



UNIVERSIDAD  
DE LOS ANDES  
DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ  
TÁCHIRA VENEZUELA

**Universidad de Los Andes  
Dr. Pedro Rincón Gutierrez  
Núcleo Táchira  
Grupo de Investigación:  
Comunicación, Cultura y  
Sociedad**

**Veinte formas de nombrar a los medios masivos.  
Introducción a enfoques, modelos y teorías de la comunicación**



UNIVERSIDAD  
DE LOS ANDES  
DR. PEDRO RINCÓN GUTIERREZ  
TÁCHIRA VENEZUELA

**Tanius Karam  
Andrés Cañizález**

GRUPO DE INVESTIGACIÓN  
"COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD"

ISBN:978-980-11-1342-3

**Veinte formas de nombrar a los medios masivos.**  
**Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social**

*Veinte formas de nombrar a los medios masivos. Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social.*

*Autores: Tanius Karam y Andrés Cañizález.*

*Diseño de Portada: Juan Figueroa*

*Asistente de edición: Dasmereli Diaz.*

*Número de ISBN: 978-980-11-1342-3*

*Depósito Legal: lfi 23720103022817*

*Colección de Textos de la Comunicación*

*Director de la Colección: Carlos Arcila Calderón*

*Grupo de Investigación "Comunicación, Cultura y Sociedad"*

*Universidad de Los Andes*

*San Cristóbal, Septiembre 2010.*

## **SOBRE LOS AUTORES**

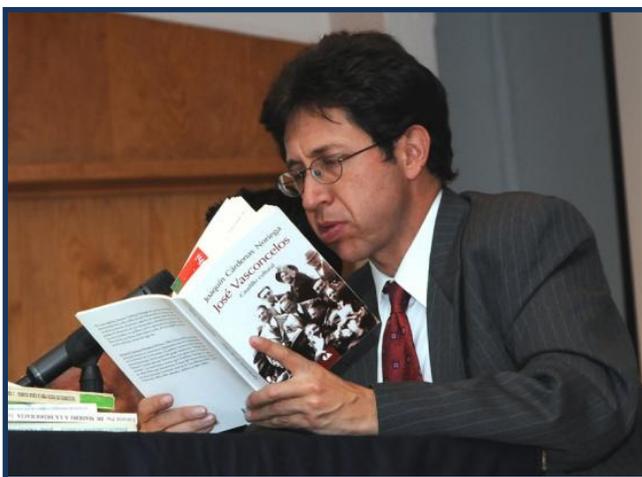
### **Andrés Cañizález**



Profesor e investigador de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), en Caracas, Venezuela. Coordina una línea de investigación sobre comunicación política y libertad de expresión en Venezuela, adscrita al Centro de Investigación de la Comunicación (CIC-UCAB), y es el coordinador académico de un programa de postgrado en libertad de expresión y derecho a la información. Profesor agregado de la Escuela de Comunicación Social. En la actualidad dirige la revista *Temas de Comunicación*,

que edita la UCAB. Es colaborador habitual del Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad” de la Universidad de Los Andes. Está reconocido por el Programa de Promoción del Investigador, en Venezuela, en la categoría II. Ha realizado estudios de comunicación social (licenciatura) y ciencia política (postgrado).

### **Tanius Karam**



Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense, Madrid. Maestro en Desarrollo Humano, Universidad Iberoamericana, México y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Latinoamericana. Miembro del Sistema Nacional de investigadores Nivel 1.

De 2007 a 2009 fue coordinador del Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad de la Ciudad de México. Es co-fundador del departamento de Comunicación y Cultura

de la misma universidad desde 2002, así como co-autor de su plan de estudios. Su experiencia docente incluye enseñanza en las áreas de teorías y metodologías en comunicación, semiótica y estudios del discurso aplicados al análisis del mensaje de los medios de comunicación masiva. Es co-autor de los libros *Comunicología en construcción* (2009) y *100 libros hacia una comunicología posible* (2005, UACM)

## **CONTENIDO**

**PREFACIO**.....08

### **I PARTE**

#### **1. Sentidos múltiples sobre la comunicación: Institucionalización académica, perfiles y espacios profesionales**

1.1 Sentidos y polémicas en torno el concepto de comunicación..... 10

1.2 La institucionalización de la comunicación.....15

1.3 Perfiles del profesional en comunicación.....21

1.4 *Los espacios profesionales de la comunicación*.....25

    1.4.1 El comunicador social.....26

    1.4.2 Publicidad.....28

    1.4.3 Comunicación Institucional y Organizacional.....30

    1.4.4 La comunicación política.....32

    1.4.5 Relaciones públicas.....35

    1.4.6 De la comunicación popular y alternativa a la comunicación ciudadana.....37

    1.4.7 La comunicación educativa.....39

    1.4.8 Comunicación para el desarrollo.....43

#### **2. Entrada a las teorías de comunicación: objetos e (im)posibilidades**

2.1 La enseñanza y aprendizaje en el campo de la producción teórica: Qué es el aprendizaje teórico en comunicación

    2.1.1 Qué es el aprendizaje teórico.....47

2.2 Qué son las teorías de comunicación e información.....51

2.3 El fenómeno natural de la comunicación. La comunicación en el mundo animal y vegetal.....55

2.4 La diversidad disciplinaria de los estudios en comunicación.....58

2.5 *Sentidos del debate sobre si la comunicación es una ciencia*.....62

## Veinte formas de nombrar a los medios masivos.

### Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social

2.5.1 De las respuestas parciales a su imposibilidad tácita.....	65	
2.5.2 De la incertidumbre a la respuesta sobre su posibilidad.....	68	
<b>3. Una mirada rápida a modelos, procesos, enfoques y teorías en comunicación</b>		
3.1 La idea de modelos y procesos de comunicación.....	81	
3.2 <i>Enfoques y modelos en comunicación: desde lo convencional hacia algunas precisiones.....</i>	83	
3.2.1 Perspectivas y modelos conductistas y funcionalistas.....	85	
3.2.2 Perspectivas y modelo crítico-culturales.....	94	
3.2.3 Perspectivas y modelos estructuralistas.....	101	
3.3 <i>Enfoques y modelos para el estudio de la comunicación no mediática</i>		
3.3.1 Los modelos y enfoques cibernéticos y sistémicos.....	107	
3.3.2 Los modelos y enfoques fenomenológicos e interpretativos.....	110	
<b>4. Agrupaciones y sistematización. Meta-mirada como estrategia didáctica.....</b>		<b>116</b>
4.1 De la cultura de información a la importancia de la sistematización y organización en el pensamiento comunicacional.....	117	
4.2 <i>Tres agrupaciones</i>		
4.2.1 La agrupación básica o mirada a tres.....	121	
4.2.2 La propuesta de Juan José Igartua y María Luisa Humanes.....	123	
4.2.3 La propuesta organizativa del grupo “Hacia una Comunicología Posible” ...	126	
4.3 Notas para el debate y algo sobre retos para la difusión y enseñanza en teorías de comunicación.....	131	
<b>II PARTE</b>		
<b>5. Veinte formas de entender a los medios y a las nuevas tecnologías de Información.....</b>		<b>134</b>
5.1 <i>Del Mass Communication Research: de los “padres fundadores” a las vertientes de largo plazo para el estudio de los medios.....</i>	134	

5.1.1 Los “padres fundadores”.....	136
5.1.2 Enfoques de “segunda generación”.....	142
5.2 <i>Cuatro viñetas críticas sobre los medios masivos</i> .....	150
5.2.1 La Escuela de Frankfurt y los medios como industria(s) cultural(es)	
5.2.2 La comunicación masiva para Enzensberger.....	154
5.2.3 Louis Althusser y su concepto de Aparatos Ideológicos del Estado.....	157
5.2.4 Los Medios Masivos desde la Economía Política (Schiller / Golding y Murdock).....	160
5.3 Las comunicación social en los Estudios Culturales anglosajones.....	164
5.4 <i>Dos definiciones de la comunicación social desde la semiótica</i> .....	171
5.4.1 Una idea ampliada sobre comunicación social en Umberto Eco.....	172
5.4.2 La semiótica social de la comunicación de masas en Karl Bruhn Jensen.	178
5.5 <i>Dos nuevos enfoques culturales</i>	
5.5.1 La comunicación social en la sociología cultural de Bourdieu.....	181
5.5.2 La mediatización de la cultura en la obra John B. Thompson.....	187
5.6. <i>Perspectivas ecológicas y mediológicas para el estudio de los medios y las tecnologías</i>	
5.6.1 La teoría ecológica.....	192
5.6.2 La perspectiva mediológica de Régis Debray.....	197
5.7 La idea de comunicación social en Luhmann.....	202
5.8 Cierre o una nota sobre el profesional de la comunicación en el siglo XXI.....	207
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	212

## **PREFACIO**

Este libro quisiera cumplir varios propósitos como se puede comprobar en el listado de temas que se desprenden del índice. Es un libro que lo mismo puede dar información a quien desee adquirir una información básica sobre lo que la comunicación quiere decir. No hay que olvidar que a este término le ha pasado un poco lo que esos términos que Umberto Eco llama “hipo-codificados”, es decir, la fuerza del uso hace que ciertas palabras pasen a designar cualquier cosa. Es un poco lo que ha sucedido con la comunicación, por ello sucede con frecuencia para el académico que la usa, el tener que hacer algunas precisiones mínimas que reduzca la incertidumbre sobre lo que quiere decir.

El objetivo general de este libro es introducir al lector al estudio académico de la comunicación y de las teorías que analizan principalmente, aunque no de manera única, los fenómenos mediáticos. Quien recorra estas páginas obtendrá una mirada integral sobre las nociones para definir el fenómeno de la comunicación, la evolución etimológica del término, su institucionalización académica, las principales actividades que demanda a un profesional de la comunicación, las teorías más importantes que se estudian dentro de las escuelas de comunicación.

En su estructura general, el libro posee dos grandes apartados. El primero de ellos mucho más diverso, pero al mismo tiempo más integral, ofrece un bagaje amplio que puede ir desde la curiosidad sobre la existencia del campo académico de la comunicación hasta los aspectos más formales propios de un libro académico como éste. En esta primera parte, se encuentran cuatro grandes apartados que responden a necesidades distintas; el primer capítulo responde a las preguntas básicas: qué es la comunicación, cómo aparecen las escuelas de comunicación, qué buscan dichas escuelas o qué perfiles de egreso construyen; y por último, cuáles son los espacios profesionales de la comunicación. En el segundo capítulo se abordan las cuestiones sobre la enseñanza-aprendizaje de las teorías de la comunicación, así como las relaciones entre información y comunicación. El tercer capítulo es el resumen de aquello que más frecuentemente se puede encontrar en manuales sobre (teorías de) comunicación. Presentamos en sus componentes básicos a las teorías

convencionalmente aceptadas como generales para el estudio del campo. Intentamos hacer un resumen funcional que dé cuenta sobre lo más importante y al mismo tiempo estimule una lectura útil y ayude al lector a identificar los procesos dentro de la comunicación social. En la presentación de estos enfoques, resumimos lo que hace 20 años se conocía muy vagamente como “funcionalismo”, “marxismo” y “estructuralismo” y fueron aceptados desde entonces como teorías dominantes dentro del campo académico de la comunicación. Hay que recordar además que estos enfoques tenían como principal umbral a partir de la segunda post-guerra la emergencia y consolidación de los medios electrónicos audiovisuales. La primera parte del libro se cierra en el capítulo cuarto, que tiene fines didácticos y por tanto su pretensión es de agrupación y sistematización.

La segunda parte del libro deja ver definiciones específicas sobre los medios y la comunicación social. En esta segunda parte se haya identificada la información por teorías. De teorías amplias y generales (como puede ser la sociología de Luhmann) hemos seleccionado lo que se refiere a los medios. Cuidamos en todo momento los elementos didácticos y pedagógicos que busca el libro; se propone de manera alternada visiones integradas y específicas como parte de una didáctica lo más dinámica posible.

Esperamos que este recorrido ofrezca elementos de juicio al lector, le permita un saber documentado y problematizador, en torno a un fenómeno, que como la comunicación social, tiene presencia cotidiana en nuestras vidas.

**1. Sentidos múltiples sobre la comunicación: institucionalización académica, perfiles y espacios profesionales.**

**1.1 Sentidos y polémicas en torno el concepto de comunicación**

Desde el punto de vista formal, el saber sistemático de las ciencias de la comunicación emerge en el siglo veinte, tiene su primera fundación en los Estados Unidos de Norteamérica. Para los años cuarenta existen ya las primeras escuelas e institutos de investigación. La comunicación llega a América Latina en el oleaje de la post-guerra. La primera escuela se funda en 1960, una o dos generaciones después que en EE. UU., y con el antecedente de las escuelas de periodismo. Para muchos todo principia con los medios, en particular la prensa, pero esta no es toda la historia, la comunicación tiene un vuelo múltiple a lo largo del siglo pasado, su movimiento toca lo mismo las ciencias exactas que las químico-biológicas, emerge con nuevas perspectivas como la cibernética, en un contexto acelerado de mundialización y de reorganización del campo académico. El nacimiento de la comunicología posible no podría haber sido en un momento más complicado o bien, de no ser por esa convergencia múltiple de muchos saberes y áreas quizá no se hubiera generado.

El caso de los medios va desprendiendo sobre todo en el seno de escuelas y facultades de comunicación una reflexión más amplia sobre el fenómeno de la comunicación y la certidumbre cada vez creciente que la descripción del fenómeno de la comunicación no puede reducirse al campo estricto de la comunicación colectiva, aun cuando sea a partir de este fenómeno que el campo se configuró. El que se reduzca a esta dimensión lleva a una descripción instrumental y técnica de la comunicación, como procedimientos para producir un efecto o bien como una combinación dentro de los signos.

Estas primeras reflexiones llevaron a especificaciones sobre la diferencia entre comunicación e información. Más allá de las razones históricas y epistemológicas que evitamos para no dilatar la argumentación, decimos con Pasquali que la comunicación remite a un proceso humano, de coparticipación. Este célebre filósofo acuña un término aparentemente extraño (“coeficiente de comunicabilidad”) para referirse al grado de participación y corresponsabilidad de los actores en el proceso mismo. La distancia mayor apunta hacia la información como intercambio de datos y una mayor cercanía más estructural que física

como tal caracterizada por la responsabilidad y el compromiso en los procesos emisión-recepción apunta hacia la comunicación. Pasquali (1969), como otros autores, superan esa visión funcional “uni” / “bi”-direccional para simplificar las diferencias entre comunicación e información o hacerlo mediante criterios más allá de los estrictamente cibernéticos o técnicos.

A la palabra comunicación le ha pasado una suerte de erosión semántica, lo que pide una mayor aclaración, sobre todo en una serie de notas como estas en el que la noción no puede ser vista como un todo indiferenciado al grado de convertirse en término-comodín muy amplio que pueda aplicarse a lo que sea. Ahora bien, la dificultad se encarna en que la comunicación se encuentra en fenómenos sociales, naturales, físicos y puede aplicarse lo mismo a sistemas de transportes, cadenas de televisión, pequeños grupos de encuentro, una colonia de mapaches. Aún así no puede concluirse que toda acción o intercambio entre una colonia de objetos sea comunicación. Investigadores y pensadores no dejan de desmenuzar pero el término siempre vuelve a salir a la superficie, virgen y puro.

El gran filólogo mexicano Arrigo Coen (citado por Ferrer, 2001, p. 29) precisa el camino filológico del término comunicación, y como la voz latina *munus* va derivar en el vocablo comunicación. En su marco polisémico, *munus* significa primero regalo, dádiva, obsequio, pero el sentido que predomina es el de servicio —favor— y utilidad, de donde pasa a las ideas de trabajo u obra, empleo, cargo, oficio...La forma *munia*, de *municipium*, municio (cabeza de servicio). De *munus* se tiene *munífico* y *munífice*, del latín *munifex* —generoso, espléndido— y *remunari*, premiar, pagar un servicio. El prefijo “com”, con, asimilada la *n* a la *m* del radical, más *mun* (us) —servicio civil, aportación— más, *-is*, sufijo adjetival, suman *communis*, común, lo perteneciente a todos o a muchos; lo corriente, lo aceptado o frecuente, hasta encerrar la idea básica de intercambio. El sustantivo femenino *comuna* es sinónimo de municipio, y su adjetivo es comunal. Ser aceptado en la comunidad, tenido en común, es *comunió*n, así como *excomunió*n es ser separado cuando ya no se *comulga* con los mismos principios. Esta trama de significados (donde como vemos los medios masivos no aparecen como tal) conduce a *comunicar*, *comunicarse* y *comunicación*, término este último que explica a los otros, en su confluencia esencial: tener o poner algo en común.

Galindo (2005) hace una revisión igualmente sugerente de todas las nociones que puede haber de comunicación en diccionarios, para tratar de construir una visión sintética e

integradora. Por principio reconoce que el concepto de comunicación supone “acción”, “proceso”, “estado”, “poner en común”, “intercambiar”, “compartir”. En diccionarios léxicos se pueden encontrar las siguientes acepciones. Este es un ejercicio muy útil porque nos permite reconocer lo equívoco que puede ser el término justamente por todos los usos y contextos posibles de aplicación. Algunos serán más fácilmente reconocidos que otros, pero todo son pertinentes. Dentro de las acepciones asequibles en diccionarios, hemos hallado:

- a) Acción y efecto de hacer que se sepa. Transmisión.
- b) Acción de transmitir. Hacer parte de una cosa. Estar en relación con otros. Informar. Existir paso entre dos lugares. Tener correspondencia unas personas o cosas con otras.
- c) Acción y efecto de hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, de escribir, manifestar o hacer saber a alguien algo.
- d) Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito.
- e) Consultar con otros un asunto, tomando su parecer.
- f) Establecer medios de acceso entre poblaciones o lugares.
- g) Tener correspondencia o paso con otras.
- h) Extenderse, propagarse.
- i) Trato, correspondencia entre dos o más personas.
- j) Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- k) Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
- l) Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
- m) Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
- n) Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión.
- o) Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
- p) Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

Otra forma para proceder en el análisis de la comunicación es como el camino que sigue Winkin (1990: 12-14) quien reflexiona sobre el concepto a partir de una historia del término en francés e inglés. “Comunicar” y “comunicación” aparecen en la lengua francesa en la

segunda mitad del siglo XIV. El sentido básico “participar en” está próximo al latín *communicare* (“communis”) que significa participar en común, poner en relación. Hasta el siglo XVI “comunicar y “comunicación están próximos a “comulgar” y “comuni6n”, t6rminos m6s antiguos (s. X-XIII) pero procedentes tambi6n de *communicare*. A estos t6rminos puede asimilarse el sustantivo franc6s *communier*, en el sentido de “propietario en com6n”. A partir de este sentido general de “participaci6n de dos o varios”, en el siglo XVI aparece el sentido de “practicar” una noticia. Desde entonces hasta finales del siglo, “comunicar” comienza a significar tambi6n “transmitir”. Un siglo m6s tarde, el diccionario de Fur6tiere (1690) ofrece el ejemplo: “la imagen comunica su virtud al hierro”. De esta forma los usos que significan globalmente “participar”, “compartir” pasan progresivamente a un segundo plano para ceder en primer lugar a los usos centrados alrededor del hecho de la transmisi6n. Del c6rculo se pasa al segmento. Trenes, tel6fonos y televisores se convierten sucesivamente en “medios de comunicaci6n”. Conforme aparecen los llamados “medios” (*media* en ingl6s) el t6rmino se hace extensivo a la industria de la prensa, el cine, la radio y la televisi6n que en menos de 60 a6os consolidan la llamada “cultura de masas”.

En 1970 Grand Robert (citado por Winkin, 1990: 13) a6ade una nueva definici6n, “toda relaci6n din6mica que interviene en funcionamiento y que recupera una l6nea de pensamiento en el campo de la comunicaci6n, que se conoci6 como cibern6tica, “ciencia de la informaci6n” y tiene su origen a mediados del siglo XX en los EE.UU. Norbert Wiener, un genio de las matem6ticas acu6a junto con el t6rmino una serie de conceptos que r6pidamente ser6an famosos como “*feedback*” (retroalimentaci6n). El contexto de dicha palabra es muy distante al de las ciencias humanas. Wiener vio, analizando el ca66n de un avi6n, un proceso circular en el que las informaci6nes sobre la acci6n en curso nutren a su vez el sistema, permiti6ndole alcanzar su objetivo; as6 este cient6fico pens6 en una ciencia que estudiara el control y la comunicaci6n en el animal y la m6quina. Desde entonces la comunicaci6n pas6 a formar un elemento importante en la ingenier6a. Shannon, otro ingeniero en telecomunicaciones en la misma 6poca que Wiener (1948) hab6a propuesto un esquema de “sistema general de comunicaci6n” que entiende como una cadena de elementos (fuentes de informaci6n, emisor, canal, receptor, destino); la clave del modelo es la palabra informaci6n, pero no entendida como “noticia” o informe” sino como un dato, una magnitud estad6stica que califica el mensaje independientemente de su significaci6n; medida cuantitativa de la incertidumbre de un mensaje.

