

ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACION  
GENERADOS EN UN PROCESO DE EDUCACION POLITICA  
EN EL COMITE DE BASE "LUCIO CABAÑAS" DEL PST.

Fernando Aguirre Sobrevilla.  
Martha Elena Aviña Orozco.  
Raúl Magaña Bojórquez.

Asesor:  
Juan Carlos Ramírez A.

## 1.- INTRODUCCION:

### 1.1. Antecedentes:

Durante el quinto semestre de la carrera, realizamos una investigación dentro del Sindicato Independiente de Billeteros "Lázaro Cárdenas". Esta investigación fue un trabajo para la materia Técnicas de Investigación en Comunicación, y es aquí donde se ubica un primer antecedente del proyecto actual. Los resultados de aquella investigación fueron los siguientes: se detectó como problema de comunicación la pérdida de información del contenido de los mensajes que los dirigentes lanzan a la base del sindicato. Formulado el problema, se planteó como hipótesis que ésta pérdida de información se debe a la diferencia de códigos, llegando a las siguientes conclusiones:

1.- Se da un mayor entendimiento cuando los temas tratados se refieren directamente a experiencias vivenciales de todos los miembros del sindicato.

2.- En la medida en que estos temas concretos, experienciales, dejen su lugar para tornarse en abstractos, la pérdida de información es mayor.

En el sexto semestre, en la materia de Investigación de la Comunicación, se aplicó la misma hipótesis de trabajo en el Comité de Base "Lucio Cabañas", ubicado en la Colonia Oblatos, con el objetivo de probar si en éste sucedía lo mismo que en el Sindicato de Billeteros.

Llegamos a la conclusión de que el problema y los resultados se repetían de idéntica forma.

Así pues, se decidió continuar en Multimedios (Area de Integración) con el análisis del fenómeno de comunicación presentado dentro del Comité.

Como primer paso en la presente investigación decidimos reubicar nuestro tema de investigación, concretando

nos al "Estudio de los procesos de comunicación generados en el proceso de Educación política en el Comité de Base".

### 1.2. Objetivos del Trabajo:

1.- Ubicar los fenómenos socioculturales que influyen a los procesos de comunicación generados dentro del proceso de educación política del Comité de Base "Lucio Cabañas" de la Colonia Oblatos.

2.- A partir de la ubicación de los fenómenos socioculturales que afectan para que se presente el problema de comunicación detectado, pretendemos encontrar una respuesta global que permita dar una solución integral y sólida al problema.

### 1.3. Marco Valoral:

Para el desarrollo de nuestro trabajo tomamos la decisión de no ser simplemente observadores del proceso, ya que al estar en un organismo dinámico vimos que para estudiarlo, comprenderlo y ubicar realmente los procesos de comunicación que se generan en el mismo, se necesita vivir la experiencia de ser activamente parte de la organización política en la que decidimos investigar.

Con este trabajo no intentamos hacer una medición cuantitativa de los procesos de comunicación que se generan, sino que pretendíamos tomar en cuenta los aspectos cualitativos de éstos. Ni tampoco quisimos hacer un análisis aislado y fragmentario de la comunicación, sino más bien, ubicar y contextualizar al organismo dentro de la problemática social en que está inserto, sin olvidar que éste es un organismo de clase.

Partimos del concepto de "educación política" porque este concepto marca la estrategia de educación de la militancia, y esta estrategia determina los procesos de comunicación generados.

La razón de contextualizar atiende a que partimos de la base teórica del Partido, que define a la sociedad mexicana como una sociedad en la que se da la lucha de clases.

En este proyecto tampoco pretendimos copiar o adaptar modelos de comunicación hechos; sino más bien, en lo posible, acordamos ubicar, a partir de la dinámica de educación política en el organismo estudiado, el modelo que explicara concretamente su situación de comunicación, y en el que se tomaran en cuenta prioritariamente los elementos que nos interesaban estudiar, de acuerdo al enfoque del proyecto.

#### 1.4. ¿Qué es un Comité de Base?

Un Comité de Base es un organismo elemental dentro de la estructura del Partido que se enclava en el seno mismo del pueblo, y donde éste realiza sus más elementales actividades -fábricas, ejidos, colonias populares, escuelas, etc.

Un comité de Base se puede formar con 5 o más miembros del Partido, que se reunirán en asambleas semanales para prepararse teóricamente a la luz de una doctrina partidaria que les permita comprender y agitar su lucha, junto a la de otros muchos militantes, quienes organizados en otros Comités forman la base del Partido.

Aquí la Militancia y los Cuadros Medios tratan de poner en común la línea de trabajo del Partido, su plan de lucha, y a partir de ésta, hacer la práctica partidaria. Aquí los Cuadros Medios tratan de vincular a la Militancia con los Organismos de Dirección Superior del Partido.

#### 2.- MARCO TEORICO:

Nuestro Marco Teórico se presenta como un apoyo teórico a la concepción de sociedad donde se inserta el estudio que realizamos. Va orientado hacia la enmarcación del Comité de Base dentro de una teoría que ayude a entender su situación.

Este Marco Teórico consta de los siguientes puntos:

2.1. Contradicción Nación-Imperialismo:

El desarrollo que por relaciones de explotación se da en los países industrializados, acarrea pobreza y miseria en los países dependientes. Las clases proletarias de éstos se convierten en agentes del cambio revolucionario. Así pues, las revoluciones socialistas son la expresión de la necesidad de los países subdesarrollados por liberarse del sistema capitalista internacional.

La economía mexicana se enmarca dentro de un capitalismo de estado dependiente que tiende a favorecer las condiciones de inversión tanto para los capitalistas extranjeros, como para los nacionales. Las actividades del gobierno, en este marco, se integran cada vez más a la política de las grandes empresas transnacionales norteamericanas; por su parte la burguesía nacional y los círculos más altos de la burocracia, se asocian al capital extranjero, creando así una contradicción fundamental.

2.2. Contradicción Capital-Trabajo:

Vista en términos de estructura interna de clases, el llamado "milagro mexicano" de crecimiento económico, desde 1950 ha tenido como resultado una polarización de las clases sociales, con la riqueza concentrada en manos de una burguesía doméstica a expensas de, cuando menos, el 70% del resto de la población.

