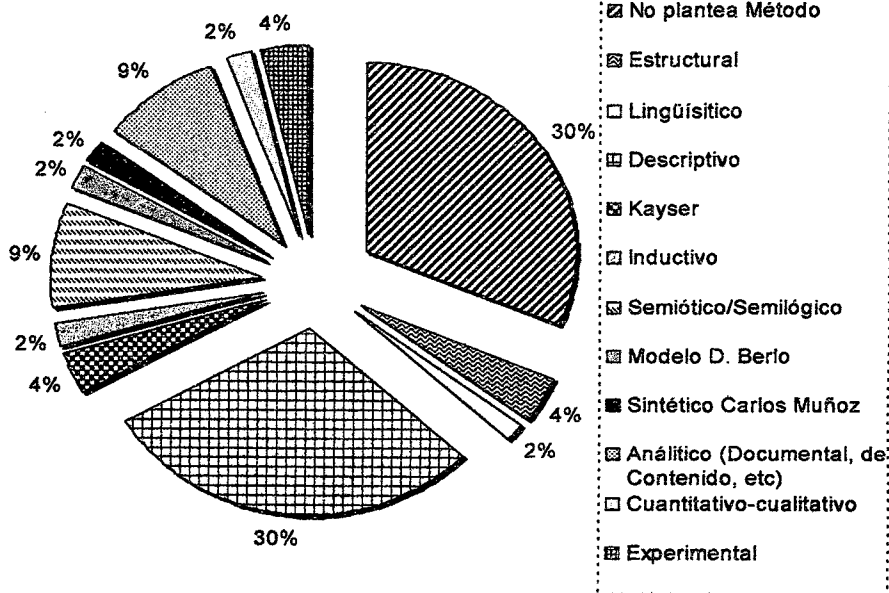
Asimismo, dentro del 61% de los trabajos observados un 31% de éstos carecían de Marco Conceptual. Muchos de éstos se limitaban a presentar una compilación de

textos de diversos autores, en los que vagamente incluyen los comentarios, conceptos y definiciones del autor.

### Tipo de Método o de Investigación:

Como puede observarse claramente en la gráfica, una gran parte de la muestra investigada, no traza un método y en la mayoría de los casos incluso no establecen marco metodológico. El principal método que fue el que se utilizó con mayor frecuencia entre los años de 2000 a 2004 es el Descriptivo, respondiendo al 30% de las tesis observadas.

Los métodos Analítico Documental, de Contenido (a pesar que el análisis de contenido es una técnica, algunos estudiantes la utilizaron como método, por ello se incluye en este apartado) y Semiológico/Semiótico<sup>13</sup>, comparten un porcentaje del 18%. Es importante mencionar que de las tesis de carácter periodístico observadas, la totalidad atañe a Kayser (que es la técnica de análisis de contenido creada por Berelson). Y como un caso excepcional se ha utilizado el Modelo o Paradigma de David Berlo, como metodología.



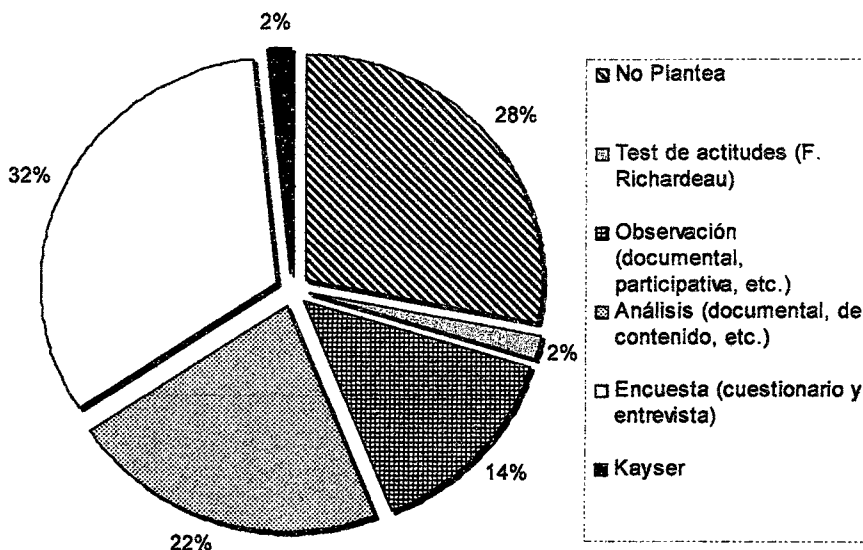
<sup>13</sup> Se utilizará ambos términos, debido a la polémica del origen y correcto uso del vocablo para designar a esta área de la comunicación.