Para los años cuarenta existen ya las primeras escuelas e institutos de investigación que pueden verse anteceditos por institutos o centros de formación para el periodismo y la prensa. Para muchos la comunicación en el siglo XX principia con los medios masivos, en particular la prensa, radio, cine y TV, pero esta no es toda la historia, la comunicación tiene un vuelo múltiple como lo hemos señalado; su movimiento toca lo mismo las ciencias exactas que las químico-biológicas, emerge con nuevas perspectivas como la cibernética, en un contexto acelerado de mundialización y de reorganización del campo académico. Autores como Martín Serrano *et al* ven en la teoría de la comunicación un saber que examina un tipo determinado de interacciones que se realizan ente los seres vivos, una teoría que se interrogar sobre el qué, cómo y porqué de la comunicación; un proceso en el cual se ponen en funcionamiento componentes de muy diversa naturaleza (actores, expresiones, medios, representaciones).

Finalmente, Galindo ofrece una definición de comunicación original y sugerente. Este autor es de los pocos mexicanos que afirman que la comunicación es una ciencia, también establece una diferencia radical entre estudios de comunicación, Ciencias de la Comunicación (en plural) y Ciencia de la Comunicación (en singular). El proyecto que él llama “comunicología posible” trata de establecer una fundamentación científica de una Ciencia de la Comunicación. Antes de él, el gran publicista y divulgador de la comunicación, Eulalio Ferrer hizo notables esfuerzos en La Real Academia de la Lengua para que se incluyera el término “comunicología”, definido como “ciencia interdisciplinaria que estudia la comunicación en sus diferentes medios, técnicas y sistemas”. Con una pretensión sistémica y constructivista Galindo va definir “comunicología” como el estudio de la organización y composición de la complejidad social en particular y la complejidad cosmológica en general, desde la perspectiva constructiva-analítica de los sistemas de información y comunicación que las configuran.

En su propuesta Galindo (2005: 81) señala que la comunicación es cuestión de cuatro grandes objetos que integran en parte todas las definiciones dadas en la lista anterior. Estos conjuntos son:

- a) *Expresión*: se asocia al efecto de comunión, a la acción de partir de lo común, lo compartido; la expresión remite al arte, a cualquier mensaje como sistema de

expresión que en sí misma es una integración de una serie de componentes. La expresión retoma lo asociado al producir mensajes, desde el acto mismo de hablar hasta el diseño de contenidos de cualquier campaña. Aquí convergen la estética, la lingüística, la semiótica, la lógica, la retórica.

- b) *Difusión:*** transmitir, mover información de una percepción a otra. Este espacio conceptual es donde se construye lo que se mira como medios de difusión. Es todo lo que implica el paso de un sistema de información (o sus partes) de una entidad a otra. Para Galindo hay una disciplina, la mediología, que se encarga de estudiar lo que permite que la vida social continúe, la puesta en común de formas de nuevas y viejas generaciones, entre propios y extraños. Aquí se observa la historia de lo humano como movimiento de elementos de un lugar a otro.
  
- c) *Interacción:*** es el intercambio y las formas de cómo una entidad A afecta (y es afectada simultáneamente) por una entidad B, lo cual se ve en la comunicación interpersonal, pero también se puede ver en la comunicación intercultural. Esta es la dimensión que las interacciones, la vida amorosa y familiar, vecinal y comunitaria. Lo mismo puede incluir la situación de encuentro entre dos extraños o la situación de encuentro entre dos civilizaciones o grandes formas culturales. Como en Difusión, todas las ciencias sociales y de comportamiento tienen algo que decir, sobre todo aquellas que han hecho énfasis sobre situaciones como las terapias, la sociología fenomenológica o algunas psicologías.
  
- d) *Estructuración:*** conlleva la idea de conectar, unir lo separado, de ver los contextos que hacen posible la conexión o la integración de una serie de componentes que en otro entorno pasarían por dispersos o no pertinentes. Para Galindo esta es la dimensión comunicológica más completa, porque une a las tres anteriores. Por una parte, el sistema social expresa; por la otra, esa expresión puede difundirse en otros componentes del sistema; finalmente, la difusión puede tener una reacción que modifica el proceso de una situación de interacción.

En este sentido podemos establecer cuatro líneas de términos para cada uno de estos objetos, que en realidad más que objetos empíricos son configuraciones de información, que

reflejan maneras de comprender y ver la realidad. La idea es sugerente porque más que vincular la comunicación con objetos específicos Galindo (2005) lo hacen, desde la sistémica y el constructivismo a formas, a moldes. La comunicación es para este autor una forma de mirar la realidad, y no los medios, las técnicas o sus efectos sociales.

## **1.2 La institucionalización de la comunicación**

Una revisión detallada de la historia del campo académico de la comunicación nos da elementos para reflexionar sobre su estado y aprender de esa suma de indecisiones y logros, titubeos y certezas. La comunicación existe desde el principio que el ser humano aparece como ser social y solo hasta el siglo pasado surge la existencia de un profesional llamado comunicólogo o comunicador.

La comunicación como centro de reflexión surgió en escuelas de psicología, sociológica y ciencia política estadounidense; éstas son las disciplinas “hermanas” o “madres” del saber comunicativo. Timothy Glander (citado por Fuentes Navarro, comp. 2004: 32) al analizar el caso de la formación del campo académico en los EE.UU. ha sugerido cómo el contexto de las dos guerras mundiales influyó para que esto fuera así en los Estados Unidos, toda vez que un país como éste tenía elementos para fundamentar el “saber comunicativo” y su campo académico desde otras disciplinas como las artes y humanidades. La sociologización le dio una cierta identidad a la formación pero ha también impedido el diálogo más constante y señero de los estudios de comunicación con otras áreas y disciplinas; en términos muy amplios lo que más se ha estudiado (otra vez tenemos que aceptar la reflexión al caso mexicano) son las cuestiones de comunicación política, seguido muy de cerca por las dimensiones socio-culturales de la comunicación que han dado una nueva organización al campo académico latinoamericano a partir de los ochenta.

En América Latina las escuelas de comunicación nacen en Brasil y Argentina en los años treinta, y responden primeramente a la necesidad de formar profesionistas para la industria periodística y posteriormente para laborar en los medios en general. Estos periodistas dan pie a un primer modelo de formación del comunicador. Su objetivo principal es preparar profesionales para insertarse en el campo de las industrias mediáticas y de manera principal en la prensa. Cuando este modelo se edificó (1940-1959) la situación de los medios masivos

obedecía a un ritmo de crecimiento económico y social, además se inscribía —en el caso de México— en el estado de las instituciones políticas que imposibilitaban o limitaban en demasía el desarrollo de la actividad de la comunicación. Subyace a este modelo una noción de la comunicación como difusión y por tanto su énfasis en la producción de mensajes. También, la necesidad del competente manejo de las relaciones entre estructuras y coyunturas, para intervenir de manera oportuna en éstas desde aquéllas.

Para América Latina, los estudios profesionales de comunicación iniciaron en los años cuarenta, entre otras razones debido al creciente desarrollo tecnológico, a la expansión de las empresas de comunicación y a la mediana estabilidad económica (que por ejemplo en México se da de manera muy clara con el periodo llamado el “milagro mexicano”). Cabe mencionar que sin estos componentes no podríamos hablar de carreras de comunicación: tecnología, creciente urbanización de la vida social, paulatina importancia de los medios en las relaciones sociales.

Ahora bien, como toda profesión nueva en un mundo moderno o paulatinamente tecnologizado, los primeros egresados de carreras de comunicación tuvieron una situación laboral muy distinta a la que hoy conocen no pocos egresados de esta carrera. Las necesidades profesionales de la TV y la radio rápidamente se cubrieron. A finales de los setenta, Venezuela tanto como México vivieron la crisis por la caída de los precios del petróleo y un creciente aumento de la oferta sobre la demanda, lo que generó una sobreoferta de egresados de comunicación.

De cualquier forma, las escuelas ya habían aparecido y ni la recesión económica, ni las crisis socio-políticas lograron detener su desarrollo. Los estudios de comunicación siguieron proliferando tanto en la población estudiantil (que no ha detenido su crecimiento), como en la variedad de programas formativos. De este modo, en la actualidad los estudios de comunicación constituyen una de las opciones profesionales preferidas por una gran cantidad de jóvenes, y cubren una gama muy extensa de perspectivas y especialidades, muchas de las cuales responden a tendencias encontradas, cuando no paradójicas. De ahí que uno de los principales rasgos de la enseñanza de la comunicación en nuestra región sea el incremento continuo de estudiantes, así como la diversidad de opciones terminales, programas y estructuras en las que está inscrita.

En 1959 se funda en Quito el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), que tiene la finalidad de promover al tiempo que homogenizar los estudios de comunicación y periodismo en Latinoamérica (con el apoyo de la UNESCO), en la que se mira una opción para hacer más efectivas las hipótesis de los modelos desarrollistas. El mérito de la CIESPAL fue haber establecido criterios sobre los que entonces no había consenso, como el grado académico, el número mínimo de años, los tipos de cursos a llevar, el ideal de escuelas convertidas en facultades autónomas.

No pocas universidades de corte jesuítico, como la Universidad Iberoamericana en México, o a Universidad Javeriana en Colombia, fueron de las primeras en seguir las sugerencias de la CIESPAL. Estas universidades alcanzaron popularidad y sin duda fueron de las primeras instituciones en probar las ventajas de la nueva profesión. El caso de la UIA-México sirvió de pauta para que otras universidades privadas en su país comenzaran a ofrecer licenciaturas en la misma década de los sesenta. La investigación se promovió principalmente desde y para los medios; por otra parte este proceso coincide con el lanzamiento de la industria televisiva en América Latina; por tanto mucho de esos primeros egresados lograron efectivamente insertarse en el sistema mediático que rápidamente copó los espacios disponibles.

En los años setenta se produjo un viraje que enfocó los estudios de comunicación al método dialéctico, la semiótica europea (principalmente la francófona) y el anhelo de historias sobre el presente; se promovió un mejor conocimiento del contexto en menoscabo de la práctica. La hiper-teorización que tanto criticó el pedagogo de la comunicación Daniel Prieto (1984) la cual deja fuera muchos problemas reales que eran vistas de manera muy general. Las carreras que surgieron en esta década eran dominadas por un fuerte cuerpo teórico, lo que impedía que los egresados fueran capaces de realizar diagnósticos y evaluar situaciones concretas, y mucho menos planificar en comunicación. La pendiente de la formación de “comunicadores” en los sesenta, cedió a la formación del “comunicólogo” en los setenta. Esta generalización —justificada por ser éste un esbozo, ni siquiera un recuento apretado— nos permite ver matices, variantes a esta estructura que no obedeció a un patrón muy rígido, pero seguramente a quienes en aquellos años estudiaron, les recordará algunos rasgos de los debates y discusiones sobre el campo académico.

En los ochenta se observa un gran crecimiento de escuelas de comunicación (sobre todo privadas). Lamentablemente ese crecimiento exponencial nunca fue paralelo con la consolidación disciplinaria profesional. Ello ha hecho que dentro del campo de las ciencias sociales, la comunicación no tuviera un reconocimiento cabal en su proceso de legitimación.

En esta década (“perdida” desde el punto de vista económico) se logró paliar la fuerte dicotomía entre las visiones muy prácticas y teóricas; el desarrollo de la comunicación alternativa, el aumento en la sistematización de estas experiencias, el ingreso a regímenes formalmente democráticos y el aumento de las tecnologías fueron algunas causas que nuevamente comenzarían la modificación del perfil únicamente mediático del comunicador. Teóricamente el desarrollo de los estudios sobre la cultura recuperó para los estudios científicos de la comunicación la investigación más acotada a campos intermedios y micro-sociales, se comenzó a hablar de la comunicación organizacional y algunos procesos de la comunicación alternativa se puede si no profesionalizar, al menos regular dentro de organizaciones y colectivos de diverso cuño. Todo ello hace, al revalorarse las prácticas de la comunicación, que se comience la desmitificación en cuanto a que el único campo de la comunicación es el periodismo y los medios audiovisuales.

En la década de los noventa para el caso mexicano, siguió el aumento de las escuelas de comunicación. En 1990 había en Latinoamérica 244 escuelas, con 5 mil profesores y más de 100 mil alumnos (Fuentes Navarro citado por Sosa, 2000). En esta década aumentó el nivel de especialización, comenzó un aumento considerable de postgrados en distintas áreas. En el caso de México han ido apareciendo algunas revistas de divulgación y otras estrictamente académicas<sup>1</sup>. Años atrás en 1979, en el marco del debate para el derecho a la información, surge como iniciativa de un grupo de académicos de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que hace poco celebró su 25 aniversario. Fuentes Navarro describió a CONEICC y AMIC como dos modos de enlace, el primer interinstitucional y el segundo interindividual.

---

<sup>1</sup> Como es el caso de los anuarios de Investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) que en México se publican a partir del año 1994. El CONEICC en México es el principal órgano académico que hay en el país. (CONEICC, 2009)

Benassini Félix (2000:19-26), estimaba que en México, en el año 2001, por lo menos 190 escuelas y universidades ya impartían la licenciatura en ciencias de la comunicación o algunas carreras afines. Dichas instituciones no se limitan sólo a impartir la licenciatura en ciencias de la comunicación sino que simultáneamente ofrecen algunas carreras afines, como periodismo, publicidad, fotografía o relaciones públicas, entre otras. El número de escuelas y universidades en las cuales se imparte la licenciatura en ciencias de la comunicación, carreras afines o programas de postgrado, ascendía a poco más de 250 y el total de estudiantes de la licenciatura en ciencias de la comunicación se estimaba en 50.000, y de acuerdo con las estadísticas relativas a la demanda nacional de educación profesional, esta carrera ocupaba el octavo lugar. Según el *Anuario de ANUIES*<sup>2</sup>, ésta es la duodécima licenciatura más demandada, dato importante cuando se discute sobre la proliferación de escuelas de comunicación; hoy día existen más de 60.000 estudiantes en México. En Venezuela sobrepasan los 15.000 estudiantes.

Debido a la vastedad que caracteriza la comunicación, se constituye como un campo amorfo en lo que distingue el problema general del objeto académico, el campo académico de la comunicación y la imprecisión de su realidad profesional. A finales del siglo pasado, Castillo y Tapia (1996) hacían un balance a partir de ciertos rasgos; su acercamiento permite señalar algunos márgenes del debate, y sintetiza los logros y las inercias:

- a) Se institucionaliza y legitima por el crecimiento que ofertan la licenciatura y la masiva demanda estudiantil.
- b) No se ha legitimado por el avance epistemológico de la ciencia de la comunicación.
- c) No se legitima con base en la investigación y la profesionalización, ni en la existencia de postgrados en la disciplina.
- d) Dentro de los sistemas nacionales para la promoción de la investigación, no existen (quizá con la excepción de Brasil) un peso dentro de los egresados de comunicación.

---

<sup>2</sup> La ANUIES significa Asociación Nacional de Universidad e Instituciones de Educación Superior. Tiene una página web muy bien alimentada con documentos que pueden ser de interés general para cualquiera interesado en educación superior (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, 2005). Elaboran un anuario (accesible en Internet) con datos demográficos por carrera, universidad, etc. en todo México.

- e) Las plantas académicas se caracterizan por tener predominante nivel de licenciatura y condiciones laborales no favorables, ya que la forma de contratación que predomina es el profesor de asignatura, cuya función básica es la docencia.
- f) Los perfiles profesionales de los académicos son heterogéneos y no se han aprovechado la interdisciplinariedad.
- g) Se conoce el número de alumnos inscritos y de egresados, pero no las funciones profesionales y sociales para las que fueron formados durante cuatro años de licenciatura.

Parte del problema hay que verlo en la propia fenomenología del campo académico: la existencia de un campo profesional preexistente mucho antes de la aparición de escuelas; la dificultad del consenso, la rápida explosión que imposibilitó la planeación y a ello hay que sumar los factores estructurales de la educación en un país económicamente periférico. Las escuelas llegaron tarde y en el mejor de los casos han presentado ofertas de acuerdo a lo que entienden desearía el empleador, todo ello sin la adecuada investigación; por otra parte a los propietarios de esas centenas de escuelas privadas que constituyen el principal campo académico poco les ha preocupado de una conformación más articulada. A ello, aún para las “universidades serias” el campo profesional y la realidad social va mucho más adelante que los planes y programas de estudio que tardan en actualizarse en el mejor de los casos cada cinco años, cuando las tecnologías —permítasenos colocar un caso extremo de aceleración cultural— cambian cada tantos meses.

Otro problema es la formación de un imaginario social sobre las carreras de comunicación que contribuye a la creación de una percepción de la realidad. Es decir, la carrera de comunicación se ha configurado como una construcción simbólica en académicos, estudiantes y aspirantes. Este imaginario (idea de lo que es la carrera) no siempre es compartida por los empleadores, los medios masivos y los sectores productivos, quienes tienen su propia percepción del egresado en comunicación (Benassini, 2000: 24). Esta última consideración provoca que en muchos casos la formación de los egresados en comunicación no vaya acorde con las necesidades o demandas del mercado laboral.

### **1.3 Perfiles del profesional en comunicación.**

La historia que hemos comentado tiene una traducción en las opciones que se han construido en el diseño del profesional de la comunicación. En nuestra hipótesis de lectura

sobre los tipos de formación en comunicación, nos parece identificar 5 tipos de diseños que extienden un poco las formaciones clásicas que señala Fuentes Navarro (2001: 139-146). El conocer estos diseños ayudar a construir nuevas visualizaciones sobre lo que es la comunicación, sobre lo que supone estudiarla, pero también, para los empleadores otras posibilidades en demanda de actitudes, conocimientos y habilidades que muy difícilmente porta un egresado de cualquier profesión convencional. Ello no significa que la antropología o la ciencia política dejen de tener vigencia, sino que la imagen dominante de su actividad se tiene que revisar.

Fuentes Navarro (1996: 131 y ss.)<sup>3</sup> ha fundamentado la existencia de tres modelos de enseñanza en la historia de las carreras, lo cual es otra forma de ver períodos y etapas en la institucionalización académica de la comunicación; son “tres fundaciones de la carrera de comunicación que ha sido el entorno más inmediato de la investigación académica. Cabe aclarar que ninguno de ellos ha logrado la consistencia suficiente para legitimarse ni profesional ni universitariamente; de hecho los planes de estudio responden más a una yuxtaposición con énfasis diversos según las instituciones, pero sin articulación cognoscitiva ni social.

El primero de estos modelos es el de la *formación de periodistas*, surge en los años cincuenta, es el más antiguo y más fuertemente arraigado en las escuelas; tiene como objetivo principal preparar profesionales para insertarse en el campo de las industrias mediáticas y de manera principal en la prensa. Cuando este modelo se edificó (décadas treinta, cuarenta y cincuenta en América Latina) la situación de los medios masivos obedecía a un ritmo de crecimiento económico y social, además se inscribía (para el caso mexicano, aunque es compartido por varios países de América Latina) en el estado de las instituciones políticas que limitaban el desarrollo de la actividad de la comunicación. La perspectiva era en ese sentido ‘instrumental’, en la cual pesa la “visión funcional”, se encontraba salpicada del ideal de efectividad más que de responsabilidad social. Subyace a este modelo una noción de la comunicación como *difusión* y por tanto su énfasis en la producción de mensajes. El

---

<sup>3</sup> Aparte de estos textos impresos, se puede consultar una base de datos electrónica, que aunque concentra la producción académica de la comunicación en México, seguramente el lector venezolano puede encontrar artículos y textos de interés. (Documentación en Ciencias de la Comunicación, 2009)

ideal del comunicador dentro del trabajo de medio (sobre lo que profundizamos en el siguiente sub-apartado),

El segundo modelo surge con la primera etapa en la popularización de las carreras de comunicación (principios de los sesenta), la cual tiene una de las definiciones más preclaras en una serie de notas que dejara a su muerte el “ideólogo” de la carrera de comunicación en la universidad jesuítica mexicana. En esta “carta” (o mejor dicho, estas notas) se canonizan frases que definen al comunicador como alguien que “somete la técnica al espíritu”. Estas notas que provienen de fines de los cincuenta dejan ver ecos de la segunda guerra mundial, aluden a una visión existencialista del ser humano. Lo que nos importa es esa perspectiva múltiple que integra saberes generales y específicos articulados por técnicas y procedimientos para difundir; el autor de esta “carta” nos da las bases para concebir qué es la formación de un “profesional de la comunicación”, lo cual si bien no se disoció de los medios y las nuevas tecnologías, para entenderse como algo más allá que simplemente eso.