Se ha calculado que no más de 200 compañías extranjeras y 700 compañías mexicanas dominan la mayor parte del capital de la nación. Dentro de la burguesía mexicana, dos mil familias constituyen la oligarquía del país.

El empobrecimiento de las masas rurales ha sido una base fundamental para el desarrollo capitalista en México.

La industrialización no ha absorbido mucha fuerza de trabajo. El mantenimiento del campesinado ejidal y de pequeños propietarios en un nivel primitivo de subsistencia, ha empujado a muchos campesinos hacia el ejército de reserva de desempleados que se concentran en los centros urbanos buscando mejores condiciones de vida, contribuyendo a mantener bajos los salarios en toda la sociedad.

La situación, en resumen es una fuerza de trabajo no empleada, el empobrecimiento gradual de la población y una minoría acumulando toda la riqueza nacional. He aquí una segunda contradicción básica.

### 2.3. Estrategia de Lucha del Partido:

Hacer frente a la acción del imperialismo y su aliada la burguesía mexicana, para aislarlos, es una tarea revolucionaria de clase y para tener éxito el proletariado mexicano necesita elaborar un programa político capaz de propiciar, **desarrollar** y conseguir la unidad democrática del pueblo. A ésta alianza entre la clase obrera y las demás fuerzas populares del país se le llama Alianza Popular Revolucionaria.

Sobre ésta base, las tesis políticas del Partido pugnan por la instauración de un régimen de tipo popular revolucionario que se da por la vía de la organización y la unidad de la clase obrera y las demás fuerzas populares en la lucha por aplicar un programa político avanzado y luchar porque el sector nacional revolucionario en el gobierno, lo adopte.

En la actual fase de desarrollo histórico, la acumulación de fuerzas para lograr el aislamiento del imperialismo y la burguesía mexicana; y la conversión de la clase obrera en fuerza hegemónica, es una tarea popular revolucionaria. Esta formación teórica es fundamental para comprender que la vía popular revolucionaria es la vía mexicana al socialismo.

#### 2.4. Concepto de Educación Política en el Partido:

El concepto de educación política del Partido es fundamentalmente la preparación de la clase trabajadora como clase revolucionaria capacitada para la creación de un Partido que agrupe todas las clases sociales que se identifican entre sí por sus demandas. El Partido creado, no será un instrumento de ejercer el poder sino un instrumento político que les permita hacer política.

Ante la situación de despolitización, el pueblo necesita organizarse y como necesidad básica tiene que localizar a sus aliados y a sus enemigos de clase. Para que el pueblo adquiera plena conciencia de su papel debe adoptar la teoría marxista-leninista. Además necesita localizar, en su seno, a la clase social que por su lugar en las relaciones de producción sea la clase más revolucionaria, esa es la clase obrera.

Para cumplir su misión histórica, la clase obrera necesita construir un instrumento superior de lucha, su Partido, como un destacamento altamente organizado y disciplinado que sea capaz de mantener los más estrechos vínculos con las masas trabajadoras del campo y de la ciudad. Convertir la política en ciencia de millones de hombres es una de las tareas más importantes del Partido de la clase obrera.

#### 2.5. Estrategia de Educación Política en el Partido:

Se deben materializar las posibilidades de que todos los militantes puedan leer o escuchar, comprender y asimilar las líneas de trabajo, a fin de que puedan opinar, discutir y enriquecer éstas antes de llevarlas a la práctica.

Para garantizar que la aplicación de un acuerdo, una resolución política, una línea o un plan de trabajo sea en primer lugar presidida por la comprensión teórica y luego agitada y propagandizada, se requiere educar y organizar a

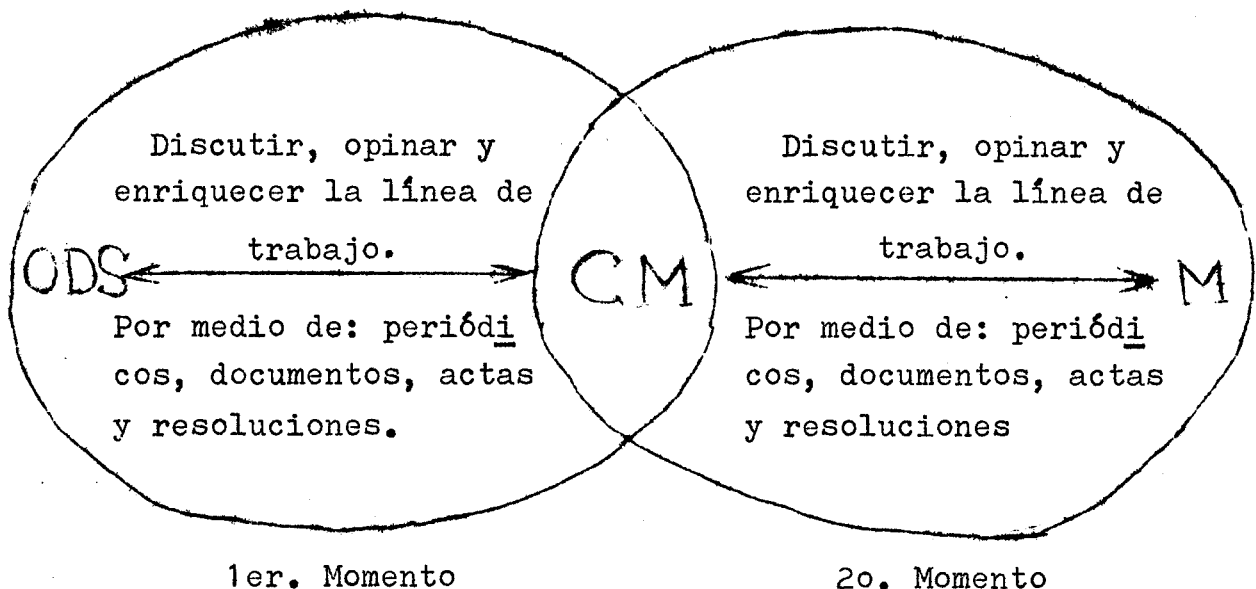
los cuadros medios que luego se encargarán de ser la correa de transmisión hacia la militancia. Esta transmisión se debe hacer mediante escritos, documentos, grabaciones, actas y resoluciones, de ésta forma, los Cuadros Medios (CM), se convierten en el vínculo de unión entre los Organismos de Dirección Superior (ODS) y la Militancia (M).