### Tipo de Técnica:

El uso de técnicas de investigación quedó claramente segmentado en tres tipos. La más destacada y utilizada en la Escuela de Ciencias de la Comunicación es la Encuesta, tanto en su modalidad cuestionario, como entrevista, así como su utilización simultánea, correspondiendo al 32% de los trabajos revisados.

Igualmente a los resultados de la metodología, muchas de las tesis no presentan tanto técnica como las herramientas de investigación. Puesto que el 28 % no presentó la técnica utilizada y en algunos casos, ni siquiera se presentan resultados de la investigación.

Con menores porcentajes, pero no así poco representativos, se encuentran las técnicas del análisis documental y de contenido con un 22% y la observación documental y participativa con un 14 por ciento.

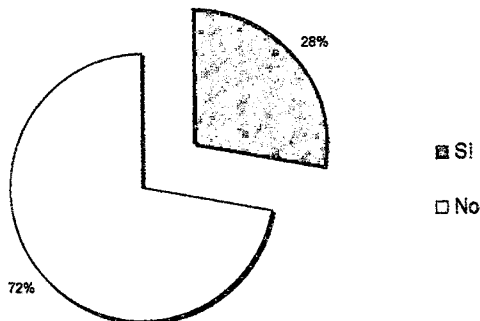


**Presenta alguna influencia o corriente (funcionalista, estructuralista o materialista dialéctica):**

Como se puede apreciar, muy pocos estudiantes en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, muestran indicios de la utilización de paradigmas comunicacionales,

tanto de la corriente Funcionalista, así como, de la Estructuralista y Materialista dialéctica. Ya que únicamente el 28% mostró cierta tendencia hacia alguna de estas Escuelas.

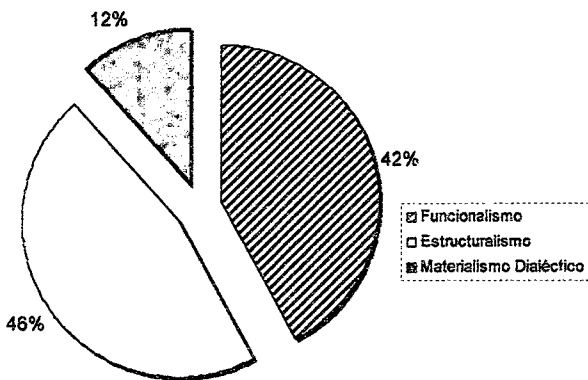
**Presenta alguna influencia o corriente**



**¿Cuál influencia predomina?**

Del 28% de las tesis observadas que corresponden a quince ejemplares, se encontró que las tres tendencias son

utilizadas, pero que son dos corrientes (Estructuralista y Funcionalista), las que obtuvieron mayores porcentajes.

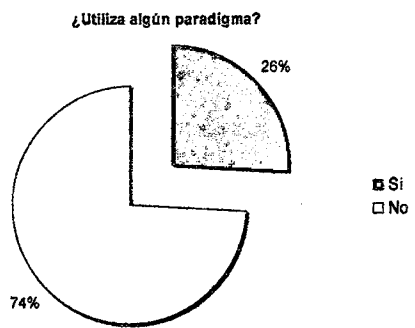


### ¿Utiliza algún tipo de paradigma en la elaboración de Tesis?

utilización de un paradigma como método o técnica es mucho más compleja, que como herramienta o estructura.