Esto ha hecho que Fuentes Navarro identifique un segundo rasgo del comunicador-comunicólogo, al definirlo como un “humanista” y más claramente un intelectual. Este modelo de formación, subordina la habilitación técnica a la cultura “encarnada” en sujetos capaces de impulsar, a través de los medios, la transformación de la dinámica sociocultural conforme a marcos axiológicos definidos. Aparece la utopía del discernimiento filosófico y existencial como base en la práctica de los comunicadores. Su currículo se caracteriza por colocar un amplio bagaje sobre todo de filosofía e historia desde el cual interpreta los medios.

El tercer modelo es el *comunicador como científico social*, el cual se deslinda claramente de la formación instrumental (de hecho se coloca en franca oposición a ella); hace énfasis en la construcción de totalidades desde una perspectiva crítica. Su preocupación es mucho más estructural, pero a diferencia del modelo anterior éste se centra en la sociología y la política que funcionan como disciplinas articuladoras, las cuales orientan el ejercicio y sentido en la formación de este especialista destinado a sumarse y aportar desde sus saberes específicos insumos para esas luchas de liberación y emancipación política que se gestan en gran parte del hemisferio. Este modelo se preocupa por la denuncia de los efectos de la transnacionalización de la información, la estructura de los grupos propietarios de esas industrias culturales y sus cómplices. Este enfoque llegó a extremos en algunas universidades y hoy los años nos dan una cierta distancia para conocer sus excesos, pero

nos parece que no se puede desdeñar su contribución e importancia por lo cual aún es necesario un balance crítico e histórico de sus limitaciones y alcances.

Hasta aquí los modelos de Fuentes Navarro. A nosotros nos parece advertir dos modelos más de formación. Uno de ellos que originalmente llamamos “cuarto modelo” (Cf. Karam 2004) para diferenciarlo de los tres anteriores. Este modelo parte de concebir al profesional de la comunicación como un mediador socio-cultural, el centro de su formación tiene un lugar privilegiado en el diálogo entre las ciencias de la cultura y la comunicación, por tal motivo lo llamamos “*modelo culturoológico*”. Asimismo, considera como centro de la actividad profesional no a los medios (o las empresas), sino al conjunto de prácticas sociales en las que se verifican procesos de interrelación principalmente el espacio de la promoción y la gestión cultural además de preocupación por los usos y formas de la comunicación en espacios educativos, cívicos, organizativos, religiosos y sindicales. Este profesional es un mediador socio-cultural con elementos de estrategia para la planeación, ejecución y análisis de procesos comunicativos; del mismo modo el profesional interpreta y estudia dichos procesos, la manera como sus actores y grupos intercambian, producen e interpretan signos, mensajes, universos simbólicos.

Este *modelo culturoológico* recupera las palabras que hace 20 años Martín Barbero (1984) señalaba, que la tarea de los comunicadores sería pensar “antropológicamente” sobre el sentido que los desplazamientos del capital e innovaciones tecnológicas le imponen a la cultura cotidiana de las mayorías. La tarea sentenciada por este filósofo hispano-colombiano nos parece vigente: diseñar estrategias de comunicación (en los distintos espacios de interacción social: mediático, institucional, organizacional, comunitario y personal) que vinculen éticamente mundos separados. Vincular paradojas o hacer “habitables” las paradojas es la compleja tarea de este profesional de la comunicación. Igualmente tiene la misión de armonizar lo urbano con lo rural y lo popular con lo masivo; de vincular lenguajes opuestos, como el discurso de la publicidad con el de la religión, el lenguaje de la política con el del amor; tiene el desafío de integrar las contradicciones entre vida pública y vida privada y estudiar sus interrelaciones. Debe articular la desterritorialización de las demarcaciones sociales provocadas por las nuevas tecnologías con la necesidad de conversar entre identidades locales.

De manera más reciente, nos ha parecido reconocer un “quinto modelo”, que como el anterior observa vestigios en prácticas y aún dentro de los “modelos fundacionales”. Este modelo que llamamos “*comunicador como planeador*” tiene presencia en aquellos centros que han privilegiado la planeación de la comunicación objetivo de formación. Como el modelo anterior, deja de tener al centro los medios masivos y “abre” la perspectiva del quehacer profesional. De manera preclara la Universidad Intercontinental (hasta el momento el único caso que conocemos en México) ha incluido como objetivo central en la última revisión del plan de estudio la figura del planeador de la comunicación con énfasis en la intervención social. Con un enfoque además innovador en la fundamentación teórica (Cf. Cardona y Macías, 2007), que venturosamente ambas autoras han trabajado en un texto del que tenemos noticia próximamente saldrá editado por la propia Universidad Intercontinental. Los roles que las autores prevén para el profesional de la comunicación son el asesor externo, el consultor de sistemas quien tiene un dominio sobre las perspectivas socio-cibernéticas, constructivistas y sistémicas para la prevención, intervención y análisis de situaciones comunicativas. Resulta previsible que el principal ámbito de acción sea el asociativo y organizativo; sin embargo es más que el perfil organizacional (si por ello entendemos grupos, asociaciones, prácticas comunicativas, colectivos), queremos pensar que el componente cívico pueda aparecer como un horizonte prometedor.

#### **2.4 Los espacios profesionales de la comunicación.**

En este sub-apartado vamos a reflexionar sobre algunos rasgos dentro de los campos profesionales de la comunicación; es un tema que no suele incluirse en libros de textos sobre comunicación o que se da por supuesto: estudiar comunicación es igual a trabajar para los medios, los cuales, para bien y para mal, han generado con razón fascinación a generaciones desde hace cuarenta años.

Más allá de lo burdo en esta repetición, el término “comunicación” representa el hecho de un término amplio (si vemos la cantidad de definiciones que hay sobre comunicación) tiene problemas cuando de traducir su espacio laboral y profesional se trata, aun cuando existe un consenso en cuanto al protagonismo de los medios convencionales (cine, prensa, radio y

TV) y es un hecho que éste siga siendo su espacio único. Como los especialistas que han estudiado la situación laboral del profesional en comunicación, advierten la diversificación que se ha verificado en los estudios de comunicación: estudiar esta área aparte de los medios puede extenderse al diseño, la mercadotecnia, planeación, etc.

Una forma de comprobar esto es la diversidad de nombres que tiene la carrera de comunicación. En el repertorio se pueden encontrar nominaciones amplias (Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social, Ciencias y Técnicas de la Comunicación), pasando por las instrumentales (Técnicas de la Comunicación), hasta las que se refieren a áreas concretas o campos laborales y de aplicación específica, entre las que se incluyen los campos tradicionales (Periodismo, Publicidad) y los que han ido apareciendo en años recientes (Comunicación Organizacional, Comunicación Gráfica, Comunicación Educativa). Todas ellas poseen elementos comunes y aspectos particulares que sobre todo las universidades subrayan como forma de colocar sus opciones formativas dentro del conjunto.

Queremos en el sub-apartado reflexionar sobre los significados de estas áreas y problematizar lo que comúnmente se define como campo de acción y trabajo del profesional en comunicación. Más que un mapa completo de estas actividades, nuestra intención se centra en identificar algunos de estos espacios y reflexionar sobre sus rasgos principales, la manera como se modelan, sus interrelaciones y sus mutuas afectaciones, sus rasgos propios, etc. Al definir estos campos, también lo hacemos a partir de una determinada idea de la comunicación, una concepción en su estructuración como objeto de estudio y una delimitación de las relaciones que guardan estas nociones con sus áreas específicas de acción social.

#### **1.4.1 El comunicador social**

El sentido denotativo al que remiten los estudios de comunicación es los medios y nuevas tecnologías de comunicación. Como hemos explicado, este es un fenómeno un tanto arbitrario en el sentido que fueron una serie de condiciones que imprimieron un sesgo a los estudios de comunicación: primero como vinculados a ciertas prácticas políticas y sociales, y luego por la privatización y mercantilización de los propios medios, como un profesional

también vinculado a la comercialización de éstos y otros espacios, o bien como intermediario —vía agencias de publicidad— entre los bienes y su difusión a través de los medios.

De manera convencional un profesional de la comunicación es alguien versado con la producción y creación de materiales impresos y audiovisuales. Hay una serie de profesiones vinculadas a esta producción con las escuelas que un egresado o estudiante de comunicación no se sentiría distante: camarógrafo, editor, guionista, iluminador, archivista, locutor, actuación forman un repertorio extenso de actividades que se implican en la producción mediática. El debate es que por haber cubierto desde hace mucho tiempo sus necesidades, esos trabajadores que requieren las empresas mediáticas (impresas y audiovisuales) no proceden principalmente de las escuelas de comunicación.

En principio, una diferencia (un tanto artificial) entre un técnico en comunicación y un profesional (licenciado) en comunicación es la referencia a un conjunto de saberes, sobre todo provenientes de ciencias sociales, metodología, humanidades y algunas áreas específicas que, a manera de hipótesis, aportarían un valor añadido al potencial laboral de este egresado. Esto pide matices y si bien no es falso que estos conocimientos puedan tener una gran capacidad para transformar la perspectiva que una persona pueda tener sobre la realidad social, no resulta su carácter imprescindible para determinadas tareas y actividades dentro de los medios. De hecho es un problema frecuente, sobre todo en los estudiantes, identificar los alcances de la formación universitaria, cuando el objetivo específico es colocarse en las industrias mediáticas o actividades asociadas. ¿Efectivamente la diferencia entre alguien que ha estudiado ciencias sociales y no, al momento de escribir un guión o fijar una imagen en la cámara es tan significativa?

A parte de los medios como tal, el profesional de la comunicación con preocupación por la producción de medios, tiene otras opciones, que de hecho nos parece más viables, y dan pie para un ejercicio más libre, vía creación de productoras o centro de servicios audiovisuales, que se encargan del desarrollo de proyectos. Así, la creación de productoras o centros de producción es una alternativa que puede seguir el profesional, donde aparte de los conocimientos técnicos, es necesario el manejo de la gestión y habilidades para elaborar una cartera de clientes y vender los servicios. Nuestra experiencia docente nos ha mostrado el

caso de estudiantes que incluso inician una modalidad de esta práctica cuando están terminando sus estudios.

La sofisticación de la producción audiovisual, impensable ya sin los recursos tecnológicos de ordenadores, *software* especializado y digitalización de todos sus procesos, ha desarrollado especializaciones (fotografía, animación, edición...) que lleva en algunos países (sobre todo “desarrollados”) a desarrollar industrias en cada una de estas áreas. Al mismo tiempo ha facilitado que cualquier usuario pueda en su casa, con una pantalla y un ordenador producir videos o materiales impensables hace unos años, esto reviste especial importancia para el estudiante quien desde estos sistemas puede sofisticar (en principio gracias la información adicional que la universidad podría proporcionarle) sus prácticas y pasar de la afición a la creación de materiales que cubren necesidades para algunos grupos.

Ha sido una gran limitación ver a los medios masivos (que son más un enorme y conjunto complejo de empresas) reducido a la producción y la tecnología. Dentro de estas instituciones existen muy diversas áreas donde un profesional de la comunicación puede aportar algo; por ejemplo, áreas de investigación y diseño; donde el profesional de la comunicación tiene un espacio, justo por la combinación de saberes propiamente mediáticos, socio-antropológicos y humanísticos que se incluyen en los planes y programas. Los medios (de medianos a grandes) poseen áreas administrativas y gerenciales no reducidas a la producción, y que en principio un egresado de comunicación debería manejar.

#### **1.4.2 Publicidad**

Hemos agrupado en un apartado esta actividad prácticamente paralela al desarrollo de carreras de comunicación. Durante muchos años ha pendido sobre ésta un halo negativo al cargar su actividad de una serie de atributos contraproducente al desarrollo de las personas y las comunidades; además claramente contrapuestas a los objetivos de una comunicación educativa, solidaria para el desarrollo. Bernal Sahagún (1983), en un texto sobre la publicidad en México, concluía condenándola e imponer sobre ella una serie de consecuencias como son el aumento del precio en los productos, la reproducción de

estereotipos, la reducción de la persona a su papel consumidor, etc. Más recientemente en la obra de la periodista Naomi Klein (1999) vemos el poder de las marcas y la fuerza que éstas tienen en las personas. A estos datos, añade el proceso de concentración del capital que facilita la propia publicidad y el efecto indirecto de ésta sobre la desigualdad social. Cualquier ponderación integral de la publicidad como fenómenos social y cultural no puede obviar estas menciones.

Es tal vez a partir de los noventa (con el conjunto de transformaciones políticas y sociales que se dan) que la actitud hacia estas prácticas de la comunicación persuasiva cambia un poco y se consideran aspectos de la publicidad no señalados. Más aún, algunos “comunicadores alternativos” comienzan a reflexionar en otros términos, la pertinencia de usar algunos recursos para comercializar más eficazmente sus materiales o bien para dialogar con otros actores sociales por encima de sus estrictos ámbitos de acción comunitaria. La publicidad cede al imperio dominante de una imagen negativa para verse como un recurso dentro del ejercicio de la comunicación, o como un tipo de práctica cultural que puede impulsar o ayudar causas sociales.

A nivel de las teorías de comunicación (tradicionalmente muy críticas ante la publicidad como fenómeno económico y cultural), el peso de los estudios culturales modifican en algunos aspectos el consumo como algo enajenante, cuyo origen en parte se encuentra en la concepción de la sociedad unidimensional de Marcuse y las teorías críticas. En contrapartida, los enfoques culturales García Canclini (1990, 1995) nos advierte de cómo el consumo cultural puede transformarse en un factor concienciador de aspectos del entorno.

La publicidad siempre ha estado asociada al desarrollo del comercio y de los intercambios mercantiles. Su estructura es básica: se intenta llamar la atención sobre posibles compradores y se ensayan fórmulas persuasivas para hacer convincentes los artículos en oferta. La crónica histórica nos cuenta que Herodoto (hace más de 2500 años) se valía de hombre-heraldos quienes con voz potente y clara pronunciación, anunciaban sus productos a los mercaderes babilónicos. En Grecia, las asambleas de filósofos alternan con la de mercaderes. Lo mismo en Mesopotamia, los comerciantes de trigo, aceite y vino se valen de signos y señales para ser identificados. Los historiadores de la publicidad prodigan ejemplos como los mencionados; sin embargo creemos que su concepción moderna se vincula a las

necesidades de reproducción del capitalismo industrial, cuando la publicidad pasa de valor complementario a central para la circulación de mercancías en un sistema productivo que ha encontrado la forma de producir mucho más a las necesidades de consumo.

La publicidad tiene muchas aristas, que al verla reducida a críticas y estereotipos, no se alcanzan a identificar. En un tiempo (a principios del siglo XX) la publicidad era hecha por poetas (como el caso en México el escritor Salvador Novo), quienes en el lenguaje buscaban al mismo tiempo que elementos formales, los propios mecanismos producidos por los recursos fonéticos, sintácticos y semánticos inherentes al lenguaje, el cual es inseparable del éxito en esta práctica. Por lo general los creativos o inventores de exitosos eslogan no son profesionales de la comunicación: la inventiva y creatividad no respeta títulos o grados, los cuales no garantizan en absoluta un mejor manejo de esos recursos por quienes no los poseen. Nada mejor que la intuición, la imaginación para proveer y revistar a un producto de un determinado capital simbólico que se vehicula por medio de los recursos expresivos. Esta dimensión ha hecho (desde nuestro punto de vista un tanto exagerado) de querer equiparar a esta práctica comunicacional a un arte menor. El lenguaje publicitario hay que entenderlo como un elemento de percepción y asociación, un juego en la combinación de signos gráficos, icónicos, auditivos. El lenguaje publicitario es un inventor de adjetivos e imágenes, que de hecho sirven después a críticos y teóricos para pensar algunos fenómenos expresivos.

Pero en la publicidad, aunque importante, no todo es imaginación, expresividad y lenguaje. Las campañas publicitarias deben sustentarse en un gran manejo de la rentabilidad de los medios, saber ajustar el presupuesto del cliente a los costos de producción y transmisión, conocer elementos de las leyes de mercado, la psico-sociología de los consumidores reales y potenciales, saber leer a la competencia y sus códigos, e incluso descifrarlos, etc. La idea de publicidad se relaciona a la de comunicación estratégica, a la de un plan de acción. Esta perspectiva recuerda el origen de la comunicación persuasiva en occidente que es la Retórica y que justamente comentamos a propósito de otra área fundamental: la comunicación política.

### **1.4.3 Comunicación Institucional y Organizacional**

El área de la comunicación institucional u organizacional es hoy día una de las que más éxito tiene. Desde la década de los ochenta asistimos a una profesionalización de la comunicación en las empresas y organizaciones que justifica la creación de oficinas de comunicación cuanto más complejas son las organizaciones. El concepto de comunicación en la empresa tiene que verse como algo integral y no reducido a la redacción de boletines, cartas o la organización de periódicos internos. La comunicación incluye una serie de habilidades fundamentales para que las organizaciones cumplan sus metas y objetivos. Aparte de los saberes técnicos especializados (duros), se necesitan habilidades de interacción, trabajo en equipo y coordinación de acciones que son tantos o más importantes que los “saberes duros”.

Las organizaciones han sido objeto (como prácticamente todos los objetos de los que ahora se hace cargo la comunicación) por la administración, la economía, la psicología social y la sociología. Una organización es un grupo humano, una cantidad de personas que se reúne para actuar de manera colectiva con la finalidad de lograr una meta que no podría ser alcanzada individualmente. En las organizaciones existen una serie de normas, papeles, rangos, controles; hay un patrón de organización formal, procedimientos que regulan las acciones etc. Al mismo tiempo hay circuitos informales de comunicación.

Para De Fleur, Kearney y Plax (2005: 150-151) una organización es un contexto de comunicación distintivo, e incluye formas y procesos de comunicación que se no se encuentran en otros contextos comunicativos. La comunicación organizacional se puede definir como el estudio de los mensajes a través de canales formales e informales, de un grupo relativamente grande y deliberadamente diseñado, lo cual resulta en la construcción de significados que influyen en sus miembros como individuos y como grupo. El análisis de la comunicación organizacional incluye conocer la manera como las reglas se han difundido y son asimiladas, la estructura en la división del trabajo, su comunicabilidad y ambiente, las formas de transmisión y recepción de mensajes horizontales y verticales. Aun cuando todo está escrito, la experiencia cotidiana prueba como este hecho no es suficiente.

El estudio de la comunicación organizacional se puede estudiar de acuerdo a dos grande rubros: interna y externa, los cuales se comprenden como los flujos informativos y las

interacciones que sostienen para la primera, los grupos al interior de la empresa (trabajadores, supervisores, gerentes); y para la externa las relaciones.

Como el caso de las relaciones públicas, no todas las empresas han desarrollado profesionalización en esta área, aunque eso no significa que no realicen actividades destinadas al manejo de imagen, y el cuidado de una serie de mecanismos relacionales sobre todo con sus públicos externos. Lo que sucede en empresas o negocios chicos (o incluso medianos) es que existe la yuxtaposición de funciones, o que las actividades que hemos definido como comunicativas sean realizadas por otras áreas (recursos humanos, relaciones públicas, mercadotecnia...). El comunicador organizacional tendría que ser un analista de los flujos de información, cómo se producen y difunden; así como de su impacto y recepción. Al mismo tiempo, por la posición que tiene dentro de una organización, podría ser alguien que realiza análisis internos para conocer el ambiente organizacional y detalla aspectos de la cultura organizacional. Dentro de los conocimientos, aparte de los estrictamente vinculados con técnicas de comunicación, conviene manejar aspectos de administración y economía como áreas muy cercanas a la actividad institucional.

