


	<b>Universidad de la República</b> <b>Propuesta de Investigación</b> <b>Programa de Apoyo a la Investigación</b> <b>Estudiantil (PAIE) 2012</b>	
		

Título del proyecto	Estrategias de comunicación en la dictadura uruguaya: ¿Un modelo teórico?
---------------------	--

## Descripción del Proyecto

### A) Fundamentación

El proceso dictatorial ha sido tema de interés para diversas áreas de estudio (política, social y económica), sin embargo desde una perspectiva comunicacional las investigaciones son escasas. La presente propuesta se ocupará de la perspectiva del emisor y como éste representa al receptor, en el análisis de los mensajes oficiales producidos durante el gobierno de facto en el año 1975.

Verificamos que el régimen cívico-militar le otorgó trascendencia a la gestión en el área comunicacional con profusas campañas propagandísticas necesarias para el funcionamiento de dicho régimen y el afianzamiento del modelo de país deseado, creando un organismo especializado en el tema, la Dirección Nacional de Relaciones Públicas (DINARP) con su antecedente en el Departamento de Operaciones Psicológicas.

Consideramos que es una investigación que nos compete de acuerdo a nuestra formación académica, siendo un proyecto viable, con gran sustento material de fácil acceso (campaña propagandística del régimen, en formato audiovisual e impreso). Pretendemos aportar conocimiento nuevo desde una perspectiva comunicacional sobre un período de gran importancia en la conformación de la memoria colectiva de nuestra sociedad, que contribuya al área de investigación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República.

## B) Objetivos (generales y específicos)

### Generales:

A través del análisis de las campañas propagandísticas realizadas por la DINARP durante el gobierno de facto, indagaremos sobre la posible existencia de un modelo teórico comunicacional, utilizado por la dictadura en sus mensajes a la población.

### Específicos:

Pretendemos recopilar un conjunto de piezas propagandísticas oficiales representativas del año 1975 para realizar su posterior análisis de contenido, con el fin de identificar regularidades en dichas piezas. Los patrones extraídos pasarán a ser nuestros datos primarios, los cuales contrastaremos con los modelos teóricos de comunicación extraídos de la bibliografía teórica, indagando en qué grado los datos encontrados se acercan o no a las características esenciales de los modelos teóricos propiamente dichos.

A partir de ello, intentaremos reconstruir un posible modelo comunicacional utilizado por la DINARP durante 1975. Logrando así nuestro objetivo general.

## c) Metodología

La metodología a emplear en esta investigación es de carácter cualitativo, *“La indagación cualitativa es semejante a armar un rompe cabezas: “...usted no está reuniendo piezas de un rompe cabezas cuya imagen ya conoce. Está construyendo una imagen que se forma cuando se reúnen y examinan las partes.” (...) Esto se llama aproximación inductiva: permite que las ideas o categorías emerjan preferentemente desde los datos y no al colocar un marco preexistente a ellos”. (...)*

La técnica a utilizar será el análisis de contenido latente, *“(...) es el proceso de identificar, codificar y categorizar patrones primarios en los datos.(...) Al usar el análisis de contenido latente el investigador examinará el significado de pasajes o párrafos específicos dentro de los datos y determinará una categoría apropiada ” ( Mayan,2001, pag.32)*

Seleccionaremos publicaciones de la DINARP en el periódico “El país”, estimando entre 3 y 4 avisos mensuales, y los audiovisuales “Uruguay hoy”, los cuales no superan las 5 producciones, editados y producidos entre Marzo-Noviembre del año 1975 y los decretos de creación del Departamento de Operaciones Psicológicas y la Dirección Nacional de Relaciones Públicas.

A partir de la recopilación de dicho material realizaremos una aproximación inductiva dado que el modelo de comunicación emergerá de la interpretación de los datos recabados.

Para identificar el modelo de comunicación, contamos con diversas teorías sobre ésta área: El libro *“La propaganda”* de Edward Bernays y el artículo de Leonard W. Doob basado en el estudio de la propaganda empleada por Goebbels, ya que nos aportan un concepto de propaganda a modelo de persuasión y manipulación de la opinión pública y un planteo de diferentes estrategias de comunicación.

Mass Communication Research, cuyo planteamiento se basan que la comunicación juega un rol relevante para la conformación de un orden social, estableciendo el modelo “aguja hipodérmica” utilizado para denominar el efecto o impacto indiferenciado y directo sobre los individuos atomizados.

Por otro lado se tomaran en cuenta Teorías Normativas, las cuales fijan el “deber ser” de los medios de comunicación, es decir, como deberían funcionar en el sistema social; siendo importante su estudio ya que de estas teorías se puede inferir la expectativa que la sociedad tiene sobre los mismos y el uso que pueden ofrecer a otros actores sociales como el gobierno. Dentro de ellas abarcaremos las expresadas por Raymond Williams (el cual plantea dos polos en los que el sistema de masa fluctúa: la libertad de expresión representado con el tipo de “deber ser” Democracia, y la censura, tipo Autoritario. Dentro de ellos se encuentran dos modelos moderados pero que contienen cierta tendencia a dichos polos), Las cuatro teorías de la prensa (Esta teoría parte de la afirmación: el sistema de medios refleja el sistema de gobierno. Desde este punto de partida proponen cuatro teorías: Autoritaria, Liberal, Soviética y de Responsabilidad social de los medios), y por último las Teorías Comparatistas (tomaremos los cuatro supuestos planteados por ésta, los cuales son el desarrollo del mercado de comunicación con énfasis en un desarrollo fuerte o débil de circulación de prensa de masas; el paralelismo político, el grado y naturaleza de la relación entre los medios de comunicación y los partidos políticos; el desarrollo del profesionalismo periodístico; y el grado y naturaleza de la intervención estatal en el sistema de medios de comunicación).