La utilización de paradigmas comunicacionales es menor que la presencia de influencia Estructuralista, Funcionalista o Materialista dialéctica. Debido a que la

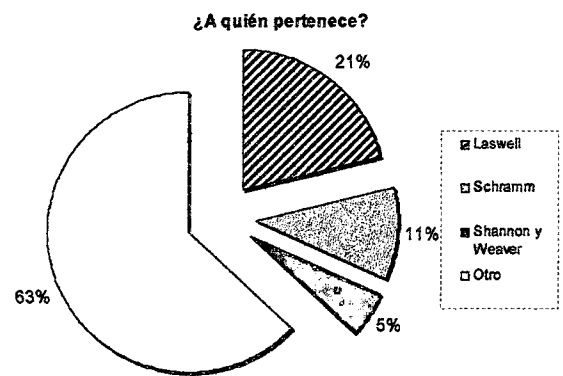
Es así, que sólo un 26% utilizó paradigmas en la elaboración de su trabajo de tesis.



### ¿Quién es el autor del paradigma?

La generalidad de los trabajos examinados utilizó paradigmas o poseen influencias ajenas al funcionalismo, es por ello que únicamente, el 21% utilizó el paradigma

de Lasswell, mientras que el 11% se basó en el paradigma de Schramm y sólo un 5% uso el de Shannon y Weaver. Mientras que el 63% prefirió la utilización de otros autores.



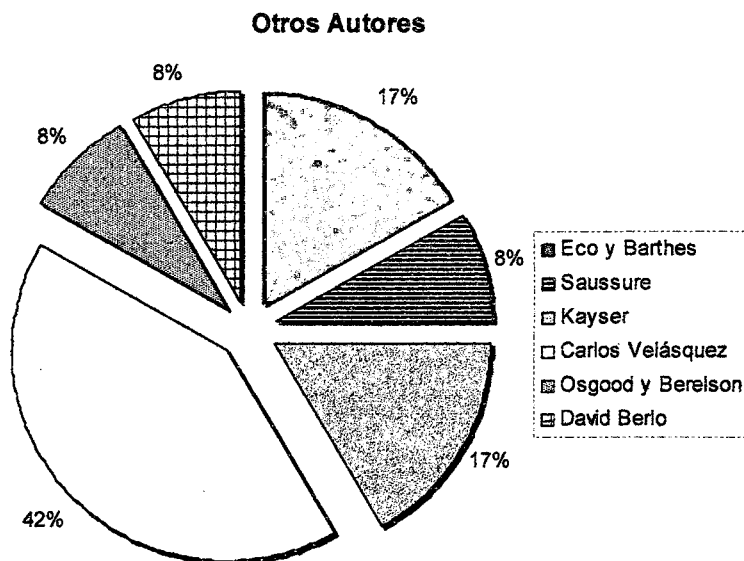
## ¿Cuáles son los otros autores utilizados?

Debido a que una gran parte de los trabajos de Tesis revisados son básicamente análisis semióticos/semiológicos o de contenido, el modelo que se utilizó fundamentalmente fue el Estructuralista, es por ello que los autores sobresalientes en este apartado son, con un 42% Carlos Velásquez y su modelo de análisis semiótico, que fue usado por estudiantes asesorados por el mismo, teniendo sus raíces dicho modelo en el método semiótico estructuralista.

Asimismo encontramos a Eco y Barthes con su paradigma de análisis

semiológico empleado 17% de los trabajos que no utilizaron paradigmas funcionalistas de los autores mencionados (Lasswell, Schramm, Shannon y Weaver), y dentro de los trabajos en el área del Periodismo, el 17% corresponde al uso de la técnica de análisis de contenido propuesta por Bernard Berelson y utilizada por Kayser.

Es importante mencionar que en las tesis estudiadas, la función de los modelos de Saussure, Berlo y Osgood, fue exclusivamente en cuanto a estructura y contenido. Mientras que los modelos de Berelson y Kayser fueron utilizados como metodología de investigación.