3.- PLANTEAMIENTO DE UN MODELO IDEAL DE COMUNICACION, A PARTIR DEL CONCEPTO Y LA ESTRATEGIA DE EDUCACION POLITICA DEL PARTIDO:

A partir de la estrategia de educación política, elaboramos el modelo ideal de comunicación en el que se proponen tres participantes en dos momentos del proceso; el primer momento se establece entre ODS y CM y el segundo momento va de CM a M.

En éste primer modelo, se propone la integración uniforme de los tres participantes, mediante la asimilación de los conceptos de educación política, además de provocar en la militancia una actividad partidaria.

ESTRUCTURA DEL MODELO IDEAL DE COMUNICACION:





#### 4.- ENTORNO O CONTEXTO DE COMUNICACION HACIA LA CONFRONTACION DEL MODELO IDEAL CON LA REALIDAD ESTUDIADA:

En base a una encuesta aplicada en una muestra del Comité y a la observación hecha en éste, obtuvimos los siguientes datos sobre las características de los militantes que lo forman.

La mayoría de ellos no son de Guadalajara y están aquí por razones de trabajo ya que en su pueblo no lo había. La media sobre la clase de trabajo que han desempeñado aquí en Guadalajara se inclina mucho al sector de servicios. Se puede decir que el tipo de trabajo que tienen es de poca calificación; nosotros consideramos que la mayoría son subempleados. La colonia en que viven está muy alejada del centro de la ciudad. La mayoría de éstas personas rentan sus viviendas y tienen problemas para pagarlas ya que en estas colonias se especula mucho con el precio de la vivienda. La vivienda que ocupan es muy pequeña y apenas alcanza para lo más necesario. Generalmente se trata de familias formadas por un promedio de ocho miembros donde sólomente dos por lo general son los que contribuyen al ingreso familiar que es en promedio, de \$ 4,688.00 mensuales, correspondiéndole a cada familiar alrededor de \$ 19.50 diarios.

El promedio de edad en que empezaron a trabajar es de ocho años. Este dato se complementa con el promedio de escolaridad hasta tercer año de primaria.

Tienen muy poco contacto con los medios de comunicación masiva con excepción de la radio, ya que la mayoría la escucha.

Con respecto a la opinión que tienen acerca del partido, éste se les presenta como una alternativa para solucionar sus más cercanas necesidades como lo es la vivienda.

5.- PLANTEAMIENTO DEL MODELO REAL DE COMUNICACION A PARTIR DE LAS CARACTERISTICAS OBSERVADAS DE LOS MILITANTES DEL COMI TE DE BASE:

Entre CM y M no sucedía lo que postulaba el modelo ideal y buscamos establecer un modelo real de comunicación.

Retomando la estructura básica del modelo ideal, tres partici pantes y dos momentos, en el primer momento, el modelo real es idéntico al ideal, pero en el segundo momento ubicamos el problema de comunicación que investigamos.

En éste segundo momento se establece, a diferencia de lo que propone el Partido, un modelo de transmisión de mensaje donde los militantes de comportan se manera pasiva.

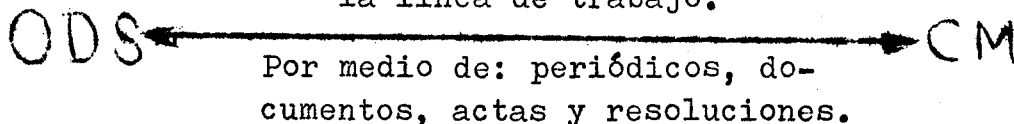
Analizando la realidad y tomando en cuenta las características de la militancia, se observa que en éste se gundo momento su participación está más en relación con sus experiencias y necesidades concretas que con una actividad partidaria de comprensión teórica y práctica, la cual es entendida sólo en el primer momento del proceso (ODS-C M).

En ésta situación, el proceso de comunicación en tre los participantes del segundo momento, pasa a ser un proceso de emisión-recepción, entendiéndolo como una mera transmisión de mensajes por parte de los cuadros medios a la militancia; y en la militancia se da una recepción pasiva con algún tipo de respuesta que les permite elaborar ciertos mensajes que tienen que ver con sus necesidades concretas.

5.1. Estructura del Modelo Real de Comunicación:

1er. Momento

Discutir, opinar y enriquecer la línea de trabajo.



2o. Momento.

Opinar sobre la línea de trabajo.  
Por medio de: Periódicos, documentos, actas  
y resoluciones

CM ← ----- M

Algunas participaciones aisladas,  
en base a sus experiencias y necesidades  
concretas.

5.2. Problema e Hipótesis exploratoria.

Ante ésta situación, localizamos el siguiente problema de comunicación:

En el proceso de comunicación que se genera a partir del proceso de educación política planteado por el Partido en el Comité de Base "Lucio Cabañas", se manejan dos tipos de mensajes: los que emiten los cuadros medios a partir de los planteamientos de educación política del Partido, y los que elabora la militancia a partir de sus necesidades concretas.

Y lanzamos como hipótesis exploratoria:

"Si en el proceso de comunicación generado a partir del proceso de educación política planteada por el Partido, que se da en el Comité de Base "Lucio Cabañas", se elaboran dos tipos de mensajes, es porque los integrantes del Comité participan en éste movidos por expectativas diferentes".

6.- METODOLOGIA PARA LA PRUEBA DE LA HIPOTESIS EXPLORATORIA.

1) Se elaboró un registro en el que constan los mensajes de los cuadros medios y de la militancia a lo largo de veinte asambleas que van de marzo a noviembre de 1980. Este registro se elaboró en base a las actas levantadas, con el fin de llevar una relación de los mensajes.

Habiendo obtenido éste registro nos dimos cuenta que debíamos dividir nuestro análisis en etapas, ya que los procesos de comunicación cambiaban de acuerdo a las diferentes situaciones que vivía el Comité de Base. Dentro del período que abarcan éstas veinte asambleas del registro pudimos ubicar tres etapas diferentes: a) Crecimiento y desarrollo del Comité, b) Preparación para la toma de los terrenos por los que se lucha y c) Desalojo y reacción de los participantes del Comité. La ubicación de éstas tres etapas, junto a una cuarta etapa ubicada más adelante, nos permitió hacer un estudio longitudinal evolutivo de los procesos de comunicación generados en los diferentes momentos que vivía el Comité.