En el caso de nuestros países existen por desgracia diferencias entre el ejercicio de la comunicación en instancias públicas o privadas. Los temas como corrupción, o las difíciles relaciones sociales (con los medios por ejemplo) que algunas instituciones gubernamentales tienen, confieren sesgos a la labor del comunicador institucional, quien a veces se le confieren tareas no éticas, tales como organizar remuneraciones, control sobre lo que la prensa publica, mensajes informales a ciertos actores etc. Esto da una complejidad a la comunicación institucional sobre la cual no siempre se reflexiona, porque no siempre se puede sortear con los conflictos éticos aparejados al poder del que estas instituciones gozan.

#### **1.4.4 La comunicación política**

El origen occidental del término comunicación política tal vez lo podemos ubicar dentro del contexto histórico de la democracia ateniense en el siglo V a.C. y por otra parte, con esa forma de organización política y social, sobreviene una “tecnología” para regular el debate público que se llama “Retórica”, o el arte de hablar con elocuencia; desde un principio este “arte” tuvo una connotación política; empezó siendo el arte donde el orador desplegaba ante

asambleas de reducido número de conciudadanos sus argumentos y puntos de vista. No siempre se pone el contexto adecuada para conocer cómo y porqué se desarrolló este sistema de comunicación. La Retórica llegó a Atenas a comienzos del V a.C. procedente de Siracusa, donde se había empezado a enseñar el arte de la elocuencia en unas circunstancias políticas propicias: cuando a raíz del derrocamiento de la tiranía y el establecimiento de la democracia, los nobles terratenientes cuyas propiedades habían sido confiscadas por el tirano podían entonces ya recuperarlas pleiteando ante tribunales populares constituidos al efecto.

Como explican López Eire y Guervós (2000: 17-34), la retórica nació en condiciones políticas muy claras, precisas y ciertamente favorables al alumbramiento de esa poderosa arma de acción político-social que es el discurso retórico: aristócratas desposeídos de sus tierras por el tirano tratan de recuperarlas, una vez derrocado éste y establecida la democracia, mediante discursos que, elaborados por el recién nacido arte del eficaz discurso retórico, van dirigidos a convencer y ganar benevolencia y la voluntad de los ciudadanos que acaban de hacerse con el poder. La retórica es por tanto una hija de la democracia y del derecho, del poder del pueblo y del imperio de la ley; ayuda a la regulación de las relaciones en periodos de cambio y transformación. Cuando se cambia la ley del más fuerte por la ley pactada por la mayoría de los conciudadanos, la fuerza bruta da paso a la fuerza de la palabra racional, del *lógos* que no mata sino persuade; la retórica puede ser —siguiendo con estos autores— una especie de palabra razonada y arma de acción política que se va a desarrollar a partir del arte de la persuasión y la deliberación, vinculada a las gestiones públicas de las ciudades-estados (*pólis*).

De los temas muy diversos y variados podemos ubicar como objeto de la comunicación política y profesional un abanico diverso y amplio que interpela lo mismo a las instituciones oficiales como el ejercicio alterno y ciudadano de la comunicación. Hoy día “comunicación política” se puede asociar al uso de la información de los gobiernos o los partidos políticos, al tratamiento que los medios masivos hacen de la información durante los tiempos electorales, a la video-politización, al campo de la consultoría, investigación y asesoría a actores políticos en distintos momentos, incluso a las agencias encargadas de *lobbying* o cabildeo. Aparte del manejo de los medios y técnicas para difundir y transmitir ideas, este profesional debe tener conocimientos de la especificidad del medio, del verdadero ajedrez

entre imágenes, sensaciones y representaciones que conlleva lo político en sus distintos ritmos y tiempos.

Las definiciones clásicas apuntan a definir política como el "ejercicio del poder" y como el caso de lo retórico, puede generar algunas reticencias y desconfianzas. La comunicación política en realidad es algo más que el ejercicio de la propaganda política o la redacción / análisis de discursos políticos. Lo político es una dimensión compleja de la vida social que puede ser vista desde la filosofía, el derecho, la sociología, la comunicación organizacional, etc. Es importante que este comunicador y analista tenga conocimientos básicos de politología, pueda identificar las características en las relaciones de poder y las características de su ejercicio, la autoridad y su legitimidad, las políticas públicas, la gestión pública, las instituciones del Estado, los sistemas políticos, los partidos políticos y sistemas electorales; y el ordenamiento de la acción colectiva, los aspectos políticos de las relaciones internacionales. Sin estos conocimientos su actividad (con solo la información en materia de comunicación) se ve truncada y limitada.

Los medios han sido muy importantes en la estructuración de lo político y la política, de sus actores y sus modos de interacción. Algunos de los cambios más recientes a los modos de hacer y producir mensajes político-electorales. Al mismo tiempo la relación medio-estado-sociedad conlleva modificaciones para las cuales este profesional debe tener una opinión fundada, al mismo tiempo que puede interpretar los cambios que se van suscitando en cada coyuntura. A diferencia del politólogo o sociólogo, el profesional de la comunicación puede aportar mucho sobre los efectos psico-sociales y antropológicos que tiene la imagen, la video-tecnología en los actores y escenarios políticos; los modos en que la televisión orienta su mensaje y lo que las investigaciones empíricas han dicho sobre estas influencias.

Uno de los aspectos también asociados a la comunicación política, es lo relacionado a la imagen pública. Con frecuencia algún político o actor social puede solicitar un profesional que precise el estado de las representaciones sobre algo o alguien. Esta preocupación viene de la importancia que ahora tiene la actividad mediática, más que el contacto directo; así los códigos de la televisión, y los sistemas de telecomunicación a distancia imponen nuevas formas al mensaje político. Hoy día es un lugar común decir que más allá de los argumentos, las ideologías, los proyectos o los programas, lo que cuenta son las figuras, la imagen; más

que las instituciones o los partidos, los candidatos. La política se da en eso que Debray ha llamado la videoesfera y se caracteriza por la aparición fugaz de la TV, la idealización de un político como “estrella” (aparece mucho en medios, tiene vínculos con artistas, hace apariciones del *talk show*...); el vínculo de estos neo-políticos con los votantes, es de estructura muy parecida a la que los prestadores de servicios tienen con sus consumidores; el votante es visto como parte de una audiencia, muy segmentada y precisa. Estos neo-políticos no tienen preocupación en abandonar grupos o segmentos poblaciones porque sus asesores les han recomendado mejor fortalecer otros grupos. Así la política es básicamente estrategia y una buena parte del contacto, aunque no se abandona totalmente la cercanía física, es principalmente mediada.

Por todo lo anterior, un espacio privilegiado de la comunicación política es el “Marketing político” (MKP) que ha generado la irrupción de profesionales en el campo que, ajenos al mundo de la política, se colocan en el centro de ésta porque son los encargados de diseñar las estrategias de campaña del político. Los antecedentes del MKP hay que buscarlos en los modos de hacer política en los EE.UU. (al grado de que se habla de la norte-americanización de la política): los sondeos de opinión aparecieron en el decenio de los treinta y treinta años después aparecerían las primeras modalidades de adaptación del marketing. Desde los sesenta como el presidente Kennedy comenzaron a someterse a cierto entrenamiento para aparecer delante del televisor.

Para el caso de varios países en América Latina la historia del MKP es reciente. No hay que profundizar mucho las causas que hacía inoperante o poco aplicable el MKP en la región como fueron institucionalidad endeble, regímenes autoritarios que ejercían el control extra-constitucional. El MKP tiene algún sentido como factor de comunicación política en entorno donde la confrontación política es posible.

#### **1.4.5 Relaciones públicas**

Esta es una de las actividades, que como la publicidad (por mencionar alguna) han sido objeto de severas críticas, justificados en parte por la escasa profesionalización. Como otras actividades en comunicación se pueden confundir a las Relaciones Públicas (RRPP) entre otras porque muchas veces se solicitan jóvenes para “realizar actividades de relaciones

públicas”, el cual finalmente será canalizado a áreas como ventas, promoción o *telemarketing*.

En los años recientes, los profesionales de las relaciones públicas paulatinamente se han encargado de despejar los negativos estereotipos que prevalecían sobre su trabajo, entre los cuales es posible mencionar los siguientes: que las RRPP cumplen una función "cosmética" y de ninguna manera admiten ser consideradas como prioritarias para el desarrollo de las organizaciones; que representan un gasto superfluo y que son una actividad frívola y superficial que bien puede postergarse para esperar a que efectivamente lleguen los tiempos de prosperidad para la empresa. Se pensaría que esta actividad corresponde únicamente a grandes empresas, y queda descontado que otro tipo de instituciones, como sindicatos, partidos políticos, organismos no gubernamentales e inclusive gobiernos utilicen estos servicios profesionales.

No entraremos al discurso si las RRPP (como de hecho muchas actividades comunicativas) son “arte”, “ciencia” o “técnica” (de este mismo debate fue objeto la retórica). Entendemos por RRPP la gestión de la comunicación entre una organización y público clave para construir, administrar y mantener su imagen positiva. Es una actividad muy planificada y deliberada que se lleva a cabo de modo estratégico; tiene como característica que maneja muchos aspectos de la comunicación interpersonal, corporativa, así como la precisión en cuanto a cierto tipo de códigos. En principio no sólo se dirige a su público (tanto interno como externo) sino que también lo escucha y atiende sus necesidades, con el ideal de una mutua comprensión entre la organización y sus públicos.

Para el caso mexicano, los primeros intentos de profesionalizar datan de 1949, cuando Federico Sánchez Fogarty abrió la primera agencia de relaciones públicas —la Agencia Mexicana de Relaciones Públicas. Este empresario fue un entusiasta promotor de las relaciones públicas en México. Su contribución sin duda alguna fue definitiva en la fundación de la Asociación Mexicana de Profesionales de Relaciones Públicas, la cual después de fusionarse con otros organismos derivó en una asociación que ha tenido altibajos. En 1978 por iniciativa de esta asociación mexicana de RRPP se realizó un encuentro internacional que suscribió lo que fue conocido como "el Acuerdo de México", en el cual fue definido el sentido que debe admitir el pertinente ejercicio profesional de las relaciones públicas:

*El ejercicio profesional de las relaciones públicas exige una acción planeada, con apoyo en la investigación, en la comunicación sistemática y en la participación programada, para elevar el nivel de entendimiento, solidaridad y colaboración entre una entidad pública o privada y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover su desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece.*

Dentro del rango de actividades que comprende el ejercicio de las relaciones públicas incluyen la gestión de las comunicaciones internas y externas; las funciones humanísticas que permitan a las empresas, sobre todo cuando persiguen fines de lucro, colocar una imagen favorable entre sectores de la población; el análisis y comprensión de la opinión pública con la finalidad que luego pueda la empresa u organismos actuar sobre ella de manera más eficaz. Como ideal en la formación de publi-relacionista se requiere conocimientos en psicología, sociología y relaciones humanas. El vehículo principal de trabajo es el sistema de relaciones, que por ejemplo sepa manejar aspectos de comunicación en tiempo de crisis, desarrollar estrategias para el cambio cultural en la organización, manejar elementos de marketing político, social, imagen pública, mercadotecnia social, el marketing político, relaciones públicas digitales, el desarrollo de programas de comunicación estratégica con públicos financieros, estrategias de información y servicio postventa, el cabildeo, el desarrollo de programas de relaciones públicas especializadas para determinados sectores o industrias, etc. No resulta descabellado que el profesional de las relaciones públicas pueda participar en el manejo de conflictos sindicales o las consecuencias en una empresa cuando se funden áreas o grupos.

Un ejemplo lo podemos ver en la película *People I know* (Daniel Algrant, 2002), actuada por Al Pacino, quien representa al dueño de una agencia de relaciones públicas y la articulación de operaciones institucionales y las propiamente “políticas” para ayudar a que personas de distintas tendencias políticas y religiosas se encuentren. Hoy podemos comprobar algunos rasgos de personalidad y el sentido social que tiene cuando el persona que al menos, las tensiones y los esfuerzos que el personaje realiza para lograr el encuentro entre diversos sectores sociales.

#### **1.4.6 De la comunicación popular y alternativa a la comunicación ciudadana**

Durante varios años existió en América Latina una corriente de pensamiento y acción que podemos denominar de diversas formas, “comunicación popular” (CP), “comunicación alternativa” (CA), “comunicación comunitaria”, “comunicación educativa”. No son sinónimos exactos, pero revelan una intencionalidad de un modo de entender y ejercer la comunicación, aspectos en los que la dimensión grupal es importante, el ideal de la comunicación se realiza más en el cara-cara que en la comunicación masivamente mediada, el umbral de acción en la línea de concebir a su participante como sujetos de su propia historia.

Para los ochenta, existía ya una muy rica y variada experiencia sobre prácticas alternativas de la comunicación inserta en movimientos populares, que por la época tenían el sello incontestable de lo político como una fuente de reflexión fundamental. Decir “popular o “alternativo” era algo básicamente ligado a las prácticas si no directamente políticas, sí con familiaridad en ese sentido de la acción social. La CP y la CA es un modo de entender la comunicación, un estilo de ejercerla y concebir a los medios (tanto “macro” como “micro” medios). Estas prácticas de comunicación, tenían por común denominador la creación de medios y sistemas de difusión propios de información con una intencionalidad política de participación o reivindicación de demandas sociales. Ante los medios audiovisuales tradicionalmente autoritarios, la CP fue un concepto (y una práctica) muy utilizada para nombrar todas esas realidades comunicativas que no estaban insertas en el aparato dominante (estado, empresarios, ejército, consorcios de comunicación constituidos) y contra las cuales se pronunciaban. En 1989 Bisbal (1989: 378-379) definía entre muchos rasgos más, a la CA como movimiento y no como sistema; como un tipo de práctica que fomenta la iniciativa del receptor, que pone en marcha un proceso de comunicación horizontal y participativa, que intenta inaugurar nuevas formas de relación social, que intenta convertir a la sociedad en una escuela de receptores críticos, que en suma intenta articular orgánicamente el proceso de una nueva comunicación al de cambio hacia una nueva sociedad.

La historia de la CP con más de 30 años contaba entre sus experiencias las radios mineras de Bolivia de los cincuenta, la prensa popular brasileña durante la dictadura, las radios

campesinos en Veracruz, México o la enseñanza defensa popular a través del video en El Salvador, los proyectos de educación radiofónica a distancia de Asociación Latinoamericana de Radio (ALER), las escuelas de formadores populares en Mendoza (Argentina), por mencionar algunos ejemplos.

El vocabulario del comunicador popular y alternativo se subordinó a las mediaciones teóricas del marxismo o la sociología crítica para construir el discurso; hoy día muchas de las categorías del marxismo son vigentes, algunas forman parte de los cursos básicos de economía política, pero no podemos ni remotamente aplicar una visión literal a un mundo, distinto del imaginado por Marx (siglo XIX) o de los primeros ideólogos de las internacionales socialistas. Dentro de la misma tradición crítica hay grandes fenómenos explicativos imprescindibles hoy día para pensar sobre CP y CA como son las vertientes culturales para la explicación de ciertos fenómenos, las teorías feministas, la economía política de los medios, los estudios pos-coloniales que pueden recuperar ese espíritu crítico sustancial a estas dos concepciones de la comunicación.

Rosa María Alfaro (2001) ha explicado como la propuesta clásica en la que sustentaban la CP y la CA quedó trunca con la caída del socialismo real: Los actores sociales dejaron de percibirse como sujetos contradictorios y opuestos; los límites de lo “popular” se obscureció. A la par, emergieron procesos más amplios de la globalización y la tendencia económica hegemónica; asistimos a una época donde los sujetos se constriñen hacia una gran reflexividad, en medio de un proceso de desterritorialización y de hibridación cultural.

El nuevo paradigma para conceptualizar la comunicación popular y alternativa es lo que se llama “comunicación ciudadana”, y nos parece incluiría los modelos explicativos para lo “popular”, lo educativo y lo comunitario. La noción de “ciudadanía” proviene del liberalismo tradicional; lo “ciudadano”, ha desplazado en algún sentido, la categoría de “pueblo”; el gran actor parece ser la “sociedad civil”, que aglutina, entre otros sectores a las organizaciones populares que desarrollaban su trabajo con los sectores más desfavorecidos. No es posible establecer sinonimias o paralelismos simétricos entre “pueblo” y “sociedad civil”. La “sociedad civil” (SC) que se ha visibilizado, menos tiempo que otros procesos más amplios y complejos como son el cambio de modelo económico de la sustitución de importaciones, la intervención estatal reguladora a un modelo de mercado neoliberal dependiente, la pérdida

de poder y soberanía de los Estados ante la globalización económica y la influencia de organismos supranacionales.

El “comunicador ciudadano” es un profesional de la comunicación que recupera los saberes técnicos sobre todo algunos micro-medios o en el uso grupal de los medios que hoy se dinamiza con las nuevas tecnologías de información. Este profesional sigue teniendo como eje importante de su actividad la educación política, la educación para el desarrollo, los usos sociales de la comunicación.

#### **1.4.7 La comunicación educativa**

Alfabetización audiovisual, educación para la recepción, pedagogía de la imagen, educación comunicativa, comunicación educativa, educación no formal, pedagogía del ocio y educación tecnológica son algunas de las denominaciones más comunes para referirse a la compleja trama de relaciones que afectan el binomio comunicación y educación. Entendemos este binomio en el campo de las intersecciones culturales que se han ido configurando a lo largo de las últimas cuatro décadas. La necesidad que la educación perciba de manera distinta los medios masivos, presionado ante los requerimientos del modelo de desarrollo industrial tardo-capitalista, ha favorecido la creación y desarrollo de propuestas teórico-metodológicas en materia de comunicación educativa, aportando significativas experiencias y saberes praxiológicos. Pero el resultado ha sido una notable falta de integración y un poco consistente análisis comparativo y sistemático de las diversas experiencias acumuladas tanto en la educación como en la práctica social de diversas instituciones sociales.

La Comunicación Educativa (CE) es una disciplina joven; hasta hace poco no tenía una delimitación más o menos precisa; de hecho, es probable que para muchos especialistas de la educación, la comunicación siga sin existir o aparezca confundida como un área para los educadores de la comunicación. En su origen se encuentra la propia explicación de los estudios de comunicación como preocupación por las tecnologías de la información en todos los órdenes de la vida social y cultural; uno de los primeros espacios de preocupación es la educación y más concretamente su impacto en los entornos escolares.

Para Valderrama (2000: 9-23), la CE se ha desenvuelto en tres ámbitos, *educación para la recepción, comunicación en la educación y educación y nuevas tecnologías*.

a) Encuentra la primera vinculada a la tradición sobre el estudio de los efectos en la comunicación y después los estudios sobre recepción que han cobrado mucha importancia en la investigación de la comunicación (“efectos de medios”, “usos y gratificaciones”, “estudios culturales”). En realidad aquí el término “recepción” es un tanto equívoco porque siempre éste posee un contenido cualitativo que remite a procesos activos de interpretación del significado de mensajes; mientras que la idea de efectos connota una direccionalidad, el presupuesto de un emisor activo y un receptor pasivo. De cualquier manera éste es un campo importante sin que signifique juzgarlos de manera maniquea. La dimensión de los efectos es necesaria en un profesor que quiera precisar la manera como sus contenidos están siendo recibidos y eventualmente usados por los estudiantes; mientras que la recepción es un proceso un poco más complejo para el que las variables culturales son especialmente importantes.

b) El segundo ámbito es lo que denomina comunicación en la educación, que es en realidad otra variante para los temas de interacción; resume cómo esta área se centra en las dinámicas comunicativas que subyacen en la relación pedagógica, en la interacción de los actores del proceso enseñanza-aprendizaje, tanto dentro como fuera del ámbito escolar.

c) El tercer ámbito que considera Valderrama es de la Educación y nuevas tecnologías que se ha visto potenciado con el impacto de estas últimas. Aquí entra la cuestión de la creación de propuestas pedagógicas de software o hardware. Hay dos tendencias en este ámbito: la primera altamente influenciada por la tecnología educativa, ha buscado en el diseño y el desarrollo de sistemas tecnificados para introducirlos en la relación enseñanza-aprendizaje sin alterar modelos pedagógicos y comunicativos; el resultado ha sido mayor eficacia en la generación de procesos, mejores formas de control de los rendimientos (como ejemplo se encuentran las propuestas de Crapanzano y Altmark que tiene como

objetivo la introducción del uso de la informática apoyando la tarea propuesta y planificadora del docente. Otra tendencia ha buscado aprovechar las potencialidades del desarrollo técnico y tecnológico para propiciar la creatividad y proponer una formación del

docente que tome en cuenta los saberes de los alumnos, los nuevos lenguajes y alfabetizaciones, la brecha generacional y comunicacionales, las nuevas identidades socio-culturales.