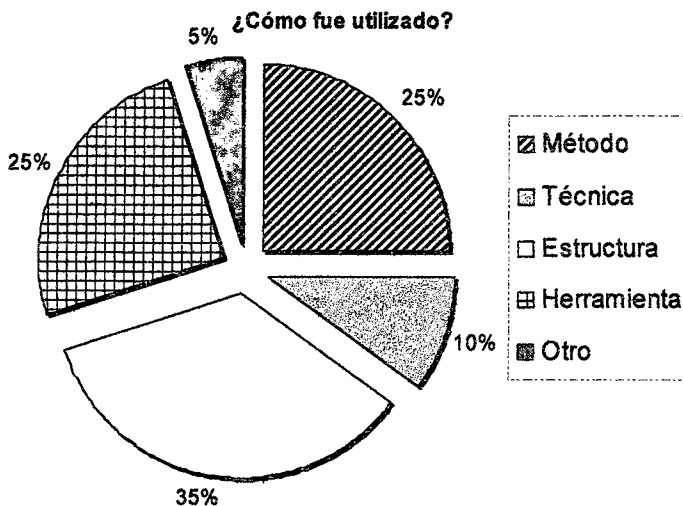
## ¿Cómo fue utilizado el paradigma dentro del trabajo de tesis?

Todos los paradigmas tanto Funcionalistas, como Estructuralistas, Materialistas dialécticos y otros fueron empleados frecuentemente como estructura, puesto que se percibe únicamente la influencia y el uso de información de la corriente a la que pertenecen.

Un 25% utilizó el paradigma o el modelo comunicacional como base de la metodología de investigación. Muchos de estos casos fueron análisis de contenido (técnica, que algunos estudiantes utilizaron como método).

En el área semiótica/semiológica, los estudios se basaron en el método semiótico-estructuralista y la técnica de análisis de contenido de Berelson.

El otro 25% de los resultados fue el empleo del paradigma como herramienta para la investigación. Mientras que sólo en un 10% actuó como técnica de investigación. El 5% corresponde al uso del modelo de David Berlo, que, partió del uso del método de análisis, a través de dicho modelo y más tarde se planteó como propuesta para radio, que también se basó en el modelo.



## RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

### La asesoría y los estudiantes

Es importante, como en todo proceso, la guía o los lineamientos con los que se registrará alguna labor. Es por ello que la opinión y la instrucción del docente dentro de la elaboración de un trabajo de tesis hacia el estudiante, es de suma relevancia. Debido a que es él, el que orientará al futuro profesional a elaborar un trabajo de calidad, en el que pondrá a prueba todos sus conocimientos

adquiridos y junto con él lo llevará a la culminación de sus estudios.

De los trabajos de tesis estudiados se extrajeron los datos de la asesoría, para que de esta forma pudiese ser posible la entrevista a los docentes asesores y obtener la perspectiva del mentor profesional.

### La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

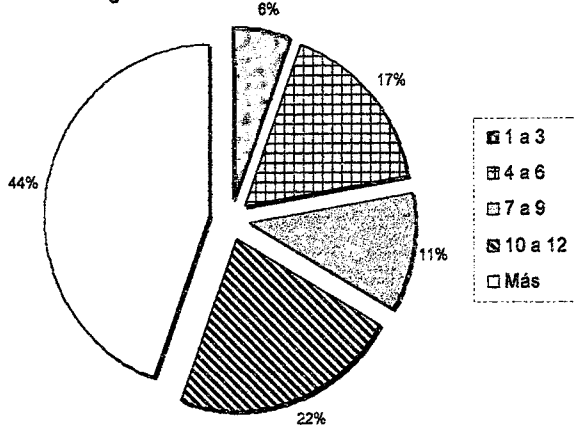


De la totalidad de docentes entrevistados el 44% respondió que ha asesorado más de una docena de estudiantes en su trayectoria como catedrático. El 22% ha encaminado de diez a doce estudiantes.

Mientras que el 11% ha orientado de siete a nueve estudiantes. El 17% respondió que ha instruido de cuatro a seis educandos.

Y finalmente, el 6% corresponde a los docentes que únicamente han asesorado entre una a tres tesis.