2) Los pasos para la sistematización de los datos del registro fueron:

- Enumeración de mensajes de los cuadros medios y de la militancia a lo largo de estas veinte asambleas.
- Ubicación de los temas que tocan los mensajes.
- Cómputo de las veces que se usan los diferentes temas, con el fin de determinar su frecuencia de uso.
- Ubicación de los temas más usados por unos y otros participantes del proceso de comunicación.
- Relaciones que guardan los temas más usados por los cuadros medios y relaciones de los temas de la militancia.
- Ubicación de los temas comunes entre cuadros medios y militancia.
- Graficación de la frecuencia con que ambos usan los temas comunes (ver gráfica 1).
- En base a la ubicación de los temas más usados por unos y otros, detección de los núcleos (esencia) de la emisión de cuadros medios y militancia.

- Resultados:

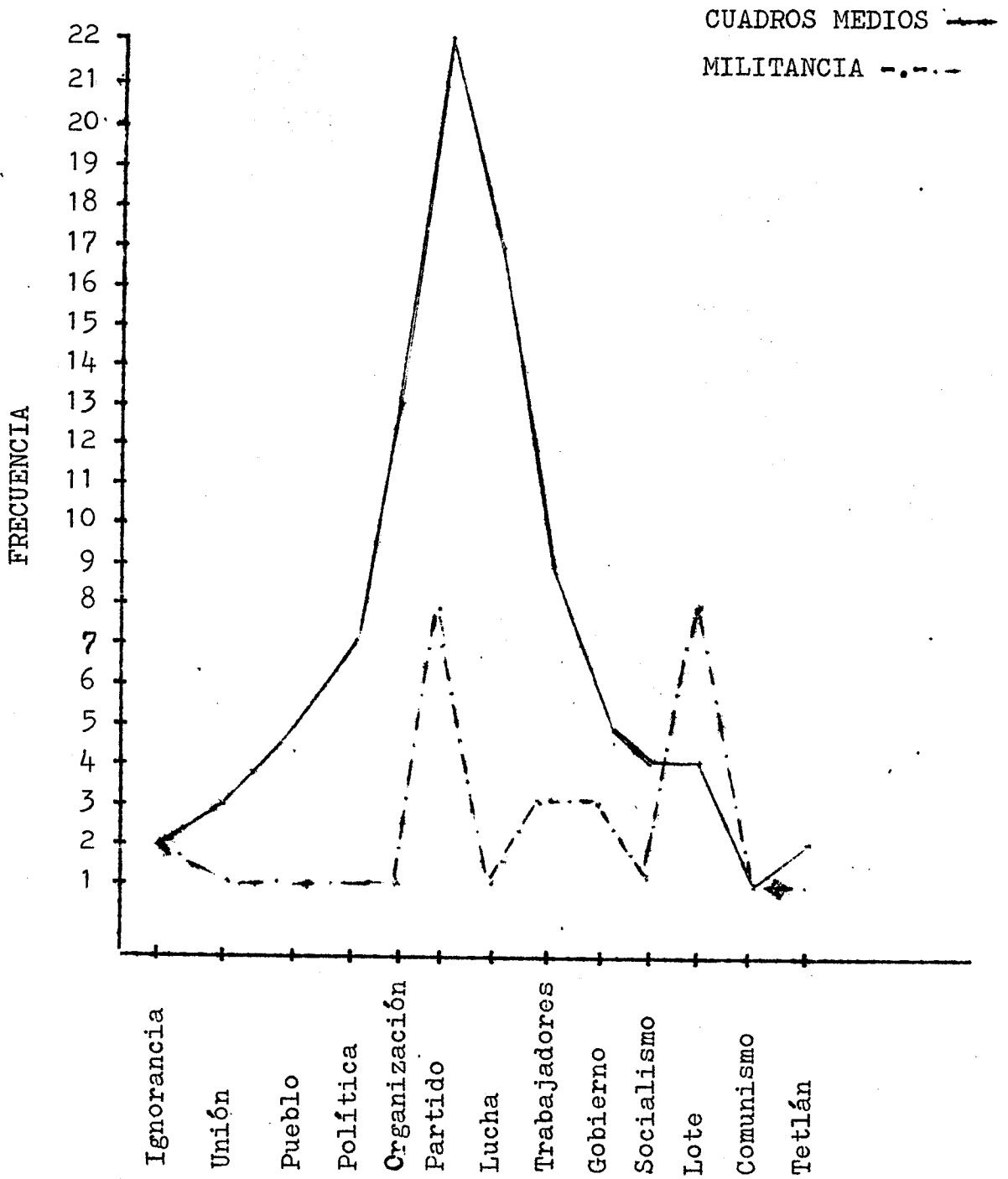
Se registraron un total de 48 mensajes de los cuadros medios y 50 de la militancia. Los temas encontrados en éstos mensajes son 31 por parte de la militancia y 40 por los cuadros medios.

Los temas más usados por los cuadros medios, a lo que llamamos núcleo de los mensajes de su emisión son: partido, lucha, organización, trabajadores y política. El núcleo de los mensajes emitidos por la militancia se ubicó al encontrar los temas que ésta más usa: nosotros, terreno, (lote), todos, partido y bien o bonito. Si los temas que forman sus núcleos de emisión respectivos son diferentes, el contenido de sus mensajes en esencia también lo es. En base a esto queda comprobada la elaboración de dos tipos de mensajes.

Es muy significativo que de 31 y 40 temas manejados respectivamente por la militancia y los cuadros medios, solamente 13 son comunes; esto nos habla de que su campo común de referencia es muy reducido.

En la gráfica 1, que se estableció a partir de los temas comunes, se aprecia que el uso de los temas por la militancia es rebasado por el uso que les dan los cuadros medios. Se aprecia que los temas partido y lote para la militancia están parejos, mientras que para los cuadros medios el punto más alto es partido para de ahí descender sistemáticamente. El tema lote es para los cuadros medios de poca importancia, mientras que para los militantes es una referencia básica junto con partido, en el punto más alto. La militancia entiende afiliarse al Partido para conseguir un lote. La lectura de documentos no es un medio adecuado para la educación política, puesto que el lenguaje de la militancia y su actividad en el Partido se centra en experiencias y necesidades concretas, mientras que los documentos usados por los dirigentes del Comité, son muy teóricos y saturados de conceptos abstractos. De esta forma queda comprobada la hipótesis exploratoria.