Es probable que el primer “teórico” no formal de la CE haya sido algún maestro en la década de los cincuenta que se preguntaba sobre la influencia de los medios, en concreto de la TV que por esas fechas hacía su explosión. En la década de los setenta algunas universidades en la región (sobre todo públicas) dieron un fuerte impulso a la educación como ese lugar de realización y posibilidad para transformar la comunicación (en lo macro, a través de lo micro). En México, existe por ejemplo el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) y su maestría en tecnología educativa que ha sido un esfuerzo constante y sistemático.

Conocemos el caso de una universidad (también en México) que a mediados de los noventa hizo el lanzamiento de la primera licenciatura en Ciencias de la Comunicación Educativa del CUMDES, en la presentación del nuevo perfil y análisis de la carrera, señalaba que “...formar profesionales que se puedan insertar tanto en el mercado tradicional del comunicador como en las recientes áreas del comunicador educativo, es decir, en espacios que antaño no lo contemplaban”. Dentro de ese mercado tradicional reconocía los medios impresos tradicionales, los medios electrónicos audiovisuales, las oficinas de prensa o de comunicación social y los departamentos de comunicación organizacional o de relaciones públicas en empresas u organismos. Vemos en esta selección que no hay prácticamente diferencia con lo que haría un egresado tradicional de comunicación: se trata simplemente de imprimir un rasgo “educativo” a la actividad mediática.

Ismar Oliveira Soares (2002: 102-104) habla de áreas de intervención para el educador y lo caracteriza como un profesional que puede actuar como asesor, coordinar proyectos en áreas que aproximan a la “comunicación” y “educación” siempre que el objetivo final sea la competencia comunicativa de los sujetos y de su capacidad para construirse en redes de comunicación.

a) Área de la educación para la comunicación (*media education, media literacy*) en donde se cruzan los “estudios de recepción y una activa pedagogía de la comunicación”, como

fundamentos de una acción mediadora destinada a facilitar una relación autónoma y crítica con el sistema de medios y promover habilidades comunicacionales de los actores sociales. La comunicación se convierte en “problema” para la educación y para los educadores, vivificando las prácticas educativas en el cotidiano de la vida escolar.

**b)** Área de mediación tecnológica en los procesos educativos (*information literacy*). En este caso, el edu-comunicador se preocupa por el estudio de la naturaleza, por el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad, así como por la disponibilidad y el uso adecuado de los recursos necesarios para el efectivo ejercicio interactivo de las redes de comunicación.

**c)** Área de gestión de la comunicación. Como “gestor de la comunicación” el edu-comunicador se preocupa por la calidad de las relaciones comunicativas en los espacios educativos. Verifica la adecuación de los procesos y de los recursos de la información. Maneja conceptos políticos (¿De qué comunicación se está hablando?, ¿Para quiénes se está trabajando?). Desarrolla procedimientos administrativos (¿Cómo organizar y manejar la información, ¿con qué recursos?, ¿con quiénes?) y finalmente se preocupa por crear y mantener redes de comunicación.

**d)** Área de reflexión más académica (teórica y epistemológica) sobre el nuevo campo, toda vez que es a partir de la investigación y de una constante en la producción del conocimiento que se logra avanzar en dirección de la comprensión del fenómeno de la edu-comunicación.

El edu-comunicador puede ser un profesor que sabe integrar los diferentes medios en sus prácticas educativas; identifica nuevos actores sociales y recupera sus procesos de producción e interpretación a lo que inserta en entornos educativos (no escolares necesariamente). Puede ser un profesional que alterna su presencia en entornos educativos con otro tipo de prácticas; o puede ser un profesional que desempeña diversas funciones en espacios cuya función principal es la producción, difusión, extensión o divulgación del saber y la cultura, del arte y la tecnología.

### **1.4.8 Comunicación para el desarrollo**

Con el desarrollo de las tecnologías de comunicación y la convicción que éstas tendrían que ayudar en algo a paliar las urgentes demandas sociales, se comenzó a manejar el concepto “comunicación para el desarrollo” (CD). Existen varios modelos para definirla, desde una perspectiva meramente instrumental y extensionista que ve a la comunicación como herramienta, técnica y uso para difundir alguna información útil; hasta concepciones más constructivistas donde cuenta más el proceso de la comunidad que el resultado o producto.

Uno de los primeros teóricos de la comunicación en América Latina, Luis Ramiro Beltrán (1993), menciona las concepciones principales de la CD. Su enfoque entiende esta área como la relación existente entre comunicación social y desarrollo nacional, así habla de tres grandes acepciones:

- a) "Comunicación de desarrollo": Los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.
- b) "Comunicación de apoyo al desarrollo". Se refiere a la noción de la comunicación planificada (masiva o no) en tanto instrumento para el logro de metas prácticas de instituciones y proyectos.
- c) "Comunicación alternativa para el desarrollo democrático". Significa expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría.

En los sesenta, uno de los clásicos de la comunicación (Wilbur Schramm publicó un libro sobre el tema: la comunicación social al servicio del desarrollo. Si bien muchas de estas producciones primer-mundistas eran bien intencionadas, pronto se dio cuenta el pensamiento comunicacional latinoamericano que serían insuficientes. Esta concepción se

vio cobijada por la que era la teoría económica dominante de la época (el desarrollismo) la cual pensaba que con el desarrollo económico y tecnológico se podría modernizar a las sociedades del tercer mundo; más aún, se pensaba que ese proceso podría hacerse más rápidamente y generar un nuevo orden. No pocos especialistas se dejaron atraer por estas sirenas, lo que llevó a ciertas exageraciones sobre el potencial desarrollistas de los medios como agentes de cambios. Varios especialistas —nos cuenta Beltrán— parecieron percibir entonces su oficio como una suerte de muy eficiente disciplina de "ingeniería social", dotada acaso de poderes casi mágicos para persuadir a las masas atrasadas de que se modernizaran.

En la misma década, casi de manera simultánea surgieron severas críticas hacia los medios, así como advertencias a cualquier divinización de sus posibilidades. Por ejemplo, los textos pioneros de Antonio Pasquali quien pensaba que desde los medios privados y comerciales podría promover el desarrollo nacional. Paulo Freire, en *Comunicación y Extensión*, denuncia esa perspectiva difusionista de la comunicación, de tipo exógeno. Para que la CD sea efectiva debe vincularse al proceso de la propia comunidad, a los usos específicos y particulares

En los setenta se fue colapsando el modelo desarrollista. La crisis del petróleo que sacudió a las naciones desarrolladas también tuvo graves consecuencias en esta parte del mundo, demostrando la fragilidad de sus estrategias de desarrollo y su vulnerabilidad estructural, debida a su dependencia. Este contexto facilita el desarrollo de la comunicación popular y alternativa, y dentro de ella la convicción de una nueva concepción para el desarrollo y cambio social. En los ochenta existen las aspiraciones para una comunicación derivadas del célebre informe Mc Bride, el NOMIC, que señala las consecuencias de la concentración y alientan el desarrollo de nuevos medios, de creación de políticas locales, regionales, nacionales para "otro tipo de comunicación".

Para la última década, en la "Declaración de Lima" (Fuentes Navarro, 1992: 58-59) se renuevan los ideales de la comunicación en la región para el cambio de siglo: la importancia de la democratización, la libertad de expresión, de la diversidad y soberanía; el ideal para dejar nuestro papel de sociedades consumidoras de mensajes a productoras de los nuestros y la importancia que todo esto no debe abandonar la calidad técnica y estética de los

mensajes. Las prácticas comunicativas, para que tengan algún impacto en el desarrollo de los grupos sociales y pueblos deben tomar estas aspiraciones. No hay desarrollo sin democracia, sin participación, sin diálogo, sin respeto a la diversidad. Tenemos así un panorama diferenciador a los intentos bienintencionados de Schramm o Rogers por definir una comunicación para el desarrollo en décadas anteriores.

Como vemos, varios de estos usos y concepciones del profesional de la comunicación se encuentran y fortalecen. Por ejemplo todo lo que hemos dicho de comunicación educativa y comunicación popular encaja en una concepción del desarrollo. De hecho en el recuento que hace Beltrán, bien puede aplicarse para leer el pensamiento latinoamericano de la comunicación desde el vector de la CD.

Hoy día la CD es un espacio complejo de comunicación estratégica que recupera los aportes de la comunicación popular y alternativa pero a los que suma nuevos saberes institucionales, organizaciones. Un ejemplo de ello puede ser tal vez, la organización dirigida por Rosa María Alfaro “Calandria” en Perú. Es una asociación<sup>4</sup> de comunicadores fundada en 1983, que retoma y adapta varios de los ideales que hemos dicho (de hecho Alfaro fue una de las signatarias en la “Declaración de Lima”). Esta organización pretende ser un actor cívico, que tenga presencia pública, que profesionalice servicios de comunicación y que comparta efectivamente conocimientos, estrategias y productos comunicativos. Al mismo tiempo se considera deudor de las concepciones en comunicación cultural. La cultura no puede dejar de ser vista como un factor importante de desarrollo; así las organizaciones que se ubican desde una comunicación integral, debe incluir los saberes, la sensibilidad, los mecanismos expresivos de las personas y grupos con los que tienen contacto; al mismo tiempo, podemos inferir que es necesario un especialista que sepa traducir y vehicular estos universos de sentido. Las dimensiones política y educativa son centrales en la generación de nuestras estructuras relacionales y la lucha hacia un desarrollo humano integral.

Así el comunicador para el desarrollo tiene grandes ejes y tópicos como son gobernabilidad, medios masivos y periodismo ciudadano, género, ciudadanía y política, culturales juveniles, comunicación para la salud y el medio ambiente. El ámbito privilegiado de su ejercicio son

---

<sup>4</sup> Parafraseamos la información encontrada en la página de Internet de Calandria (Calandria)

los organismos civiles, conocidos también como “tercer sector”, o bien organizaciones de la sociedad civil. El profesional de la comunicación tiene en esta área la oportunidad de radicalizar la opción por una comunicación solidaria, que retoma componentes de la comunicación persuasiva, pero lo dinamiza en espacios comunitarios, educativos, políticos y cívicos.

En suma, tenemos una serie de actividades que dan cuenta cómo los perfiles y actividades laborales del profesional de la comunicación se han diversificado. Creemos, por la importancia que tiene la comunicación e información en nuestra sociedad, el profesional se va ir adaptando, algunos aspectos se van a flexibilizar. Ahora bien, el problema no es la sobrevivencia en sí: para los profesores, es el ajuste de contenidos, planes y programas a la realidad cambiante; para los empleadores (cuando el tema le interesa), un perfil que responda a sus necesidades de trabajo; para el estudiante, unos conocimientos que le permitan rentabilizar su esfuerzo y dedicación por algunos años. No se pueden hacer consejos, pero queda claro que la realidad es más compleja de lo que cada uno de estos subsistemas lo puede ver; y que, entre la decisión curricular por un perfil específico o uno más general, se trata de estimular competencias que parece imprescindibles en una ecología laboral donde más que la especialización se pide la habilidad organizativa, gestora y analítica.

## **2. Entrada a las teorías de comunicación. Enfoques, objetos y posibilidades**

### **2.1 La enseñanza y aprendizaje en el campo de la producción teórica: Qué es el aprendizaje teórico en comunicación**

#### **2.1.1 Qué es el aprendizaje teórico**

Nos parece que un libro, como este, sobre teorías de comunicación, algo tendría que decir sobre qué son las teorías y que supone su aprendizaje. Es algo sobre lo que poco se reflexiona, ya que se dan por sentados estilos y modos de aprendizajes. Además existe la tendencia a encuadrar a las teorías en el falso-dilema “teoría / práctica”, en el que si las

primeras no se asocian a la manualidad o hacer concreto, se considera a priori su no pertinencia. Creemos que la naturaleza de la enseñanza y aprendizaje teórico es eminentemente formativo, a la manera que el arte (aunque el estudiante no se vaya dedicar profesionalmente a él), deja en todos aquellos que lo cultivan un tiempo o permanentemente. En este primer sub-inciso incluimos consideraciones sobre los rasgos formativos de las teorías que quizá pueda resultar de mayor interés a educadores, pero que pensamos puede ser no menos útiles a estudiantes para conocer algunos rasgos cognitivos implicados en los aprendizajes de teorías.

Alonso C.M. y Galleho D.J. y Money (1995) hablan de estilos de aprendizajes. En primer lugar se encuentran los aprendices *activos* que son personas las cuales se implican y sin prejuicios en nuevas experiencias; son de mente abierta. Los *reflexivos* les gusta considerar las experiencias y observarlas desde diferentes perspectivas: reúnen datos, los analizan con detenimiento antes de llegar a una conclusión; si los activos piensan que tienen que intentarlo todo, el valor que rige la acción del reflexivo es la prudencia. Los *pragmáticos* se caracterizan por una constante aplicación de las ideas; descubren el aspecto positivo de las nuevas ideas y no desaprovechan oportunidad para experimentarlas. Finalmente los *teóricos*, adaptan e integran las observaciones dentro de teorías lógicas y completas. Enfocan problemas de forma vertical escalonada, por etapas lógicas. Tienden a ser perfeccionistas. Integran los hechos en teorías coherentes. Les gusta analizar y sintetizar. Son profundos en su sistema de pensamiento, a la hora de establecer principios, teorías y modelos. Para ellos si es lógico, es bueno. Buscan la racionalidad y la objetividad huyendo de lo subjetivo y lo ambiguo.

La manera como mejor aprendan los teóricos es cuando pueden (Alonso C.M. y Galleho D.J. y Money, 1995: 158-162): Sentirse en situaciones que tengan una finalidad clara; inscribirse todos los datos en un sistema, modelo, concepto o teoría, tener tiempo para explorar metódicamente las asociaciones y las relaciones entre días, acontecimientos y situaciones, tener posibilidad de cuestionar, participar en una sesión de preguntas y respuestas, poner a prueba métodos y lógica que sean la base de algo; participar en situaciones complejas. Analizar y luego generalizar las razones de algo bipolar, dual; llegar a entender acontecimientos complicados; leer u oír hablar sobre ideas, conceptos que insisten en la racionalidad o la lógica, etc.

Estas consideraciones nos llevan a preguntarnos sobre los isomorfismos entre la producción y el aprendizaje de la teoría. ¿Si deseamos escribir un libro de textos sobre teorías de comunicación o introducción a su reflexión más conceptual que desvincular dicha reflexión de su proceso de difusión y explicación? ¿qué especificidades tendrían la explicación en comunicación? de qué manera en este curso se pueden aplicar estos rasgos para proponer un grado de significatividad en el proceso.

Teoría es el intento de explicar las cosas, es la conceptualización de alguien ante una serie de hechos. Una primera pregunta en la comunicación, es la explicación sobre ciertos aspectos que construyen la comunicación o los fenómenos y prácticas de la comunicación. En su fundamento epistemológico hay dos grandes preguntas que la comunicación trata de responder: qué tanto digo lo que quiero decir; qué tanto el otro me entiende lo que digo. Aunque no son las únicas, otras preguntas complementarias pueden ser: qué relación hay entre lo que se dice y quien lo dice; entre quien lo dice y lo interpreta; cómo se implican los actores de la comunicación en los mensajes, etc.

El término teoría de la comunicación se refiere al cuerpo de teoría para entender el proceso de la comunicación. Aquí, ya podemos anotar un primer debate: debemos hablar de “teoría” o “teorías”, ¿son varios objetos imbricados o yuxtapuestos los que explican en fenómeno comunicativo?; o por el contrario, ¿es tan sólo un complejo que parece inabarcable? Hoy día es posible encontrar en los manuales sobre comunicación el eterno debate sobre si la comunicación es o no una ciencia y el hecho mismo de la cantidad de “comunicólogos” desempleados o subempleados. Es un efecto secundario de tal disyuntiva o confusión que proviene de origen.

Las teorías cumplen una función de “mapas”, nos ayudan a movernos en la realidad; al respecto nos gusta la expresión del *best sellerista* y el autor de libros sobre espiritualidad y superación personal, Anthony de Mello (1982, 1985) quien metaforiza las “teorías” y la actividad teórica como “...*el dedo que señala la luna...*”; es decir, la “teoría” como una herramienta que ayuda y señale (tiene valor indicial). La teoría no tiene sentido como fin en sí misma. Una teoría que se auto-observa sería como alguien —para seguir con las imágenes demellianas— como alguien que le gusta el alcohol y se conforma solamente con

ver la botella. En otra imagen De Mello, describe la teorías como los chalecos que deben en principio hacer sentir más cómodo a quien los usa; cuando no cumplen su objetivo de ayudarnos a entender mejor la realidad, es necesario cambiarla. No pocos teóricos gustan detener su atención en el dedo, las absolutizan y hacen de ellas “chalecos rígidos”. La actividad teórica tiene una dimensión creativa y creadora, son necesarios como artilugios, pero ninguna teoría agota la realidad.

La idea de teoría es que nos pueda mostrar aspectos del estado de la cosas. Sí, es también una construcción de cómo “es” la experiencia, cómo se construye, qué elementos la componen. Se parece un poco a lo que Roland Barthes (1976) llama “la actividad estructuralista” *de-construir-construir*. Acercarse, ver las reglas que forman el sistema, degustar dicha comprensión y luego partir con una nueva percepción sobre el objeto. Es el principio del sentido del placer del conocimiento. Siempre hemos dicho por eso también, que la teoría debe implicar una dimensión *erótica* y lúdica; si no es así, pierde uno de sus sentidos. La teoría por la teoría misma no sólo es flagelación, es pérdida del sentido.

Un reto para quienes impartimos materias de teorías es hacer de estas una experiencia: Etimológicamente la palabra ‘experiencia’ está compuesta de la preposición “ex” y del verbo “*periri*”: intentar, correr peligro. Está por lo tanto relacionado con peligro, prueba, tentativa: La experiencia -nos dice el teólogo latinoamericano Leonardo Boff (1980: 25)- es un “saber” que tiene “sabor” un saber que el hombre ha ido adquiriendo al salir de sí (ex) y enfrentarse con el mundo, con los hombres, con toda clase de realidad, viajando a través de todo ello, sufriendo, soportando, aprendiendo, corrigiendo y perfeccionando el saber acumulado... hacer una experiencia nos proporciona una evidencia tal que no podría ser mediatizada por exposiciones racionales ni por argumentos... la experiencia no sólo es una “ciencia”, es también una “consciencia”. Al salir de sí y aproximarse al mundo, el hombre lleva consigo todo cuanto es, sus categorías apriorísticas, sus experiencias históricas y culturales heredadas del pasado

Ferrater Mora (1979 T.IV: 1094-1100) en su célebre *Diccionario de filosofía* nos habla de los varios sentidos que tiene este término: La aprehensión por un sujeto de la realidad, una forma de ser, un modo de hacer, una manera de vivir, la experiencia es entonces un modo de conocer algo inmediatamente antes de todo juicio formulado sobre lo aprehendido. De la

experiencia se dice que es la aprehensión sensible a toda realidad externa; el aprendizaje adquirido con la práctica se habla de la experiencia en un oficio. La experiencia es un atributo propio del ser humano porque tiene autoconsciencia. Sin la capacidad de *experimentar* no podemos hablar, propiamente de persona, por el contrario, podemos suscribir con Lowen que una persona es la suma total de las experiencias de su vida. En este sentido, al desarrollar la capacidad de experimentar (como *experience-ing*: responder a la realidad), logramos crecer como personas.

Creemos que nuestros sistemas de pensamiento nunca son totales. Una teoría no puede abarcar la totalidad; el positivismo y científicismo decimonónico nos hizo creer en la ilusión de aprehensión y efectismo con una dosis de promesa (una más de las que ofreció la modernidad): progreso, tecnología, desarrollo, felicidad. Las teorías son mapas, guías cuya función principal es ayudarnos a mover en un territorio. Las teorías tendrían igualmente que ayudarnos a mover mejor en las materias a relacionar e impulsar una perspectiva transversal dentro de los currículos educativos.

## **2.2 Qué son las teorías de comunicación e información**

Por teorías de comunicación entendemos el saber acumulado alrededor de las prácticas comunicativas. En la academia española se ha establecido una diferencia entre la “teoría de la comunicación” como un saber general de todas las prácticas comunicativas (sociales o no), y la “teoría de la información” que se aboca centralmente al estudio de los medios.