**1. ¿Cuántas veces ha sido asesor de tesis?**

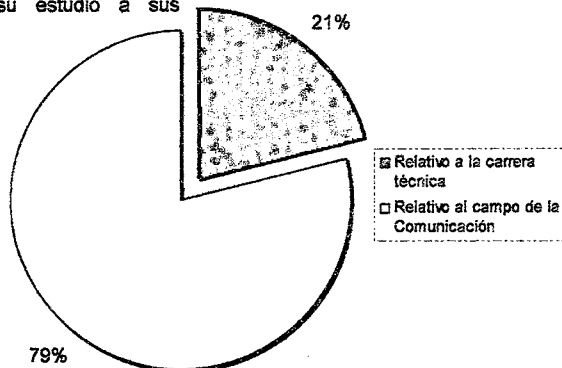


**De sus asesorados ¿El tema ha sido habitualmente, relativo a la carrera técnica o a nivel del campo de la comunicación?**

El 79% de los entrevistados expone que los temas o problemas que generalmente investigan, pertenecen exclusivamente al campo de la comunicación.

Y el 21% explica que sus asesorados han preferido enfocar su estudio a sus

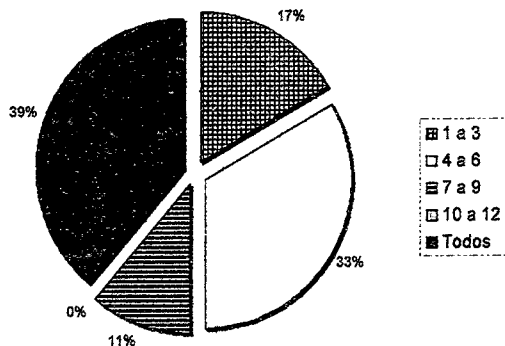
conocimientos de la carrera técnica. Dentro de este último porcentaje se encuentran los análisis de contenido de periódicos y revistas y en algunos casos el análisis de material publicitario.



**¿Cuántos de sus asesorados han utilizado paradigmas comunicacionales como método, técnica, estructura, entre otros en la elaboración de tesis?**

El 39% de los entrevistados afirma que todos sus asesorados han empleado paradigmas. El 33% señala que por lo menos de cuatro a seis de sus asesorados han utilizado paradigmas de alguna forma.

El 17% manifiesta que sólo de uno a tres de sus asesorados usaron paradigmas. Y por último el 11% asegura que de siete a nueve estudiantes utilizaron paradigmas en la elaboración de sus investigaciones.

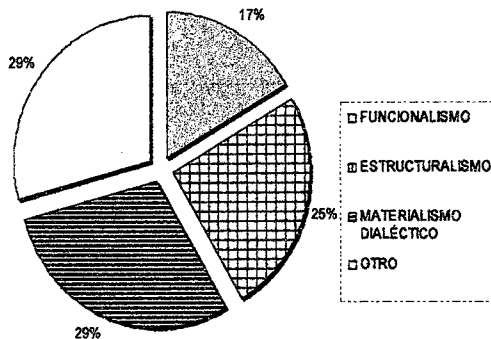


**Generalmente, ¿Qué corriente o escuela en el área de comunicación sugiere que utilicen sus asesorados en la elaboración de tesis?**

El 29% explicó que prefieren otras corrientes al Funcionalismo, Estructuralismo o al Materialismo Dialéctico. Este porcentaje se dividió en cuatro segmentos iguales de la siguiente manera: Corriente Semiótica, Método Científico, Método Lingüístico y el último segmento, prefiere elegir un método que se ajuste a la temática de la investigación.

Mientras que el otro 29% prefiere que sus asesorados utilicen el Materialismo Dialéctico como corriente o influencia dentro de los trabajos de investigación. El 25% se inclinó por el Estructuralismo.

Y finalmente, el 17% optó por el Funcionalismo.