GRAFICA 1: FRECUENCIA EN EL USO DE TEMAS COMUNES ENTRE CUADROS MEDIOS Y MILITANCIA.



## 7.- SEGUNDA PARTE: EN BUSCA DE UNA RESPUESTA QUE NOS PERMITA DAR SOLUCION AL PROBLEMA:

La segunda parte del proyecto, comprende la cuarta etapa de análisis del Comité. Esta parte va orientada hacia el cumplimiento del segundo objetivo que determinamos al comenzar la investigación.

De esta manera fue que, de acuerdo a los datos obtenidos en la primera parte del proyecto, se procedió a experimentar algunas formas que nos permitieran dar con la solución al problema:

1) Se suprimió la lectura de documentos en las asambleas como primer paso ya que, como se había venido comprobando, estos documentos no eran el medio adecuado para un proceso de educación política.

2) Se probó un método que consistió en que cada militante dirigiera una asamblea. Este método no dió resultado.

3) Se experimentó en el desarrollo de una asamblea, plantear un tema generador de participación; éste tema debía ser aquel por el cual los militantes estuvieran mostrando interés. Este método dió como resultado una asamblea más participativa.

### 7.1. Hipótesis de solución.

Habiendo experimentado de ésta forma, se llegó a plantear la siguiente hipótesis de solución:

"Si en las asambleas del Comité se da importancia al tema que el grupo maneje de acuerdo a sus intereses, entonces la participación en las asambleas aumentará y habrá un proceso más adecuado para la educación política:

### 7.2. Estrategia de Comunicación.

Una vez planteada la hipótesis pudimos formular la estrategia de comunicación que guió los posteriores pasos del

proyecto. Mencionaremos un extracto de la estrategia de comunicación:

Si en la investigación realizada en la primera parte del proyecto se comprobó que el tema más usado por los dirigentes o cuadros medios es partido, mientras que el que más usa la militancia es lote, es ahora el momento de aprovechar este interés, esta lucha, para que de ahí se vaya descubriendo y entendiendo lo que es el Partido. Esto es, ya no se trata de conducir a la militancia al entendimiento del partido por medio de conceptos abstractos, lectura de documentos o asuntos desvinculados de los referentes manejados por la militancia, sino que ahora se descubrirá que hay una posibilidad para éstos dentro del Partido, en base a sus necesidades e inquietudes concretas, concretas que es lo que ambos pueden compartir en éste momento.

El dirigente no será meramente quien llegue a decir algo, sino quien, además de dar los informes necesarios, se aproveche de la plática informal que siempre se da antes de comenzar en forma la asamblea y aún en la asamblea misma como continua referencia a casos concretos y particulares; y a partir de esta plática el dirigente mueva la discusión sobre el asunto, con algunas opiniones de su parte sobre el tema que se trata o algunas preguntas para redondearlo más, o pidiendo sugerencias, etc., y así la discusión pueda ir formando un matiz de asunto más general, para ir estableciendo relaciones y conceptos partidarios.

Se pretende ampliar el campo común de referencia propiciando que sea ahora la militancia quien vaya guiando la discusión; y los dirigentes sean coordinadores, propiciadores y reforzadores de la misma.

La estrategia se aplicó durante tres asambleas, la del 7 de febrero, la del 7 de marzo y la del 21 de marzo de 1981. En estas asambleas se dió por parte de la militancia



una participación más activa, partiendo de sus intereses, fueron llegando a descubrir algunas cuestiones importantes tales como:

- El 7 de febrero, por primera vez la militancia expresó que es la necesidad la que les hace enfrentarse a la lucha y que necesitan luchar juntos por su necesidad. Entre todos se clarificaron que el Partido no va a regalar terrenos, sino que todos juntos van a luchar por la necesidad de la vivienda.

- El 7 de marzo, los militantes expresan básicamente, que ellos son un respaldo para el Partido e indican que el Partido es quien les ayuda para conseguir lo que necesitan hablando "por la buena" con las autoridades, pero que si éstas no les hacen caso, entonces serán capaces de cualquier cosa, porque la necesidad hace la revolución.

- El 21 de marzo, la militancia ubica algunas fallas en los dirigentes del Partido en Jalisco y proponen hablar con ellos para decirles qué deben poner de su parte; se nota aquí que autocritican la organización a la que pertenecen. Señalan también algunas formas para mejorar la situación.

## 8.- METODOLOGIA PARA LA PRUEBA DE LA HIPOTESIS DE SOLUCION Y LA ESTRATEGIA PLANTEADA:

Con el fin de probar la efectividad de la estrategia aplicada, utilizamos una metodología que implica tres tipos de análisis:

### 8.1. Primer tipo de Análisis.

El primero se realizó siguiendo la metodología de prueba de la hipótesis exploratoria:

a) Se llevó el registro de las asambleas en que operó la estrategia.

b) Del registro se elaboró un recuento de los mensajes emitidos por los dirigentes y de los mensajes emitidos por la militancia.

c) Se ubicaron los temas a que se referían éstos mensajes.

d) Se sacaron las relaciones que dichos temas guardan entre sí.

### Resultados del primer tipo de análisis.

De este primer análisis se obtuvieron los siguientes datos:

En esas tres asambleas fueron emitidos 39 mensajes por los cuadros medios y 39 por la militancia.

En los 39 mensajes de cada uno, se ubicaron 11 temas tocados por los cuadros medios y 10 por la militancia. De éstos temas, nada más uno no es común, que de hecho es de los menos importantes y solo fué tocado dos veces por los cuadros medios.

De acuerdo a ésto, se procedió a graficar para, como en la primera parte del trabajo, tener la comparación de los temas comunes con la frecuencia con que se usan (cfr. gráfica 2).