Desde el origen del pensamiento en comunicación se estableció una diferencia, sobre todo en la academia estadounidense entre *speech communication* y *social communication*, y la ubicación de lo que se ve en teorías de comunicación social en esta segunda. Fue una necesidad social la que ancló a la comunicación como ciencia social y una serie de procesos los que determinaron la centralidad de las tecnologías en la concepción de la comunicación. La comunicación ya existía como objeto de conocimiento, pero no había escuelas de comunicación, así cuando aparecen éstas y se realizan las asignaturas se incluyen, lógicamente, a las teorías de comunicación que desde su origen van a tener un significado muy diverso y que hasta la fecha no es posible encontrar dos cursos de teoría de comunicación en dos escuelas distintas, iguales.

Ya en el siglo XX y con los medios masivos en pleno auge, un hito en la conceptualización de la comunicación-información ver la teoría de la comunicación, la cibernética de Wiener y las aplicaciones a las matemáticas y físicas que van hacer Shannon y Weaver. Desde entonces se delinea una teoría de la comunicación que se centrará en examinar los modelos teóricos de comunicación propuestos por las ciencias, con la intención de sistematizar aproximaciones para el análisis de elementos y rasgos de los procesos y prácticas comunicativas. Por ejemplo la obra de Shannon y Weaver (*Teoría matemáticamente de la información*, originalmente publicado en inglés, 1949) estudia la complejidad o información matemática de la disponibilidad de señales y signos. Ellos fueron los primeros en estudiar la física de la tele-interacción, pero centrados en la transmisión de señales, para los cuales su célebre modelo lineal daba cuenta de ese proceso.

De manera contemporánea aparece la cibernética de Wiener que realmente va impactar notablemente a la comunicación. Muchos autores acudirán a ella (Bateson, Jakobson, Lotman, entre muchos) para referirse a la comunicación. Los presupuestos fundamentales para que cibernética y comunicación, cibernética e interacción humana se identificasen son los que se derivan de considerar a la cibernética como una ecología, basándose en que entre un actor humano y su medio exterior, el intercambio de mensajes es a la vez un efecto y una causa entre la acción y la reacción. Lo cual llevó a considerar el intercambio como un sistema cibernético una acción comunicativa constituida por el conjunto de actores que intervienen y el conjunto de factores que los determinan (Cf. Piñuel y Lozano, 2006, pp. 39 y ss.). Desde Wiener en las ciencias biológicas y Shannon/ Weaver en las ciencias físicas, complejidad, forma y orden se identifican con comunicación, con lo que indistintamente la teoría de la información y teoría de la comunicación terminarán constituyendo un paradigma básico de estudio; una aspiración que no retomarán las escuelas de comunicación en América Latina pero que dejan en la perspectiva de Wiener la entretela para encontrar a las ciencias de la naturaleza y la cultura, las ciencias naturales y sociales por medio de la información y la comunicación.

Para la cibernética el término “información” se refiere a aquél que interviene en el funcionamiento del objeto que se estudia; expresa el orden que hay entre las partes del organismo. Decir que un organismo está informado es decir que está organizado de una

cierta manera; o que la información que contiene un organismo expresa la organización. En el nivel de la organización y conocimiento se entiende la información como aquello que indica “grados de libertad” que tiene el objeto, opciones posibles de estados distintos que puede presentar el organismo, o bien, los distintos conocimientos posibles que se pueden dar respecto a ese organismo.

En Wiener la idea del control supone la transmisión de información del operador al organismo operado, con la intención de producir en ese organismo los cambios deseados. Es decir, los organismos se controlan cuando se introduce en ellos la información que intervendrá en cómo vayan a funcionar. El primer libro de Wiener (*Cybernetics: or, Control and Communication in the Animal and the Machina*) se publicó en 1948. Fue tal el impacto y al mismo tiempo la curiosidad, que dos años después haría una nueva versión un poco más didáctica sobre las implicaciones de lo que había formulado.

Este concepto nuevo tiene una enorme importancia en el campo de la comunicación; es la vía por la cual se liga el estudio de la comunicación con el de la finalización de los organismos, que se vincula con la idea del control social. La comunicación va ser interpretada por la cibernética como la ciencia del manejo de la información para controlar a los sistemas organizados, sean éstos biológicos, sociológicos o tecnológicos. Una concepción de la comunicación muy especializada, pero indudablemente una de las posibles maneras de las cuales se puede penetrar en el análisis de las funciones de la información. Así el concepto de información que proporciona la Cibernética sería la suma total de estados o de comportamientos alternativos que podría adoptar un organismo en un momento determinado. La información coincide con todo lo que podría ser hecho por los organismos o con todo lo que le podría suceder, más que con lo que realmente hace o le está sucediendo. Wiener calcula la relación que existe entre todos los estados o comportamientos posibles y los que realmente se llevan a cabo. También en el campo de la comunicación, tenemos que contemplar no sólo aquello que de hecho está sucediendo sino además aquello que podría suceder.

En esta época, se van consolidando los departamentos que estudian a los medios desde una perspectiva psico-social. Son dos movimientos (el de Wiener) y ciertos departamentos de ciencia política o sociología donde a esos investigadores que estudian los medios, de forma

que podemos imaginar no muy amigable se le conoce como los de *communication research*. A falta de nombre, éste designa a investigadores que en el transcurso de este libro hemos ido mencionando. En la misma década de los treinta y los cuarenta arriban a los EE.UU. huyendo de Alemania miembros o representantes de la Escuela de Frankfurt que abordan desde la crítica cultural a la comunicación de masas. La pregunta por la comunicación queda enmarcada en los medios como sistemas de difusión o bien como vastas redes culturales corresponsables en el deterioro de la razón. La pregunta más amplia por la comunicación en las prácticas humanas históricas o en el comportamiento de los seres vivos, queda fuera no tiene mucho menor peso.

Littlejohn (1992: 376-384) piensa que a la teoría de la comunicación le han preocupado ciertos temas y preguntas centrales que constituirían el centro de su reflexión. Es una perspectiva, como cualquier otra, discutible, pero puede ayudar a acotar el terreno de la teoría de la comunicación. Tiene la ventaja que no centra su orientación a los medios masivos. Al ser una propuesta proveniente de EE.UU. hay aspectos que en América Latina son medulares (el poder, la comunicación educativa, para el desarrollo...) que aparecen referidos de manera indirecta. Es un primer mapa de opciones y preguntas,

- a) *Producción de mensajes*. Toda comunicación y práctica comunicativa la supone, y éstos tienen que ser generados (y recibidos) en alguna manera. Uno de los aspectos medulares de cualquier teoría de comunicación es explicar en qué forma y mecanismos estos mensajes se elaboran, conforman o construyen. Se puede poner el énfasis en lo cognitivo o cultural. Cómo esos mensajes ayudan a sus emisores a lograr sus objetivos e intenciones. El acento está en la producción y lo relacionado a ella sobre todo.
  
- b) *Cuestiones de significado*. Se buscan los procesos cognitivos, socio-culturales involucrados en la comprensión, decodificación o apropiación de los mensajes. Cuál es el lugar del significado, cómo se alcanza, cuál es el papel de la interpretación. Las corrientes se mueven del estructuralismo, el cual pretende ver al significado en sí mismo, en su estructura inherente; y orientaciones más interaccionista que estudian los significados en sus contextos, mediante los usos de los productos comunicativos; también las corrientes cognitivistas van tomando peso: el significado es visto como un proceso interno de interpretación.

- c) *Estructura del mensaje*. Cómo los textos se organizan y cómo esa organización afecta el significado; se pregunta sobre la estructura de los mensajes (individuales, grupales o colectivos), se estudia la estructura del lenguaje, el comportamiento y otros signos no verbales. La estructura de los mensajes supone la manera en que un mensaje se relaciona con otro, o en la forma como varios mensajes pueden organizarse como un todo.
  
- d) *Interacción*. Esto se vincula con las relaciones humanas, relaciones grupales. Incluye cómo los individuos coordinan sus conductas, cómo se perciben entre sí. Supone con la organización y el cambio en los patrones de relación. Una de las corrientes más importantes es el interaccionismo simbólico y todas las perspectivas fenomenológicas que le ha preocupado mucho la intersubjetividad.
  
- e) Finalmente la *dinámica de las instituciones sociales*. En este eje se estudian las fuerzas políticas u sociales de la comunicación. Se vincula a la distribución del poder y la forma como esta distribución afecta todos los aspectos de la comunicación en todos los niveles.

Ninguno de los aspectos señalados por Littlejohn se presentan separados. De hecho, las posibilidades de combinación e intercambios entre estos ejes son muy diversas y variadas.

Así, estos “ejes” deben ser vistos más como dimensiones o perspectivas del mismo proceso. Las teorías de comunicación pueden centrarse en algunos aspectos, por ejemplo muchos estudiantes de pre-grado y postgrado que se ven en la necesidad de hacer algún trabajo, con frecuencia tienen que escoger algunos de estos aspectos por lo complejo que pide estudiarlos todos. Algunas de las teorías de mayor difusión (por ejemplo la neo-hermenéutica de J.B.Thompson o la economía política de los medios), señalan la importancia de estudiar integralmente los aspectos de la comunicación: producción, expresión e interpretación.

### **2.3 El fenómeno natural de la comunicación. La comunicación en el mundo animal y vegetal**

La comunicación por lo general se ubica como una disciplina social. El conocimiento biológico de la comunicación sitúa a la comunicación dentro de un panorama muy distinto. Por ejemplo se suele decir que la comunicación es patrimonio exclusivamente humano, y que sólo con palabras o gestos se puede comunicar. Ciertamente el intercambio de expresiones comunicativas entre los animales y los seres humanos es significativo, pero ello no significa que no exista este fenómeno en otras esferas del mundo biológico y natural.

La capacidad de comunicar es una conquista de la historia natural y no necesariamente de la cultura, aunque en el proceso de hominización llega a término esa capacidad. Se utiliza para generar relaciones y representaciones controladas por la razón y la ética. Nos parece que cuanto más amplia sea la perspectiva que maneja un estudiante profesional de la comunicación, será más conveniente para cualquier actividad intelectual que éste emprenda, por tal motivo, no queremos dejar pasar la oportunidad de este texto sobre conocimientos básicos en comunicación, hacer alguna mención que observe cómo ésta puede tener otro enfoque.

La actividad comunicativa aparece en el mundo y se va configurando mucho antes de que el hombre exista. Probablemente aparezcan los primeros animales capacitados para comunicar al final del Precámbrico Superior, hace unos 600 millones de años y en todo caso, cuando la evolución está dando sus primeros pasos en la línea de los celomados, ya hay anélidos que muestran comportamientos comunicativos. Compárese con los aproximadamente seis millones de años que tiene de existencia el linaje humano. En consecuencia, el hombre es heredero de una capacidad que surgió para satisfacer necesidades de naturaleza biológica, cuyas características de funcionamiento se conformaron a lo largo de muchos millones de años de evolución, en el laboratorio de la interacción animal (*Cf. Martín-Serrano 2004*).

Para Martín-Serrano (1989) si se quiere hacer una teoría de la comunicación general, es obligatorio examinar la génesis de la comunicación. Es un requisito epistemológico necesario para llegar a aclarar lo que diferencia específicamente a la comunicación de otras modalidades de interacción. Y consecuente con esa obligación, el teórico de la comunicación termina familiarizándose con esos atractivos campos en los que se estudia el comportamiento animal. Pero el comunicólogo, para cumplir con su función de esclarecer la génesis y la naturaleza de la comunicación, no necesita convertirse en un zoólogo, en un

etólogo ni en un psicólogo del comportamiento animal. Su aportación al conocimiento es otra. Puede proporcionar criterios teóricos, modelos de investigación y categorías, que también sirven para organizar sistemáticamente el estudio de la comunicación animal.

Le corresponde a la Teoría de la Comunicación ofrecer paradigmas con los que se puedan dar cuenta de las relaciones y las diferencias que existan entre todas las variantes de comunicación existentes; desde las más elementales que se observen en el reino animal, a las más complejas que lleguen a desarrollar los seres racionales.

Para Martín-Serrano, Piñuel, Gracia y Arias (1982: 13 y ss) la interacción entre los seres vivos permite distinguir entre dos clases de actos: unos de carácter ejecutivo (no comunicativos) y otros de carácter expresivo (comunicativos). Son de carácter ejecutivo aquellos actos en los cuales el sujeto (*Ego*) maneja las energías de las que dispone, orientándolas de un modo inmediato a la aplicación sobre otro sujeto (*Alter*). (Por ejemplo, empujar, o retener por la fuerza a otro. La eficacia del acto ejecutivo dependerá de la cantidad de energía que sea capaz de movilizar quien así actúa); en cambio son de carácter expresivo aquellos en los que el actor maneja las energías de las que dispone, aplicándolas de un modo inmediato a la producción de señales. Por ejemplo, son actos expresivos, entre los hombres, hablar para decir a otro "quédate conmigo"; y entre los cánidos marcar el entorno con la orina para indicar a otro cánido "sal de mi territorio". La eficacia del acto expresivo no depende de la cantidad de energías que el actor (*Ego*) ponga en la locución o en la marcación. Evidentemente las palabras no sirven para retener físicamente a *Alter*, ni la orina para desplazarle físicamente. La eficacia del recurso expresivo depende de la capacidad que posean las indicaciones para informar a *Alter* de los deseos de *Ego*; y de la disposición de *Alter* para llevar a cabo la solicitud de *Ego* (1).

Las ganancias que proporciona la sustitución de actos ejecutivos por expresivos, (o si se prefiere, la incorporación de la indicación en las relaciones intra e interespecíficas en lugar de la fuerza) son las siguientes:

a) El consumo energético en el proceso completo de interacción suele ser más económico cuando aumenta la proporción de actos expresivos. Por ejemplo, le pide menos esfuerzo a la abeja señalar a las otras donde se encuentran las flores mediante un baile, que acompañar a

las obreras en el vuelo hasta el lugar de referencia. La comunicación sirve a la evolución poniendo a disposición de los Actores un excedente de energía, que puede ser utilizado para desarrollar otras funciones (alimenticias, reproductivas, sociales, etc.).

**b)** Los límites del territorio en el cual pueden desenvolverse su existencia los actores, sin perder el necesario contacto entre ellos para la defensa o la procreación, se amplían tanto más cuanto mayor sea la distancia en la que siga siendo posible la interacción. Por ejemplo, el recurso a las señales comunicativas, -en este caso de naturaleza olfatoria- permite que el ciclo vital tan corto de algunas mariposas, sea compatible con el encuentro para la reproducción de un macho y de una hembra que pueden estar a kilómetros de distancia el uno de la otra.

**c)** El tiempo requerido para la interacción suele ser más corto cuando hay oportunidad de recurrir a la comunicación. Por ejemplo, se tarda menos en indicarle a Alter donde está un objeto, que en ir a buscar ese objeto para mostrárselo. Este ahorro en el balance temporal aumenta el tiempo vital disponible para otras actividades; y en ocasiones, cuando la rapidez de la huida es el único modo de escapar a un depredador, la posibilidad de recurrir a las señales de peligro, representa la única posibilidad de supervivencia.

La comunicación posee ganancias biológicas que operan en el mundo natural que constituye su caracterización más antigua como parte de la evolución de los seres vivos. Estas referencias resultan sugerentes, porque si las relacionamos con los usos de la comunicación en otros contextos, podemos encontrar elementos y sugerencias para hacer generalizaciones sobre la comunicación y lo que ella supone, establecer diferencias entre un medio de comunicación funcional y otro que no lo es tanto.

#### **2.4 La diversidad disciplinaria de los estudios en comunicación.**

El término comunicación es polisémico y agrupa implicaciones de muy distintas disciplinas; en ocasiones esto ha hecho que en broma o en serio se le tilde al profesional de la comunicación en una especie de “todólogo”, conocer de todo y hacedor de nada. Aunque su popularización institucional proviene de los estudios sobre comunicación colectiva y las tecnologías de información, está claro que su ámbito no puede quedar reducido y que,

pensamos, con legítimo derecho, quienes estudiamos comunicación, tenemos que abordar de manera integral los procesos y las prácticas comunicativas en un sentido más amplio, sin los cuales, no es posible conocer adecuadamente esos procesos en cuanto sus actores, medios, canales, códigos, efectos, etc. De hecho una primera forma de abordar los fenómenos sociales, institucionales o interpersonales como comunicativos es indagar por sus situaciones, actores, mensajes y efectos. Un profesional en la reflexión de la comunicación tendría que ser alguien que puede decir ampliamente algo sobre estos procesos en situaciones específicas; alguien que puede vincular los distintos niveles de la comunicación entre sí, y aunque centre sus esfuerzos intelectuales en la comunicación social, vincular ésta con la interpersonal, grupal, virtual, etc.

La dificultad en el estudio de la comunicación es que a veces deviene en un sustantivo que quiere decir casi cualquier cosa; redundante en un fenómeno excesivamente comprensivo que agrupa todo bajo esta rúbrica: comunicador se entiende como sinónimo de orador, locutor, fotógrafo, periodista, técnico, psicólogo. El problema no es menor: una de sus principales facetas es la heterogeneidad de fenómenos que aceptan la etiqueta de “comunicativo”, la procedencia tan diversa de los modelos de análisis que dicen algo sobre la comunicación y por consiguiente la dificultad de establecer algunos consensos para ciertas categorías que en otras áreas no sucede como tal. Muchas disciplinas dicen algo en algún sentido de la comunicación y un reto para cualquier profesional es indagar por esos modos de presencia de la comunicación en distintas situaciones.

Sobre esta diversidad disciplinaria, Cáceres (2003: 40 y ss.) ha hecho un resumen, que nosotros ampliamos, sobre cómo las distintas disciplinas pueden tener interés en la comunicación: por ejemplo desde las disciplinas sociales la psicología general se ocupa de estudiar el comportamiento individual, por tanto también se adentra en el comunicativo: la psicología social le interesan los procesos de comunicación en los grupos; la sociología que ha abordado los procesos de comunicación masiva y comunicación en las organizaciones; a la ciencia política le interesan tanto la relación de los medios con los actores políticos como - ya con la influencia de las nuevas tecnologías- la manera como las nuevas tecnologías están modificando el comportamiento de los actores políticos.

Desde las ciencias del lenguaje, tenemos la lingüística que se interesa en los aspectos sintácticos y fonéticos del lenguaje; la psico-lingüística que estudia los procesos de codificación / descodificación en cuanto que relaciona mensajes con comunicantes. También se ocupa de los procesos mentales que subyacen a la adquisición del lenguaje; se ocupa por el estudio de los significados atribuibles a los signos lingüísticos; los estudios del discurso (que es el estudio de las prácticas discursivas sociales) le interesan los códigos que intervienen en la comunicación, la manera como los actores aparecen en el lenguaje, los mecanismos de manipulación; a la retórica le interesa lo que ayuda a que la comunicación sea persuasiva y eficaz; la semiótica, estudia el funcionamiento de los signos y los procesos de significación en general.

Desde las disciplinas tecnológicas, tenemos a la cibernética, que se ha ocupado de los procesos de retroalimentación que se producen en los sistemas de comunicación (entendidos sobre todo como procesos entre máquinas); la ingeniería de telecomunicaciones ha estudiado el problema de la transmisión de señales y la construcción de redes; la informática se ha ocupado del procesamiento digital de las señales.

Desde la filosofía y la filosofía de la ciencia, la epistemología que reflexiona sobre las bases en las que se fundamente el conocimiento de la comunicación, lo cual es importante porque es aquí donde se discute por ejemplo si la comunicación es o no una ciencia. Por ejemplo para el diccionario de filosofía de Ferrater Mora (1979) la pertinencia de la reflexión filosófica en la comunicación se centra en dos objetos: el estudio del lenguaje y la intersubjetividad (que se vincula también con el problema de la otredad).

Desde las disciplinas clínicas o ciencias de la salud, a la psiquiatría se han estudiado las patologías de la comunicación en la interacción; al psicoanálisis y psicoterapia se ha ocupado de la comprensión de los problemas de comunicación del paciente; incluso a la medicina en general le han interesado las relaciones médico-paciente. A nivel de instituciones de salud, a éstas les preocupa cómo transmitir adecuadamente sus mensajes, cómo generar políticas efectivas de comunicación que hagan sus campañas de promoción de salud más eficaces. Dentro de los estudios de comunicación hay toda un área de comunicación y salud, ciertamente muy importante para nuestros países. Finalmente desde las disciplinas artísticas (pintura, teatro, la danza, la música) se han ocupado de la expresión

comunicativa por medio de las formas, el movimiento, el color, el sonido y desde sus características creativas y estéticas.