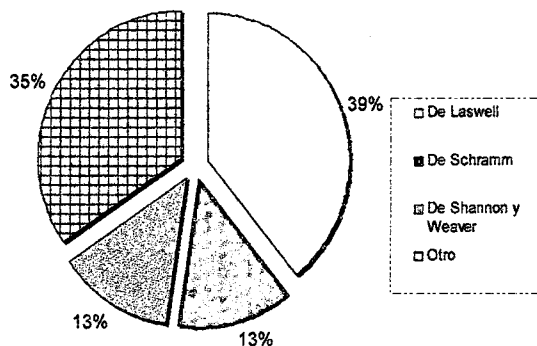
**La Utilización**

de los Paradigmas Comunicacionales

**Usualmente, ¿Qué paradigma comunicacional propone que utilicen sus asesorados en la elaboración de tesis?**

El 39% corresponde a la preferencia que manifestaron los docentes hacia Harold Lasswell y afirmaron que él era el que aconsejaban utilizar con mayor frecuencia. El 26% dividido por partes iguales corresponde a Schramm y a Shannon y Weaver, respectivamente. Asimismo, el 35% se relaciona con la utilización de otros autores,

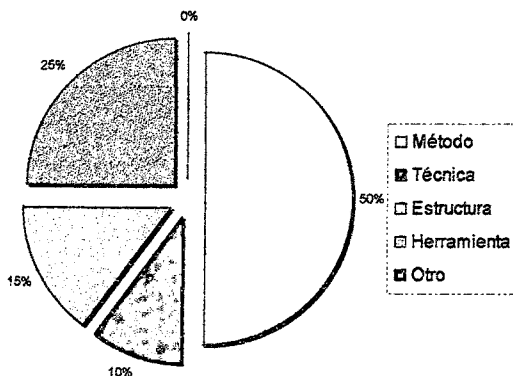
entre estos encontramos a Greimas y Berelson. Además un porcentaje considerable dentro de esta categoría, agregó que el sugerir ciertos autores para la elaboración de Tesis es muy limitante, por lo que ellos prefieren utilizar diversos autores según el tópic del trabajo.



**¿Cómo prefiere que sus asesorados utilicen los paradigmas?**

La mitad de los encuestados prefiere que sus asesorados utilicen los paradigmas comunicacionales como método, seguido por un 25% que los eligen como herramienta, un 15% optan porque los utilicen como estructura y un 10% aconseja que sean usados como técnica. Como ya se mencionó, los trabajos de tesis son mayormente relacionados, con

análisis de Contenido y Semio-lógicos/Semióticos, por lo que los métodos generalmente utilizados fueron de tipo estructuralista, entre los principales se encuentran el de Berelson, el Semiótico estructuralista y la propuesta de Carlos Velásquez.



La Utilización de los Paradigmas Comunicacionales

Cabe mencionar que los estudiantes que realizaron trabajos de tesis, en varios casos no dominaban claramente los lineamientos que regirían el proceso de elaboración de su investigación, y a consecuencia de esto, los trabajos, en su mayoría, carecían tanto de Marco Conceptual, como de Metodología.

Después de observados los resultados se constata que existe cierta contradicción entre los documentos observados y las declaraciones de los asesores.

Una demostración, sólo el 28% de las tesis revisadas presenta pequeños indicios de algún paradigma. Mientras, por el otro lado el 39% de los docentes entrevistados asegura que sus estudiantes siempre utilizan paradigmas y un 61% restante afirma que de

la totalidad de sus asesorados un 70% han utilizado paradigmas.

Los docentes aseguran que ellos recomiendan que se utilice la corriente materialista dialéctica en la elaboración de tesis, mientras que los trabajos estudiados corresponden en gran medida a la corriente Estructuralista.

Es importante remarcar que las ciencias de la comunicación, como cualquier otra ciencia necesita de una matriz disciplinaria que gule a los actuales y futuros profesionales dentro de la comunidad científica. Por lo tanto, es necesario la aplicación de los paradigmas como enfoque, herramienta y/o técnica de investigación, para así establecer parámetros más apegados a la comunicación. Para así poder ser llamados Ciencias de la Comunicación con toda propiedad.

## CONCLUSIONES:

# CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Los principales paradigmas funcionalistas que se utilizan en la elaboración de trabajos de Tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, son:

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

el de Harold Lasswell que corresponde al 21% de la muestra estudiada y el de Wilbur Schramm con un 11%.