Implementaremos el método de teoría fundamentada.

En concreto, analizaremos los datos recabados buscando patrones en común y posteriormente lo contrastaremos con las teorías ya mencionadas.

Para complementar la recabación de datos implementaremos la ejecución de entrevistas a informantes calificados, uno de ellos es Aldo Marchesi autor del libro *El Uruguay inventado*.

D) Cronograma de ejecución (seguir el siguiente formato).

Mes	Descripción de actividades
1	Recopilación de información. Piezas propagandísticas publicadas en "El País" de marzo a mediados de junio de 1975)
2	Continuación de recopilación de información.(comunicados publicados en "El País" de mediados de junio a fines de noviembre de 1975. Se incluirán los audiovisuales "Uruguay hoy")
3	Interpretación de las piezas y audiovisuales en su conjunto
4	Interpretación de las piezas y audiovisuales en su conjunto
5	Contrastación de lo anterior con las teorías seleccionadas
6	Conclusión y difusión

E) Resultados esperados y plan de difusión

De este proyecto esperamos determinar el modelo teórico de comunicación utilizado por la DINARP en el periodo de facto, mediante la recaudación de una muestra representativa de datos, en este caso comunicados publicados por la DINARP durante el año de su creación.

Las conclusiones de la investigación serán presentadas a través de un póster que contendrá las principales fases del proyecto hasta su resultado. También se realizará un audiovisual pretendiendo resumir e ilustrar el proceso de producción a través de folletos ejemplificantes previamente seleccionados. La investigación en detalle será divulgada a través de un blog con el fin de captar mayor público sirviendo de esta manera para futuros estudiantes en el campo.

F) Referencias bibliográficas

- Altschull, J. (1995). *De Milton a McLuhan*, México, Publigráficos S.A.

- Álvarez Ferretjans, D. (2008). *Historia de la prensa en el Uruguay*, Montevideo, Fin de Siglo

- Bernays, E. (1923). *Cristalización de la Opinión Pública*

- Bernays, E. (1928) reeditado en 2008. *Propaganda*, España

- Bustamante F. (1989). *Uruguay nunca más. Segunda edición.*, Montevideo, Servicio de Paz y Justicia

- Cosse, I. (1996). *1975: Año de la orientalidad, identidad, memoria e historia de una dictadura*, Montevideo, Trilce.

- Di Nella Y. (conferencia con aportes de Galeano), (2008). *Psicología de la dictadura*, Buenos Aires, Argentina, Koyatun

- Gabay, M. (1985). *Medios de comunicación y democracia en el Cono Sur*, Montevideo, Mz limitada.

- Gabay, M. (1988). *Política, información y sociedad*, Montevideo, Gega.

- Goebbels, J. Artículo: Leonard W. Doob, Principes of propaganda

- Mc Quail D. (1983), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Buenos Aires, Argentina, Paidós Comunicación.

- Marchesi A. (2001). *El Uruguay inventado*, Montevideo, Trilce

- Mattelart A. y Mattelart M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.

- Mayan M. (Edición 2001). *Una introducción a los métodos cualitativos: módulo de entrenamiento para estudiantes y profesionales*, México, Qual institute press.

- Nahum B. (2011). *Historia uruguaya. Tomo 11: La dictadura*, Montevideo, Banda Oriental

- O'Donnell, G. (1985). *Las Fuerzas armadas y el estado Autoritario del Cono Sur en America Latina*, Montevideo, CLAEH.

- URUGUAY. Decreto de creación de la DINARP n° 166/975, d. 27 de febrero de 1975. Diario oficial.

- URUGUAY. Decreto de creación del Departamento reoperaciones psicologicas n° 380/971, d. 22 de junio de 1971. Diario oficial, art. 17A Melusina[sic].

- Williams, R. (1962, tercera edición en 1976), *Communications*, Londres, Penguin.

- Joseph Goebbels 1933-1945:

Disponible:[http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Goebbels#M.C3.A9todos\\_y\\_t.C3.A9nci](http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels#M.C3.A9todos_y_t.C3.A9nci)  
[cas](#).

Esta página fue modificada por última vez el 26 de agosto de 2012, a las 16:51

Disponible:<http://es.scribd.com/doc/23093555/Principios-de-la-Propaganda-segun-Goebbels>  
Fecha de subida: 11/25/2009

Disponible:[http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Goebbels](http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Goebbels) Esta página fue modificada por última vez el 26 agosto 2012, a las 16:51.