Cada una de estas ciencias o disciplinas va diciendo aspectos diversos de la comunicación. Para Klinenberg (1992) la capacidad de socialización es la característica esencial de la naturaleza humana, cómo el ser humano se hace tal en una determinada comunidad y qué papel tiene ahí la comunicación, la utilización de expresiones con valor comunicativo. Ha habido teoría y enfoques para describir si es posible encontrar constantes y por tanto las bases de una “esencia” de esta conducta humana, así las explicaciones pueden apelar a los instintos, a las motivaciones o los motivos. Todos los intentos han sido cuestionados; por ejemplo Lewin sostiene que la conducta debe entenderse como consecuencia no tanto de la naturaleza del individuo como de sus relaciones con el medio físico y social. No parece desde esta perspectiva que haya conductas inherentes al ser humano como tal. Los estudios sobre etiología humana también han querido decir aspectos importantes como lo mencionado por Eibl-Eibesfeldt quien, tras realizar estudios con niños ciegos, sordos, lactantes y trabajos multiculturales, ha sostenido que el comportamiento humano en esferas concretas se encuentra preprogramado filogenéticamente. Otros como Darwin han apelado a la sobrevivencia como criterio definitorio, Wilson piensa que es el gen y no el organismo; los genes son por definición “egoístas” porque procuran principalmente la supervivencia y procreación.

Piñuel y Lozano (2006: 171) hacen una agrupación muy sugerente donde aparece con claridad la vastedad “inter” o “multi” disciplinaria de la comunicación: en el esquema que sirve para organizar su libro parte de la experiencia que tiene como base la conciencia de nuestras interacciones, los aprendizajes que vamos obteniendo de ellos y el capital cognitivo de los saberes; de ahí se transita al análisis del capital biológico, el comportamiento e interacción que van aprendiendo los seres vivos, las capacidad para intercambiar información; luego los fenómenos del lenguaje y la escritura, el análisis del pensamiento (y lo que supone el estudio del sujeto, la verdad, los discursos y las sociedades). Es pertinente para las teorías el tema de la evolución de las tecnologías y sistemas expresivos y tecnológicos (en el sentido más amplio). Finalmente estos autores consideran que en las teorías de comunicación se debe reflexionar sobre los principios de orden (que Galindo llama estructuración), los principios cibernéticos de organización; se trata de cómo la sociedad se

conoce a sí misma. En suma, que este debate puede encuadrarse en las dimensiones de la naturaleza o la cultural, los factores biológicos y sociales, los dilemas de lo innato y lo aprendido, entre herencia y medio ambiente. Parece que el dilema puede saldarse con una postura ecléctica que indaga por las formas dialoga más complejas entre estos polos.

El estudio de la diversidad disciplinaria de la comunicación nos lleva a una serie de debates mucho más amplios que los propios medios (como se puede ver por lo que comentamos), incluye desde las formas naturales para transmitir señales con valor informacional, hasta las instituciones sociales que hoy día se encargan de vehicular discursos y con ello normas generales para la interpretación valores, normas y creencias.

Es común que su disciplinarización académica se nombre como “ciencias de la comunicación”. El plural designa lo que de diverso estas disciplinas dicen a propósito de la comunicación (sobre todo, y hay que aclararlo, en su dimensión social). En ese sentido el debate sobre si es una ciencia nos parece pertinente, más allá de su respuesta, porque permite conocer mejor cuál es el estatuto de la comunicación, qué podemos decir de ella, qué relaciones guardan con las humanidades, las ciencias sociales, las ciencias fácticas y las ciencias naturales. Al mismo tiempo, permitirá a todo aquél que desee profesionalizar las prácticas en la producción del conocimiento, tener más herramientas, obtener claridad en los procesos y contar con instrumentos para evaluar su trabajo y resultado.

### **2.5 Sentidos del debate sobre si la comunicación es una ciencia**

La pregunta sobre la cientificidad de la ciencia es con frecuencia molesta a algunos sectores y grupos, parece pretenciosa y remite a un debate del cual se supone, quienes afirman la pregunta pertenecen a un grupo que excluye a quienes responden negativamente. De principio nos parece importante aclarar que más allá de su respuesta, lo importante es el debate, la reflexión epistemológica que genera una conciencia científica (siempre abierta y con tendencia hacia una mirada compleja) del saber. Es algo que nos parece fundamental en las escuelas de comunicación, donde no suele existir esa conciencia científica o la consideración formal en el estudio de objetos y procedimientos. Se impone una excesiva mirada práctica y técnica, que no necesariamente ayuda a la formación de la persona.

El sentido de la formulación parte del hecho a que nuestra experiencia nos ha demostrado que con mucha facilidad, académicos e investigadores (que reconocen su pertenencia laboral, institucional y académica al campo comunicativo) cedan a una respuesta rápida, ya que por lo general, para ciertas prácticas académicas, no es necesario responder con rigor, o bien porque se considera una pregunta muy extensa. Esta dificultad se presenta en algún sentido dentro de las ciencias sociales por lo que Boaventura de Sousa Santos (2000) llama una “razón doliente” o “razón perezosa”, la cual cede ante la complejidad del mundo y una comprensión razonablemente consistente del mismo; es un tipo de “razón” una extensión de cierta razón que se auto-percibe como imponente y derrotada de antemano para dar algunas certidumbres sobre el mundo que nos rodea.

La respuesta por la posible científicidad de la comunicación no puede obviar lo que para otros ámbitos se ha dicho sobre el diálogo entre los distintos saberes y disciplinas, tampoco se puede omitir lo que la filosofía de la ciencia dice, así como los paradigmas emergentes para referir el diálogo entre los saberes científicos. Si nos atrevemos a formular la pregunta en este libro introductoria para el estudio de la comunicación y los medios masivos, es porque creemos tras sus respuestas se esconden algunos visos apasionantes para el debate intelectual sobre la realidad social y el papel que cumple la comunicación, ya no como medio, sino objeto-método en la percepción, explicación y comprensión de esa realidad. Además creemos en el sentido formativo que tiene la pregunta para recuperar el conocimiento científico (no con mayúsculas) sino su capacidad para hacernos personas más críticas y analíticas, sin dejar de tomar en cuenta lo que creemos puede ayudar a escuelas de comunicación en todo lo relacionado a su definición y organización conceptual, a la articulación entre sus estudios de pregrado y postgrado, a las definiciones de las distintas líneas investigativas. La pregunta porta un sentido que consideramos didáctico y formativo además de impulsar una argumentación en el profesional sobre el sentido de sus prácticas. El debate sobre la “cientificidad” más que una apología de la modernidad y la razón, es justamente la reflexión sobre las limitaciones de esa razón moderna y sus abusos, es una reconsideración del propio objeto (que de entrada pensamos no puede vincularse únicamente a los medios masivos). Nos preguntamos, ¿no será la comunicación el vértice que anuncia el cambio y la necesaria traslación de las ciencias sociales? ¿No implicará una nueva forma para ver la relación entre los distintos saberes sociales y humanísticos?

Cuando en otros contextos hemos propuesto la pregunta, la mirada es de recelo y desconfianza, porque justamente las ciencias sociales (historia, economía, política, sociología, derecho, antropología) siguen otro camino y no parece que esta pregunta sea “políticamente correcta” en un mundo científico y académico más interconectado, donde justamente lo “tardo” o “post” moderno como clima de pensamiento priva y establece que no es posible asegurar (casi) nada y que la pregunta científica lleva al de la centralidad y la estructura criticada por las teorías deconstructivas y pos-estructuralistas. Nos preguntamos por el contrario, ¿no se esconderá tras la reflexión de la comunicación nuevos retos a la reflexión inter-disciplinaria de las ciencias sociales? Con frecuencia la comunicación es vista como una hermana menor de las ciencias sociales, de hecho si se le acepta como saber disciplinario, es la más joven en su institucionalización. Wallerstein (coord.) (1996: 52) alude a los estudios de comunicación en una ocasión para nombrarlo como un área interdisciplinaria al igual que las ciencias del comportamiento, ciencias administrativas, es decir funcionan con membretes para agrupar una serie de saberes y preocupaciones que no son plenamente atendidos por alguno de los conocimientos disciplinarios convencionales. Es un hecho que para los científicos la comunicación es un tema, un objeto genérico, una actividad; es algo práctico que se asocia a las técnicas, sus usos y lenguajes, sus impactos y configuraciones y que en tal caso “lo único científico” serían los conocimientos específicos que ayudan a explicar fenómenos vinculados a estas prácticas.

Nuestro ánimo con el debate de la científicidad no es llegar a una conclusión, que de hecho no existe. Vemos más precisamente tendencias que van de la pregunta a su respuesta como imposibilidad tácita; o bien, el recorrido contrario: de la indagación a su posibilidad. Pero aun quienes consideran este segundo camino no se atreven a hacer una afirmación categórica.

El primer apunte, antes de pasar a lo que consideramos el triple rango de respuesta es definir a la ciencia en términos que superen el paradigma decimonónico; el cual hoy día se le critica con desmesura a la primera provocación. Si bien, no podemos seguir concibiendo al mundo como el positivismo del siglo XIX, hay que reconocer que sin positivismo, no tendríamos muchas cosas de las que hoy gozamos, entre ellas, las mismas tecnologías de comunicación. Pero no podemos quedarnos ahí: en los cuarenta con la revolución cibernética, veinte años después la “segunda cibernética”, y el llamado “pensamiento complejo”, tenemos delante de nosotros retos para pensar la ciencia no como un saber

compartimentado y rígido; hay un desarrollo sugerente en las mismas ciencias sociales: sistémica, socio-cibernética, constructivismo; un avance poderoso de las ciencias del cerebro que solo éstas tendrían que interpelar nuestra idea de ciencia, conocimiento y realidad (como de hecho se viene haciendo). Si en el siglo antepasado, el desarrollo científico procedió por fragmentación (había que extender el conocimiento de los saberes específicos), hoy estos campos específicos son más reducidos y la médula del saber se encuentra justamente en los espacios compartidos e intersecciones. Nos gusta la imagen que propone el filósofo Mauricio Beuchot (1997, 1997b) para ver el diálogo de las ciencias como analógico, proceder por comparación lo que evita la tentación a radicalizar cualquier saber. Estos principios son centrales en cualquier pregunta sobre la cientificidad (real o posible).

### **2.5.1 De las respuestas parciales a su imposibilidad tácita**

En términos generales hay autores que han optado por ver a la comunicación como una hija subordinada de la sociología, la psicología y la ciencia política. Para estos autores la comunicación debe tomar los métodos de estas disciplinas. No es una disciplina en sí misma, sino que se encuentra subordinada a la forma de ver, pensar como lo hace la sociología o cualquier otra disciplina. En realidad esta es la opinión dominante y en ella hay actitudes más o menos consistentes, desde quienes simplemente evitan el debate hasta los que tratan de responder de manera más rigurosa. De hecho estas respuestas responden a una gradiente de opciones y alternativas, muchas de las cuales no responden categóricamente que la comunicación no es ciencia, sino que dejan ver algo del carácter en el estudio de la comunicación.

Un ejemplo es la idea de Ángel Benito (1996: 13-24), que considera a la teoría general de la información como una ciencia matriz. El carácter de esta teoría es ser una especie de ciencia matriz que se sitúa como precedente académico necesario para el desglose pormenorizado de las disciplinas particulares destinadas al estudio e investigación de cada uno e los diez elementos del proceso comunicativo que identifica —parafraseando a Lasswell— este autor español: 1) quién, 2) qué, 3) canal, 4) cómo, 5) a quién, 6) qué consecuencias, 7) por qué, 8) bajo qué condiciones y responsabilidades, 9) qué medios auxiliares, 10) qué circunstancias sociales. De acuerdo a esta idea la comunicación sería en sí mismo un conjunto de

disciplinas cuyos saberes corresponden a dar cuenta sobre cada uno de estos aspectos: actores, mensajes, canales, contextos, etc.<sup>5</sup>.

Esta imagen justificaría el saber necesario para poder responder consistentemente a los problemas que implican las cuestiones de los actores, mensajes, canales, contextos, etc. Esta dispersión hace que la comunicación pueda incumplir uno de los principios para la definición de un espacio conceptual como científico: su delimitación objetual. Sin objeto específico, de acuerdo a los paradigmas convencionales, no hay ciencia. Las confusiones

se han hecho extensas al campo de estudio, a las universidades, a los centros de investigación, los cuales en ocasiones tienen problema para dar definiciones consistentes, y solamente se dejan llevar por una corriente que apunta hacia la dispersión y poca definición, la cual se autojustifica en la complejidad de las prácticas comunicativas. De hecho, algunos de los autores que propugnan por una ciencia como saber integrado, critican a éstos su poco esfuerzo conceptual para intentar respuestas más unificadas y consistentes.

Una de las preguntas centrales es si la comunicación debe considerar solo a la comunicación de masas o bien otras formas de comunicación. Rodrigo Alsina sugiere partir de una visión extensa de la comunicación luego ir particularizando, entre otras razones porque en la propia comunicación colectiva participan una serie de procesos que pertenecen al ámbito de lo interpersonal, familiar, grupal, etc. Esto es relevante porque aun cuando la comunicación colectiva pudiera parecer (en la imagen de los medios masivos) un objeto específico, su cabal comprensión implica ingresar a procesos no necesariamente sociales. De hecho varias definiciones de comunicación (en general) apuntan a ver este fenómeno como la combinación de componentes cuya naturaleza es distinta (aspectos materiales, psicológicos, cognitivos, históricos, sociales...). Rodrigo-Alsina (1995), un divulgador importante e investigador teórico de la comunicación en Cataluña, parte del supuesto que la teoría general de la información forma parte de las ciencias sociales. Si bien la comunicación no se reduce a ella, su institucionalización es un tema social que se ofrece principalmente en facultades de ciencias sociales o vinculadas a ella, de aquí la pertinencia para el estudio de

---

<sup>5</sup> No resulta casual que muchos programas de pregrado o licenciatura el nombre de la formación sea en plural "licenciado en ciencias y técnicas de la información y comunicación".

las teorías de comunicación más en nuestra región, tener alguna información sobre institucionalización y de la creación de eso que ahora se pueda aceptar como campo académico de la comunicación latinoamericano.

El tener la comunicación un objeto tan difuso y permanente, tan esquivo y complejo es muy difícil delimitarlo como condicionante para su carácter científico. La respuesta más sencilla es decir que la comunicación es cuestión de medios y tecnologías; pero aun dentro de los estudios de medios, autores como Enric Saperas (citado por Rodrigo-Alsina 2001: 12) dicen que el objeto real de la comunicación es la mediación y transversalidad. En ese mismo sentido apunta López Veneroni (1997: 40): si llevamos a sus últimas consecuencias el modelo paradigmático de Lasswell, nos revela un fenómeno tan general que la

determinación en una sola disciplina, o bien en todas las disciplinas implicada en él, nos conduciría a un estudio tan vasto, a lo largo y ancho de la cartografía teórica y aplicación práctica, que estaríamos hablando de un verdadero Leviatán científico, de una ciencia de las ciencias, o del estudio de todas las ciencias capaz de abarcar todos los problemas sobre el vértice de un solo fenómeno: la comunicación. Vinculado a lo extenso del objeto sobreviene el problema del método (segunda condición, después del objeto, para que un saber pueda considerarse “científico”). La mayoría de los investigadores reconoce que los métodos y técnicas de la comunicación son los propios de las humanidades y ciencias sociales. En ese sentido López Veneroni señala que no se puede hablar de método y objeto propio de la comunicación, que en tal caso la comunicación parte de lo ya existente y cada disciplina mira lo que es propio de la comunicación. Este autor parte su reflexión de considerar a los medios como ese posible objeto de la comunicación, lo que explica la argumentación que sigue el autor.

Del Rey concluye el debate con una admonición un tanto obvia que es más una actitud que un argumento. El investigador no debe preocuparse tanto si su actividad es científica o no, como hacerla mejor de manera profesional y rigurosa. Lo importante es la seriedad y el esfuerzo con que se trabaja. La cientificidad como tal sería algo baladí o no sustantiva en sí mismo. Ello no significa que no se deba tener; solo que no debe ser el objetivo final de la actividad. El propio trabajo riguroso dará los elementos epistemológicos y metodológicos necesarios para el desarrollo de la disciplina.

Desde la preocupación por describir el estatuto científico de la comunicación han surgido otras propuestas o definiciones como lo que señala Fuentes Navarro, quien opta por describir ese “estatuto” como “postdisciplinario” (Cf. Sánchez Ruiz, 1997: 51-77). En realidad con este membrete Fuentes Navarro apela a los investigadores de la comunicación para abrirse a las tendencias emergentes con orientación más o menos integradora que revierta la tendencia fragmentaria y centrífuga del campo académico y de los estudios de comunicación. De cualquier forma el Fuentes Navarro (1996: 24-25) ensaya una definición.

Por postdisciplinarización entiendo este movimiento a la superación de los límites entre especialidades cerradas y jerarquizadas, y al establecimiento no

de un postmodernismo donde nada tiene sentido, sino de un campo de discursos y prácticas sociales cuya legitimidad académica y social depende más de la profundidad, extensión, pertinencia y solidez de las explicaciones que produzca, que del prestigio institucional acumulado por un gremio encerrado en si mismo.

Fuentes Navarro quiere ir contra la disciplinarización sociológica y abrir la comunicación y estudio a corrientes, tendencias, y a objetos tales como (dicho esto en los noventa): las nuevas tecnologías, el espacio urbano y los procesos de comunicación en los movimientos sociales, la sociedad de la información y los nuevos procesos cognitivos que de ahí se desprenden. El prefijo “post”, más que un componente epistemológico, parece la descripción de un síntoma y una tendencia, un deseo y aspiración. Fuentes Navarro (1997: 215-241) menciona: *la investigación se siente insatisfecha estudiando únicamente los medios, por tanto para revertir su marginación y fragmentación es importante la integración y la incorporación de nuevos saberes.*

Esta nueva actitud “post” parecería la respuesta a las tensiones de la producción académica o hacia el equilibrio entre *teoricismo* y *empirismo*, *ensayismo* y *cientificismo*. Al autor le parece que aportes como la “teoría de la estructuración” de Giddens (1995) o la propuesta de hermenéutica profunda de Thompson (1995, 1998) son marcos apropiados para salir del atolladero disciplinario.

### **2.5.2 De la incertidumbre a la respuesta sobre su posibilidad**

Creemos que son menos los autores que se han dado a una respuesta afirmativa sobre la posible científicidad de la comunicación. De los pocos, se caracterizan por colocar a la comunicación en el centro de una extensa reflexión que va muchísimo más allá de los medios, las tecnologías o las señales. Aquí radica para nosotros la manida diferencia entre “comunicador” y “comunicólogo”. Mientras que el primer término lo entendemos como el profesional de las técnicas de información y comunicación; el segundo, es el científico o investigador para quien la comunicación es un elemento central en la reflexión sobre la sociedad, la cultura y el universo.

En realidad los comunicólogos en la historia intelectual del siglo XX no han sido muchos y lejos está decir que han estudiado comunicación. Son autores de una gran formación, que en sus campos ejercieron un tipo de heterodoxia. Si bien la acepción es sujeta a debate y solo lo presentamos como hipótesis, nos parecen que algunas de estas figuras han sido George H. Mead, Claude Levi-Strauss, Gregory Bateson, Abraham Moles por mencionar algunos. Es curioso, pero estos autores coinciden en la centralidad de la información-comunicación para entender sus objetos: la cultura y la realidad, el pensamiento y el lenguaje, la vida social y la interacción. Sus preguntas de estudio están marcadas por la impronta de este sello que advierte la posibilidad de la comunicación como una manera de entender y entenderse en la realidad.

Más que una afirmación categórica, la obra de estos revela la sospecha que podemos estar ante una posibilidad, bajo ciertas condiciones y circunstancias de la comunicación como objeto y sobre todo, como epistemología para entender lo que sucede. Ejemplificamos algunas perspectivas que nos parece muestran lo que la acepción “ciencia de la comunicación” puede llegar convocar y la manera tan distinta como se aborda el problema de la comunicación:

#### **(a) *La respuesta de Gregory Bateson***

Antes de señalar los aportes de Bateson para la teoría de la comunicación, cabe señalar su formación heterodoxa y disímbola De fuerte tradición inglesa, por influencia del padre siguió

la biología, que luego dejaría para incursionar en la antropología y tomar alguna distancia con la monumental influencia del padre que quiso en el mismo nombre de nuestro autor (en emulación al gran botánico Gregorio Mendel) dejar la huella biológica, que sin abandonar Bateson sabrá poner al servicio de una mirada mucho más integral y compleja.