- ❖ Los autores que fueron adoptados con mayor frecuencia por los estudiantes para la realización de sus investigaciones fueron por el lado funcionalista Harold Lasswell con el 21%, por el lado estructuralista Berelson y Kayser con un 25% y por el lado semiótico la propuesta de Carlos Velásquez y los paradigmas de Eco y Barthes alcanzaron un 50%.
- ❖ El tipo de utilización que los estudiantes dieron a los paradigmas comunicacionales fue en el 35% de casos, como estructura de la tesis, como técnica el 10%, como herramienta el 25% y como método también 25%. Por el lado docente los paradigmas son sugeridos en un 50% como método, un 25% como herramienta, un 15% como estructura y un 10% como técnica.
- ❖ Es importante recalcar que con este estudio se estableció que el 46% de los estudiantes autores de las tesis observadas se inclinaron de hacia la corriente estructuralista, debido a que gran parte de los trabajos realizados de 2000 a 2004 están comprendidos dentro de los análisis de contenido y semióticos/semiológicos.

## RECOMENDACIONES:

# RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- ❖ Se aconseja a los ESTUDIANTES, prestar más importancia en el planteamiento de una correcta y armónica metodología, que hará del resultado del trabajo investigativo, una mejor y más cercana derivación a los hechos reales. Que tendrá como fin la creación de un documento de información y apoyo responsable, para los futuros estudiantes ávidos de conocimiento.
- ❖ Por parte de los DOCENTES, contribuir en la revisión de trabajos de tesis de manera más meticulosamente, para que los estudiantes al graduarse entreguen un material que supere las expectativas del asesor, velando por el cumplimiento de los lineamientos establecidos por la comisión de tesis de esta casa de estudios.
- ❖ Y en especial al CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, indagar más a fondo las razones por las cuales siendo una entidad en el campo de la Comunicación, los estudiantes no emplean en la elaboración de las tesis, metodologías derivadas de teorías y paradigmas pertenecientes a las Ciencias de la Comunicación. Además en este centro de estudios aún se carece de una matriz disciplinaria que reúna todas las teorías, métodos, escuelas y modelos, que la establezcan como una comunidad científica.

## ANEXOS

### MODELO DE CUESTIONARIO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Estimado (a) docente, este cuestionario es un instrumento que servirá para la recolección de datos importantes en la etapa de campo de mi trabajo de tesis relativa a la utilización de los paradigmas comunicacionales en la elaboración de trabajos de tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Instrucciones:** seleccione la opción cercana a su respuesta, enterrándola en con un círculo o subrayándola. Agregue su opinión si lo cree necesario en espacio indicado para ello.

1. ¿Cuántas veces ha sido usted asesor de tesis?
- 1-3                      4-6                      7-9                      10-12                      Más
2. De sus asesorados, el tema ha sido habitualmente

Relativo a la carrera técnica

Relativo al campo de la Comunicación

3. ¿Cuántos de sus asesorados han utilizado paradigmas comunicacionales como método, técnica, estructura, entre otros, en la elaboración de tesis?

1-3                      4-6                      7-9                      10-12                      Más

4. Generalmente, ¿Qué corriente o escuela en el área de comunicación sugiere que utilicen sus asesorados en la elaboración de tesis?

**FUNCIONALISMO**

**ESTRUCTURALISMO**

**MATERIALISMO DIALÉCTICO**

Otro (Especifique cuál) \_\_\_\_\_

5. Usualmente, ¿Qué paradigma comunicacional propone que utilicen sus asesorados en la elaboración de tesis?

**De Lasswell**

**De Schramm**

**De Shannon y Weaver**

Otro (Especifique cuál) \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo prefiere que sus asesorados utilicen los paradigmas?

**Método**

**Técnica**

**Estructura**

**Herramienta**

Otro (Especifique cuál) \_\_\_\_\_



## MODELO DE FICHA DE OBSERVACIÓN DOCUMENTAL

### DATOS BIBLIOGRÁFICOS

AUTOR	
TÍTULO	
AÑO	
ASESOR	

### DATOS DE CONTENIDO

PROBLEMA	
MÉTODO	
TÉCNICA	

### DATOS DE OBSERVACIÓN

1. PRESENTA ALGUNA INFLUENCIA O CORRIENTE (funcionalista, estructuralista o materialista dialéctica)

SI                      NO

2. ¿A cuál?