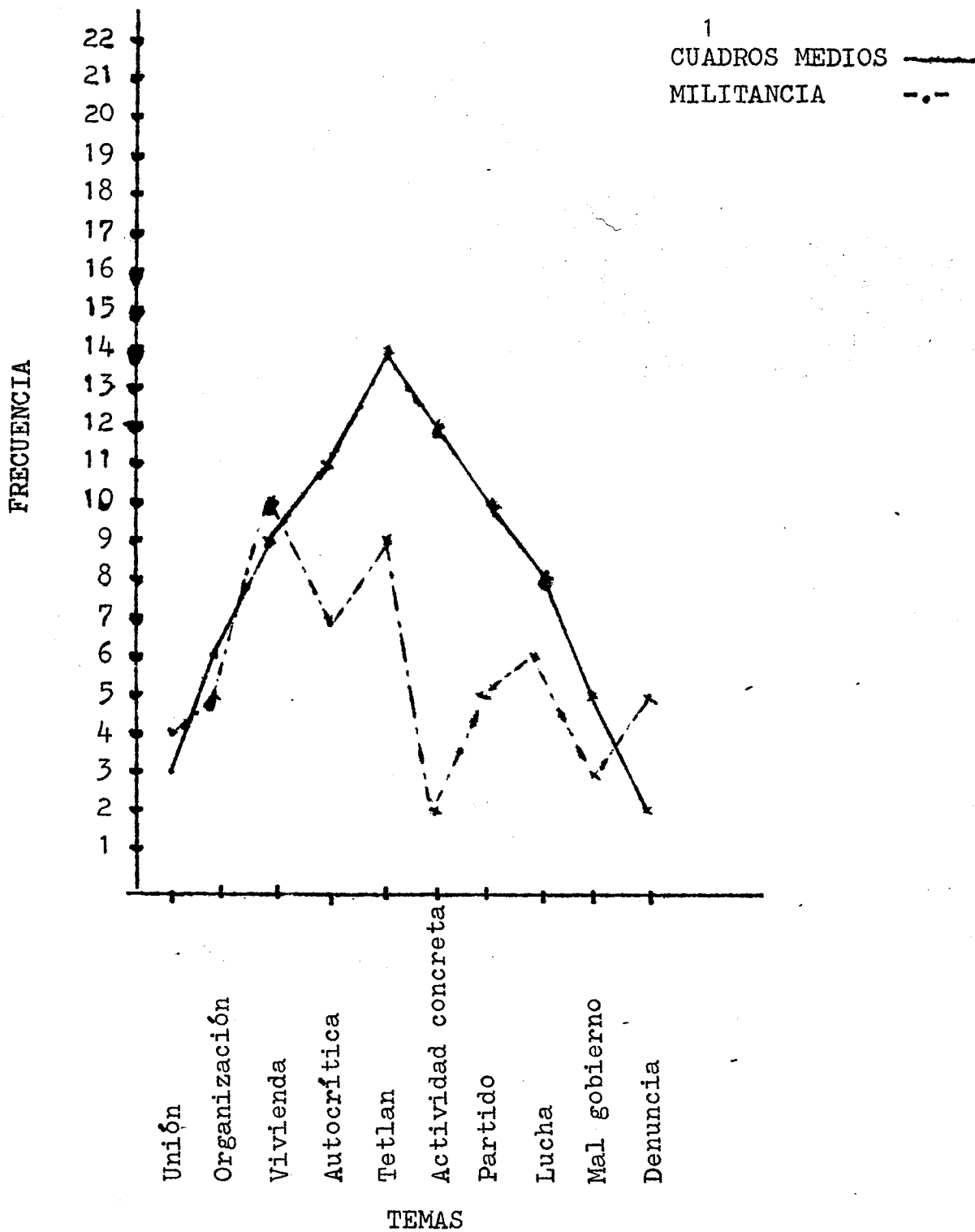
Así, vemos que hay un gran acercamiento en el uso de los temas por parte de unos y otros.

El hecho de que solamente haya un tema no común y diez comunes, muestra que las asambleas giraron en torno a temas manejados por ambos.

Por otro lado, el que tanto los cuadros medios como la militancia hayan emitido una cantidad igual de mensajes, indica el incremento de participación activa que se dió en la militancia, así como la actitud de mayor acercamiento por parte de los dirigentes hacia las inquietudes de los demás miembros del Comité.

También se obtuvo como resultado, en ésta etapa, que los militantes hacen ya relaciones entre su expectativa fundamental, vivienda, y algunos conceptos partidarios, tales como lucha y organización en el Partido.

GRAFICA 2: FRECUENCIA EN EL USO DE TEMAS COMUNES ENTRE CUADROS MEDIOS Y LA MILITANCIA CON LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION APLICADA.



## 8.2. Segundo tipo de Análisis.

También diseñamos y elaboramos un Análisis Cualitativo de los Mensajes de la Militancia, registrados a lo largo de todo nuestro estudio, con el fin de analizar el contenido y matiz de su comunicación.

Para hacer este análisis, establecimos seis apartados concernientes al motivo principal del militante para emitir sus mensajes, bien fuera:

- a) Hablar del Partido.
- b) Expresar un concepto partidario.
- c) Dar una opinión.
- d) Mostrar su actitud, afectiva, frente al Partido.
- e) Expresar sus expectativas.
- f) Otros.

### Resultados del Segundo Tipo de Análisis:

Como resultado de éste análisis tenemos que, en la primera parte del proyecto, que corresponde a las tres primeras etapas para el estudio del Comité, se emitieron en total de veinte a treinta mensajes que corresponden a los apartados señalados. Con la aplicación de la estrategia en un lapso correspondiente a tres asambleas, la militancia emitió veinte mensajes que tienen que ver con nuestros apartados.

Los mensajes que predominan en las tres primeras etapas, son de "expectativa" y de "actitud". En los de "expectativa" se expresa la idea de estar en el Comité por el terreno que "se les va a dar", y los de "actitud" se refieren a un sentimiento de confianza hacia el Partido, y de mucho apoyo a éste.