FUNCIONALISMO              ESTRUCTURALISMO              MATERIALISMO DIALÉCTICO

3. UTILIZA ALGÚN PARADIGMA

SI                      NO

4. ¿A quién pertenece?

LASSWELL                      SCHRAMM                      SHANNON Y WEAVER

OTRO \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo fue utilizado?

Método                      Técnica                      Estructura                      Herramienta

Otro \_\_\_\_\_

### OBSERVACIONES ADICIONALES:


## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS HEMEROGRÁFICAS, ELECTRÓNICAS Y OTRAS FUENTES

ALBIZÚREZ Palma, Francisco. *Manual de Comunicación Lingüística*. Colección de textos Vol. No. 10. Editorial Universitaria, Guatemala, C.A. 1990

ÁLVAREZ Coral, Juan. *Metodología de la Investigación Documental*. EDAMEX. Universidad Vasco de Quiroga. México, 1994.

AVENDAÑO Amaya, Ismael.  
*Acercamiento a la Investigación en La Utilización*

de los Paradigmas Comunicacionales

*Comunicación*. Paz Editores. Guatemala, 2003.

BERLO, David K. *El Proceso de la Comunicación*. Editorial el Ateneo, S.A. de C.V. México, 1992.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*, Lumen. Barcelona, 1968.

ECO, Humberto. *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. Editorial Gedisa, España, 1992

FISKE, J., *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Editorial Norma, Colombia, 1982.

GUTIERREZ, Pantoja, Gabriel. "Metodología de las ciencias sociales" Tomos I y II, México, Editorial Harla. 1995

HERNÁNDEZ, Oscar Reyes. "Ensayo crítico sobre paradigmas de la comunicación." *Revista Electrónica Razón y Palabra*, comunicación y oralidad. Número 15, Año 4, Agosto - Octubre 1999.

HERNÁNDEZ R.; FERNÁNDEZ C.; BAPTISTA P, *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc.Graw Hill. México, 1995.

INTERIANO, Carlos. *Cultura y comunicación de masas en Guatemala*.

Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala, 1999.

INTERIANO, Carlos. *Elementos de persuasión*. Ediciones CESCO. Guatemala, 1994.

INTERIANO, Carlos. *Semiología y Comunicación*. Editorial Estudiantil Fénix. Guatemala, 1999

KUHN, Thomas. *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. Fondo de Cultura Económica. México, 1971.

MORAGAS, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gili, 1979.

MORAGAS SPÁ. Miquel. *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Gustavo Gili. Barcelona, 1981.

MUÑOZ, Blanca. *Cultura y comunicación. Introducción a las Teorías Contemporáneas*. Barcanova. Barcelona, 1989.

ORIHUELA, José Luis. "INTERNET: nuevos paradigmas de la comunicación". Revista electrónica Chasqui 77, 2002.

PAOLI, Antonio. *Comunicación e Información*. Editorial Trillas. Tercera edición. México 1986.

"PENSAR EN LA COMUNICACIÓN". Revista electrónica Infoamérica ('Perfil La Utilización

de los Paradigmas Comunicacionales

biográfico' y 'El pensamiento') © Infoamérica. Octubre 2005

SCHRAMM, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Ed. Roble.

SHANNON, C. Y Weaver, W. *The mathematical Theory of Communication*. Urbana, The University of Illinois Press, 1949.

TOUSSAINT, Florence. *Crítica de la Información de Masas*. Editorial Trillas, tercera edición. México 2000.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 1990

ZERAOUI, Zidane. *Modernidad y Posmodernidad*. Editorial Limusa, Noriega Editores, México, 2000.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
Biblioteca Central

IMPRESOS

**JOR**

**RAMIREZ**

12 Av. 21-66, Zona 12. Tel.: 2485-0514  
Guatemala, Centroamérica