En las tres asambleas donde la estrategia se llevó a cabo (cuarta etapa), se dan principalmente mensajes de "conceptos" y de "actitud". Entre los "conceptos", la militancia maneja nociones tales como que siempre los más

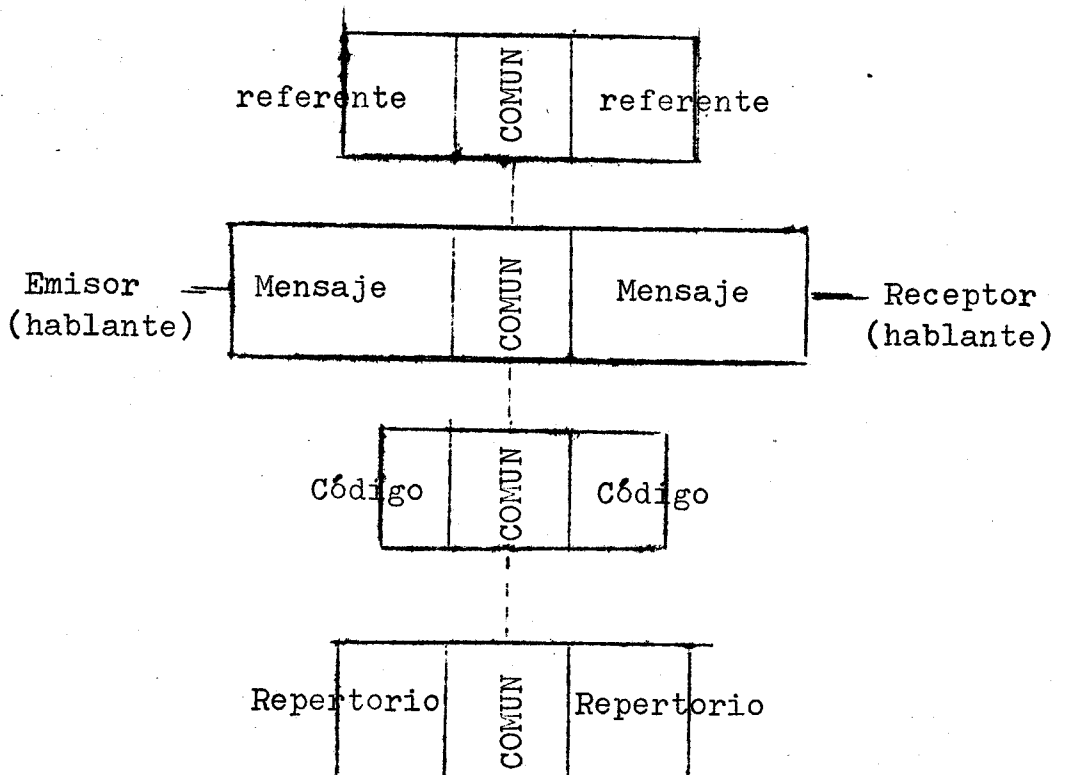
afectados son los más necesitados. La "actitud" que presentan los militantes es ahora más activa y participativa, con interés en la asamblea y lo que en ella se dice, y por la lucha que están llevando. Se nota una actitud de más movilidad y entusiasmo.

Puede decirse que en ésta etapa del Comité, la mayoría de los mensajes de la militancia son muy valiosos a nivel de contenido. Muchos de ellos reflejan ya una adquisición de educación política, en los términos como la entiende el Partido.

### 8.3. Tercer tipo de Análisis.

Como último análisis, procedimos a la aplicación del modelo de comunicación de Jakobson a las etapas registradas en el Comité, con el fin de mostrar cómo se fueron dando las diferentes situaciones del proceso de comunicación en éste.

El modelo de Jakobson consta de los siguientes elementos:



Este modelo parte de la premisa de que al no haber un código común entre los hablantes, no puede haber referente común, por lo tanto no puede haber entendimiento.

De la aplicación de este modelo a las cuatro etapas del Comité, obtuvimos los siguientes resultados:

Resultados del Tercer Tipo de Análisis:

Por el tamaño de los modelos no los podemos incluir en este reporte. Para consultarlos, se puede recurrir a la memoria del segundo semestre de nuestro trabajo de Area de Integración. Aquí tratamos de dar una explicación detallada de los resultados que obtuvimos al aplicar el modelo de Jakobson a las cuatro etapas del Comité.

Analizando los modelos ya aplicados en cada etapa, podemos apreciar que en las primeras dos etapas se nota poco o nulo campo común de comunicación; mientras que la cuarta etapa muestra un incremento notable respecto a esto.

Aún cuando en la primera etapa existe un tema común en el repertorio, (lote), se detectó que la manera como es manejado por cada uno de los integrantes del Comité, atiende a un referente distinto, que está basado en sus respectivas expectativas.

Se observó también que no se establece código común, ya que las relaciones se manejan entre sus términos en los mensajes atienden a una significación distinta entre unos y otros, basada en sus expectativas.

De aquí se deduce que al no haber código común se dan dos tipos de mensajes; y disparidad en la comunicación.

En la segunda etapa ya se aprecian dos temas comunes en el Repertorio, pero sucede lo mismo que en el caso de la etapa anterior: los referentes y los códigos no son comunes y se elaboran también dos mensajes distintos.

Bajo estas circunstancias no puede decirse que haya entendimiento en la comunicación a lo largo de éstas dos etapas mencionadas. Se muestra que hay una total diversidad en cuanto a las expectativas que expresan en sus mensajes; y por lo tanto al sentido que tiene para unos y otros formar parte de un Comité del Partido.

En la tercera etapa, el Repertorio Común comprende también dos temas (Partido y Trabajadores); pero, como se puede apreciar en el Código, éstos están relacionados por la militancia con temas muy distintos a los que relacionan los cuadros medios. Mientras las relaciones de los cuadros medios se hace en torno a conceptos que van explicando lo que es el Partido a través de los Documentos; en los militantes, las relaciones se hacen en torno a su expectativa primordial para estar en el Partido y a expresiones de afectividad que demuestran un sentimiento de unidad al saberse compañeros, por ser militantes del Partido.

Sólamente en el tema Trabajadores se da una relación común en el Código, de ahí se detectó un mensaje emitido por los cuadros medios: "No solo se lucha por vivienda, se lucha por los trabajadores". Este mensaje es comparable con otro que fué emitido por la militancia: "El Partido de nosotros no solo ve por los lotes, sino por que todos los trabajadores vivan mejor".

En lo que toca al Referente del tema Trabajadores, se puede decir que, aún cuando están basados en aspectos diferentes (el de los cuadros medios se da dentro de un marco de conceptos abstractos en la lectura de documentos, el de los militantes en sus experiencias concretas), llevan una relación que los acerca. Esto puede observarse en los mensajes que hemos ubicado como comunes.

Es de notar que las expectativas bajo las que se formulan los mensajes, siguen siendo radicalmente diferentes.

Es por ésto que, aunque se emiten gran cantidad de mensajes en relación con las etapas anteriores, el Campo Común de Comunicación es muy pequeño.

De aquí decimos que la comunicación que se da en esta etapa es equiparable a la que se da en las dos anteriores, porque aunque hay un incremento en la participación de la militancia, los cuadros medios hacen un mayor uso de términos abstractos y desvinculados de la expectativa concreta de los militantes. Así, los dirigentes siguen rebasando a los militantes y se continúa dando una falta de entendimiento a los mensajes de ambos.

Para referirnos a la aplicación del modelo en la cuarta etapa, hay que tomar en cuenta que en ésta se llevó a cabo la aplicación de la estrategia que planteamos como forma de generar un mejor proceso de comunicación.

Tenemos en esta cuarta etapa, que dentro del Repertorio se dan diez temas comunes y sólo uno que no es común.

La similitud en muchos de los mensajes emitidos por los dirigentes y la militancia, así como la relación entre los temas que en éstos mensajes se manejan, es reflejo de un vasto campo común entre los Códigos utilizados.

Lo común del Código estriba en que, aunque las expectativas son aún diferentes hasta cierto punto, la militancia ha logrado asimilar que sus expectativas fundamentales no son ajenas al Partido; y en ésta asimilación ha integrado a su lenguaje algunos de los términos con los que los dirigentes definen al Partido. Por otro lado, los dirigentes se han mostrado accesibles a la expectativa de la militancia, y para la expresión de su expectativa, enseñar lo que es el Partido, se vincularon a los mensajes de la militancia y tocaron los suyos a partir de éstos.



También por ésta razón una gran parte de los Referentes son comunes.

De un mayor campo común en los Códigos, de un mayor Repertorio común y de compartir muchos de los Referentes, se deduce que los integrantes del proceso han adquirido formas más adecuadas de comunicación, dentro de su proceso de educación política

#### 9.- CONCLUSIONES Y PROPOSICIONES FINALES:

Con la aplicación de la estrategia de comunicación, la participación de la militancia en las asambleas del Comité fué más activa. Esto, como consecuencia de que las expectativas de los militantes fueron tomadas más en cuenta por los dirigentes; y ésto trajo consigo que se produjera cierta similitud en los mensajes, lo cual llevó a los integrantes del Comité a desarrollar en sus asambleas un proceso de comunicación más adecuado, que a su vez fué orientándolos hacia un proceso más propio de educación política.

Con la aplicación de la estrategia de comunicación, el modelo real se modifica en lo que respecta a la relación Cuadros Medios-Militancia que es a la que nos abocamos. Esta modificación se orienta hacia el modelo ideal de comunicación que planteamos.

Así, podemos decir que cambiando el método de lectura de documentos planteado en la Estrategia de Educación Política del Partido, por un método de acercamiento a la expectativa de la militancia para aprovecharla y orientarla hacia lo que es el Partido, se da un proceso de educación política más adecuado.

Como medio adecuado para la traducción de los Documentos Básicos a un nivel más accesible, así como para

reforzar lo adquirido en las asambleas en que se aplicó la Estrategia de Comunicación que pusimos en marcha, y para propiciar una mayor experiencia partidaria común, proponemos el uso del radio-cassette en las asambleas. Y para la producción en este medio proponemos también la implementación de un laboratorio experimental de radio-cassette alternativo.

El uso de este medio se propone por varias razones. Además de que los dirigentes del Partido ya lo habían propuesto, nosotros en nuestra investigación obtuvimos el dato de que la mayoría de los militantes tiene más apego al medio radiofónico que a otros medios.

La Radio alternativa que planteamos consiste, técnicamente, de los siguientes aparatos:

Un control de sonido (Mixer), que dada su facilidad de armado y su bajo costo, no pasa de ser un aparato sumamente elemental pero de mucha utilidad para el laboratorio propuesto. Este control, nosotros lo construimos; y pudimos comprobar que es útil y flexible, ya que se le pueden conectar diferentes aparatos como tornamesa, grabadora, micrófono, bocina, amplificador, etc.

Este control tiene la capacidad de combinar tres aparatos reproductores de sonido y recoger la señal conjunta para llevarla a otra grabadora o bocina. Puede ser instalado en cualquier lugar donde haya corriente eléctrica doméstica para conectar los aparatos. El control no necesita corriente directa, pues trabaja exclusivamente con la señal de los otros aparatos.

Los costos de éste control son aproximadamente 600 pesos.

Por su facilidad técnica, éste laboratorio experimental puede ser manejado por cualquier mano que no sea experta, pero que podrá ir aprendiendo, no solo técnicamente, sino también a nivel de formato del contenido mismo de lo que produzca, que es lo más importante. Para la reproducción solo se necesita una grabadora portátil.

BIBLIOGRAFIA GENERAL:

- CALZAVARA Elisa y CELLI Enrico, "Perspectivas Lingüístico-semiológicas" en: VARIOS, Comunicación de Masas, Perspectivas y Métodos, Barcelona, Gustavo Gili, Colección Punto y Línea.
- CARRILLO Alberto, Memoria de Multimedios: Marginalidad.
- CROCKFORT, El Imperialismo, la Lucha de Clases y el Estado en México, Nuestro Tiempo, México, 1979.
- ECO Umberto, Tratado de Semiótica General, Nueva Imagen-Lumen, México.
- GUEVARA NIEBLA Gilberto, Antecedentes de Desarrollo del Movimiento de 1968, en: Cuadernos Políticos, Era, Julio/Sep. de 1978, número 3.
- GUIRAUD Pierre, "Lenguaje y Teoría de la Comunicación" en VARIOS, El Lenguaje, La Comunicación, Serie Tratado del Lenguaje, Buenos Aires, Nueva Visión, Número Uno.
- MARX Carlos, Manuscritos Económico-Filosóficos de 1844, México, Ediciones de Cultura Popular.
- MORENO Daniel, Los Partidos Políticos del México Contemporáneo, Costa Amic Editor, México, 1979.
- RODRIGUEZ ARAUJO Octavio, La Reforma Política y los Partidos en México, Siglo XXI, México 1979.
- SNYDERS George, La Actitud de Izquierda en Pedagogía, Ed. Cultura Popular, México 1977.
- SWEEZY Paul, El Capitalismo Moderno y Otros Ensayos, México, Nuestro Tiempo, 1979.
- VARIOS, El Perfil de México en 1980, Tomo 3, México, Siglo XXI 1978.
- Partido Socialista de los Trabajadores, Documentos Básicos, Biblioteca Básica del PST, No. 1.