Al ver en perspectiva la vida del autor, se puede observar la cantidad de saltos, los periodos vitales e incendiarios —como las estancias primero en Nueva Guinea y luego en Oceanía—, alternados con otros más estables de escritura, producción y creación institucional (como el propio periodo previo a la formación del célebre *Mental Research Institute*). Al conocer a Margaret Mead, con quien después se casaría, le confirman su vocación antropológica que

correspondería a la autora con una soltura teórica y metodológica de la que ésta prescindía en parte.

El primer libro que vale la pena mencionar de Bateson es *Nave*, donde deja ver los primeros atisbos de una teoría de la cultura que rebasa de lejos el marco en el que por entonces se le estudiaba. El concepto “*cismogénesis*” ilustra claramente su aporte o el de las tensiones entre un cisma en el seno del sistema social. De acuerdo a esta noción, la cultura se establece por los juegos de dádivas o tomas, en un sistema que se autorregula antes de su disolución. Nada que ver con la tendencia etnográfica y descriptiva de la época. Bateson apunta a resolver el “sistema oculto”, pero no desde el mentalismo o el psicologismo, sino desde lo que podemos llamar —sin que el autor lo haya usado siquiera— “comunicológico”, o dicho en otros términos, interaccionista y sistémico. En la superficie de este pensamiento se anudan de una manera singular a la psicología social con la antropología, se entreven los vínculos con la psiquiatría. Bateson establece la idea de cultura a partir de los procesos de equilibrio y desequilibrio, de los fenómenos circulares, de las posibilidades de crisis y estallidos que prefigura (a finales de los treinta) las formas de la cibernética.

Ya casado con Mead, ambos van a producir una segunda versión de *Naven*, donde ponen en práctica nuevas técnicas para la recolección y análisis de datos; llegan así a tomar más de 25 mil fotografías y siete mil metros de película. Esta segunda versión de *Naven* va aparecer en 1942 con el título *Balinese Character: A Photographic Analysis*. El libro presenta

una visión original teórica sorbe la cultura y los procesos de socialización. Se enuncia de manera previa una de las nociones que después serán fundamentales en la obra de Bateson, la noción de “doble vínculo” (*double bind*) y el origen de la esquizofrenia infantil en una red de relaciones contradictorias entre madre e hijo.

Ya en EE.UU. hizo trabajos cercanos a los estudios de comunicación como el realizado para analizar la propaganda nazi a través del cine. En los cuarenta, participó en el foro de la *Macy Conference*, que sería una verdadera revelación para él, al grado que podemos dividir en un antes y después. En los cincuenta lo encontramos en una clínica de San Francisco como investigador asociado en psiquiatría y comunicación, con especial atención a las relaciones entre la esquizofrenia y la comunicación; va aparecer a principio de los cincuenta *Communication: The Social Matrix of Psychiatry* (1951) (escrito junto Jürgen Ruesch). A finales de esta década trabaja junto con Don Jackson en la formación del *Mental Research Institute* del cual emanará la célebre “Escuela de Palo Alto” (cuyo germen será aparte de estos autores Haley, Eakland y Fry) y lo que suponemos es una verdadera refundación de la teoría de la comunicación a partir del estudio de las paradojas de abstracción en la comunicación y una revisión sobre las teorías clásicas para definir la esquizofrenia.

Incómodo entre los corsés rígidos de las disciplinas exclusivistas y excluyentes, Bateson predicó una epistemología evolutiva y transdisciplinar. Como dejamos entrever en el apartado anterior pudo articular al investigación de sociólogos, lingüistas, psicólogos, psiquiatras, biólogos en torno a un punto de encuentro transdisciplinar que es justamente la comunicación, al grado que podemos decir es el aspecto central y articulador de todo su pensamiento, es el vaso conductor entre todas las preocupaciones e intereses que tuvo. Esta idea se ve desde sus primeros trabajos al centrarse en el estudio de los modos en que una cultura evoluciona y se perpetúa a sí misma, incluyen los mecanismos mediante los cuales los individuos se incorporan a ella; en estos mecanismos juegan un papel importante la interacción y el aprendizaje.

Para poder conocer un poco mejor las implicaciones del concepto de comunicación en Bateson creemos conveniente hacer breves paréntesis con espacios conceptuales que son muy cercanos a la idea del autor. Con ello, el lector podrá relacionar con más efectividad lo

que para Bateson supone e implica el análisis comunicológico de la realidad, el conocimiento y los seres vivos.

El concepto de comunicación en Bateson abreva de la idea de cibernética que hemos explicado arriba. Otra línea es la veta etológica por su cuenta introduce la comunicación en las ciencias de la evolución. Amplia el análisis del comportamiento animal no solamente a las conductas de naturaleza ejecutiva, sino también a la interacción mediante conductas expresivas. Así el análisis de las interacciones comunicativas se ubica en el contexto de la evolución. Este estudio evolutivo de las funciones de la comunicación obliga a plantearse por qué razón la comunicación persiste.

Bateson va usar las observaciones e intuiciones cibernéticas en el análisis de la comunicación lo mismo animal que cultural. La indicación etológica es pertinente para la idea de comunicación en Bateson; no olvidemos que el autor fue hijo de un biólogo; él mismo inicio su formación en esta área y a lo largo de su vida no abandonó del todo su tendencia por observar el comportamiento de los seres vivos y añadir el fruto de sus observaciones al de la comprensión de las culturas. Su concepto de *metacomunicación*, que tanto va celebrar la Escuela de Palo Alto, de la que él es el principal padre intelectual, tiene una impronta etológica, al observar la manera como interactúan las nutrias en el zoológico de San Francisco; al estudiarlas Bateson quiere ver si estos animales pueden establecer la distinción entre un comportamiento lúdico y uno de combate. Llegará a la idea de cómo los animales pueden comunicar sobre sus comunicaciones, es decir, se metacomunican. El ejemplo claro de este concepto es cuando se observa dos animales que hacen como si pelearan, cuando en realidad juegan. El sentido de los signos es el de decir “estos es un juego” mediante la apariencia de la lucha.

Para Bateson —en clara clave cibernética—, la comunicación sirve para intervenir la realidad. La mente, el espíritu, el pensamiento, la comunicación constituyen la dimensión externa del cuerpo, que forma parte de la realidad de cada individuo, del ser humano. El cuerpo traspasa el perímetro biológico a través de las extensiones de la mente, de su alcance comunicativo, y se convierte en instrumentos de cohesión psicológica y social, de

interacción, identidad y pertenencia a un contexto dado. Bateson confrontó la base pasional e intuitiva del ser humano con el orden y el conflicto, la estabilidad y el cambio (de aquí que el abordaje cibernético fuera tan pertinente). La comunicación aparece aquí como un proceso determinante de la evolución.

En el libro escrito junto con Ruesch (*Cf. Bateson y Ruesch, 1984*), propone por primera vez una teoría general de la comunicación, texto que va ser decisivo en el libro señero de la “Escuela de Palo Alto” (*Cf. Watzlawick, Beavin y Jackson, 1981*) donde encontramos la primera expresión (no la única) de aplicar el análisis sistémico-cibernético al estudio de las interacciones humanas. La gran tesis de este texto es la noticia de que no es posible no comunicar, y que todo lo que había estudiado las ciencias socio-culturales y de la personalidad son fenómenos de comunicación.

La comunicación se ve como la nueva trama y urdimbre con la cual se puede asociar todo tipo de asunto; por otra parte es el lugar donde se pueden tejer los elementos del mundo que antes se veían en forma aislada o separada, es una matriz interdisciplinaria. La psicología, antropología, filosofía aparecen descritas de manera interrelacionadas bajo una perspectiva comunicacional. El primer artículo del libro abre como un programa de investigación; el último, cierra con una proposición sintética sobre la comunicación como el lugar para comprender las relaciones entre el individuo, el grupo y lo macro, la cultura. La psiquiatría se propone como el enfoque que retoma esta visión integradora para su aplicación social, una especie de operación práctica, de ingeniería sobre el mundo social guiada por la epistemología y la teoría de la comunicación.

El interaccionismo de Bateson se emparenta con la teoría sistémica y la cibernética, en especial con los sistemas autocorrectivos estudiados por la segunda, cuyo funcionamiento coincidía en gran medida con la noción de *cismogénesis*. Recordemos que los objetivos de análisis que eligen los investigadores no son individuos sino sistemas o totalidades construidas a partir de la interrelación de elementos, por ello la noción cibernética de *feedback* tiene una importancia decisiva porque justamente le permite conceptualizar la dinámica comunicativa entre la tensión y el equilibrio de los intercambios. Hay que subrayar que en Bateson la dinámica humana siempre es relacional: más que persona, habla de

personas. Lo que llamamos “persona” (o actor de comunicación) es en realidad un momento de un orden teórico dado.

Para Lucerga (2003) la perspectiva de interacción en Bateson, traducido al campo de la comunicación implica que el objeto de interés no es en primera instancia el sujeto enunciador sino la constitución de patrones interactivos o lo que Bateson llama "contextos cualitativos de conducta". En la constitución de dichos contextos, el tipo de relación que se establece es tanto el criterio definidor como el procedimiento organizador. Y finalmente la retroacción del contexto sobre los interlocutores tiene importantes consecuencias pragmáticas pues no sólo determina la conducta de éstos sino que marca igualmente su desarrollo como sujetos comunicativos. Llevadas estas premisas a un ámbito que nos ha interesado (como el análisis del discurso), se obtienen objetivos específicos de estudio como son la “competencia interpersonal” (que supera la visión competencia argumentativa de corte lingüístico en la

pragmática universal de Habermas o de “habilidad social” en la sociolingüística de Hymes), la descripción de patrones y situaciones comunicativas (que ha sido atendido en parte por las microsociologías de Goffman y Garfinkel) y el diálogo como construcción de situación (la interacción o interlocución como criterio configurar que supere la visión de pares de enunciado en el estudio de la interacción verbal).

**(b) *La respuesta parcial de Martín Serrano***

Martín Serrano (1989) ha hecho una indagación muy sostenida (en el marco de facultades de comunicación) en el que se pregunta de una manera original sobre el posible un reencuentro de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales, Abstractas, Exactas, Formales, Físicas y Biológicas a través de la comunicación. Parte de su indagación ha sido identificar las formas en que la información y la comunicación habitan el pensamiento lo mismo de Levi Strauss que de Moles, de Wiener que de Peirce, de Freud que de Marx (Cf. Karam 2005).

Los intentos integrados por un encuentro de las ciencias no son nada nuevos. Antes se localizaban en diversos derroteros como por ejemplo en la idea positivista de Comte quien veía en él un método igualmente aplicable de todas las ciencias, el mismo de la física natural para la física social. La finalidad de este método era llenar la laguna de la “física social”,

todavía no “positiva” (es decir aún especulativa), respecto de las otras ciencias. Ya después la filosofía positiva tendría dos funciones concretas: llenar de científicidad la física social y sistematizar el conjunto de todas las ciencias bajo una metodología física.

Un segundo intento lo tenemos desde la dialéctica, primero Hegel, luego Marx y ya en Engels se encuentra una propuesta muy explícita, la cual sugiere una correspondencia entre el principio de producción y reproducción, de la naturaleza y la sociedad y en general también de la producción y reproducción del conocimiento. La dialéctica permitiría relacionar la producción con reproducción: la superación de la contradicción entre la naturaleza y las especies con una nueva adaptación natural, la adaptación biológica, o en el campo de las ciencias sociales con las transformaciones históricas; serían los primeros procesos naturales y los segundos procesos sociales que resultarían inteligibles como procesos dialécticos (Martín-Serrano, 1978: 66 y ss.)

Desde principios del s. XX se abandonó el intento positivista de unificar el saber natural y social con un mismo método supuestamente objetivo. Ha habido por otra parte una canalización de método hegeliano al igualar la dialéctica de la naturaleza y la dialéctica de la cultura, sobre todo proveniente de un marxismo vulgar. Una de las derivaciones (erróneas) hacia las ciencias sociales fueron el biologismo que equipara los conceptos de causa = estímulo, y efecto = respuesta; y el organicismo, que hace idénticos los conceptos de interacción funcional entre los organismos biológicos y organización social.

Durante el periodo que va de la caída del positivismo a la aparición de la cibernética los científicos estaban convencidos que no era posible encontrar un conocimiento “universal”, es decir, igualmente aplicable en la explicación del mundo físico, biológico, social o cultural. Fragmentación del saber que dejó de preocupar en los años que triunfó el empirismo en las ciencias sociales y el experimentalismo en ciencias físicas y naturales. El positivismo legó un ambiente proclive al desarrollo parcelado de las ciencias y con poco interés por establecer puentes entre el mundo físico y mental. Pero en la historia de las ideas, según Martín Serrano, los particularismos duran poco y tras un Empédocles viene un Aristóteles.

¿Qué se quiere señalar cuando se dice que la comunicación posee el carácter de un saber sobre algo general que concierne a otras ciencias? Hay dos respuesta posibles: (a) que la

comunicación es un saber integrador, es decir, que se entendería como un macro-sistema para la organización del saber; o bien (b) que la comunicación sería un saber de los aspectos generales; es decir, de que aquello que aparece en cualquier fenómeno sea natural o social. La primera de estas concepciones equivale interpretar la comunicación como un *paradigma*, un modelo que serviría para entender qué es y cómo funciona la realidad. Esta suposición implica que se tendría que demostrar que los conocimientos comunicativos efectivamente gozan de esa condición paradigmática que les permitiría erigirse en un modelo: representación válida para explicar el funcionamiento de la naturaleza y a la vez del mundo social.

Martín Serrano se pregunta si la comunicación es una “*episteme*” (en el sentido de Foucault) o un paradigma. Puede ocurrir que la comunicación no sea ese modelo general para la construcción del saber científico, porque en realidad no es un paradigma. Un saber

paradigmático no puede estar contenido en otros saberes, porque entonces sería un saber particular. En tal caso la comunicación podría ser una *episteme*. No todos los estudios son paradigma, pueden ser *epistemes* en el sentido de Foucault, aprioris históricos, condiciones previas del conocimiento que dura un periodo limitado de la historia y ceden su lugar a otros sistemas. La diferencia con el paradigma es que la *episteme* tiene un valor circunstancial que un nuevo conocimiento lo desmembra, por ejemplo el caso de los sistemas de pensamiento dominantes por mucho tiempo (la escolástica). El autor de *Historia de la sexualidad* estudió el concepto de locura y enfermedad, le interesaba saber por qué en un determinado momento de la historia se inventa el loco y qué loco se inventa y a qué responde.

La segunda de las respuestas consiste en ver a la comunicación como un saber que se ocupa de algo general: la información. Objeto específico de la información que aparece en el mundo físico, biológico, cultural y social. Este carácter ubicuo parece ser un criterio seguro para asegurarle a la comunicación el estatuto de lugar de encuentro en las ciencias; sin embargo hay cosas presentes en todos los ámbitos (el tiempo, el espacio) que carecen de función articuladora.

El estatuto de la comunicación parece ser el de un saber que concierne a la física, pero no se deriva de ella ni de sus métodos; que le compete a la biología sin proceder de ella o de sus métodos; que puede tener nexos estrechos con la lingüística, la historia, la lógica, sin ser necesariamente una derivación de ellas ni depender de sus respectivos métodos. El analista y el epistemólogo de la comunicación no debe intentar alinearse a favor o en contra de la concesión de este estatuto; interesa examinar las razones por las cuales, precisamente en nuestra época, se quiere ver en la comunicación el saber integrador de las ciencias naturales y culturales, de las ciencias sociales y ciencias cognitivas. Al preguntarse sobre el cómo y para qué se genera un saber comunicativo, será la ocasión de comprender los rasgos que posee la producción de conocimiento en nuestra sociedad y en nuestro tiempo.

A la comunicación se puede aplicar eso que dice Díaz Nicolás (citado por Martín Serrano, 1989: 8) que *una cosa es saber cosas sobre algo y otra que hay ciencia sobre algo*. No se puede confundir el 'conocimiento' con el 'saber': la comunicación tiene ese problema porque

todos somos expertos en comunicación, consecuentemente creemos que sabemos. El conocimiento de la verdad por si solo no es suficiente para construir una ciencia como cualquier conjunto de verdades no hace una ciencia. Si la información que tenemos no sirve para describir y predecir, no nos ofrece un grado distinto de certidumbre, no podemos hablar de conocimiento; eso pide como actitud epistemológica la prudencia y como reto, el rigor para aclarar y discernir los estatutos y modos de configuración de la comunicación. El problema de la comunicación es vernos seducida por ella, generalizarlo todo al pensar que su omnipresencia nos puede dar cuenta de todos los problemas.

Es común decir que los estudios de comunicación han estado presentes de muy diversas formas desde hace mucho tiempo: el *Gorgia* de Platón, trataba de la moralidad de la propaganda; Aristóteles en *La Retórica*; John Stuart Mills trata la estructura de las comunicaciones persuasivas y su vinculación con la lógica; *¿Qué hacer?* de Lenin, propaganda política revolucionaria, entre otros. Marx en la *Ideología alemana*, Sorel en reflexiones sobre la violencia, Pareto en *El Espíritu de la sociedad*, describe la diferencia de las funciones de información en cuanto a la verdad y la utilidad. Todos estos libros se refieren al tema de la comunicación y sólo algunos se refieren al fenómeno de la comunicación de masas. Toda sociedad tiene algún sistema de comunicación, pues es el

hombre es un animal comunicativo, pero sólo a partir del s. XX hemos asistido a la aparición de un fenómeno extraordinario: las sociedades organizadas en torno a sistemas de medios de comunicación.

Martín Serrano gusta explorar teóricamente con el método de la fenomenología: hacerse preguntas aparentemente obvias: ¿Existen las ciencias de comunicación como saberes específicos, diferenciados epistemológicamente de los saberes que aportan las otras ciencias?, ¿existe justificación teórica y necesidad práctica para que los estudios de la comunicación sean un saber independiente? Si esto fuera así, ¿donde se ubican las ciencias de la comunicación, entre las lógicas, entre las ciencias naturales, culturales, sociales o están fuera? Para Martín Serrano hoy se tienen respuestas parciales a estas preguntas, sin embargo nos parece inferir en el autor la posibilidad de ese encuentro, el cual ha dado sentido a una parte de su trabajo académico.

El origen contemporáneo de esta epistemología de la comunicación y su posibilidad científica hay que buscarlo en la segunda posguerra cuando surgen o se desarrollan varias ciencias nuevas como la Etología o la Cibernética; existe también una notoria reformulación de muchos saberes como la semiótica, el psicoanálisis, la sociología del conocimiento, etc. Esas nuevas ciencias y los giros teóricos incorporan la información como categoría para sus respectivos paradigmas. En todos los casos esos giros teóricos incorporan a la comunicación como un componente de los nuevos paradigmas. ¿Por qué el estudio de la comunicación estaba vinculado con la orientación epistemológica que revolucionó las ciencias en la posguerra? Para responder esta pregunta era necesario tomar la manera cómo el concepto de comunicación existía en las ciencias que habían incorporado este objeto de estudio pero sobre todo obligaba a captar cuáles eran los problemas comunes que podía llevar ciencias tan diversas como la lingüística, la sociología de la cultura o la psiquiatría a tomar en cuenta los fenómenos comunicativos para explicar manifestaciones tan distintas como el lenguaje, el arte o la locura.

Para el autor español que venimos siguiendo, la incorporación de la comunicación a los paradigmas científicos forma parte de un derrumbe teórico que se produce mucho tiempo atrás; en el siglo XIX con el desgaste de la concepción positivista. El siglo XIX es el de la

dicotomías y taxonomías en las que distinciones entre materia y energía, material e inmaterial, natural y artificial, orgánico y social, biológico y cultural, racional e irracional, necesario y aleatorio, fe y razón, causa y efecto, se plantean de manera más elástica. Se va sedimentando un nuevo suelo epistemológico en el que brotarán los objetos comunicativos.

En el s. XX se proponen criterios sobre la naturaleza y el uso de la comunicación desde una pluralidad de campos del conocimiento. Participan muchas ciencias, lógico-epistemológicas, varias físicas y biológicas, todas las fisiológicas, sociológicas y culturales. En apariencia la comunicación puede parecer el oso troceado entre lingüistas, cibernéticos, psicoanalistas, cada uno tratando de demostrar la pertinencia de la comunicación. Martín Serrano ubica el último lustro de los sesenta como nodal en la búsqueda que varios estudiosos de formación científica variada realizaron sobre la naturaleza del objeto comunicativo. Cabe aclarar un pseudo-problema: La comunicación aparece en diversas ciencias porque el desarrollo de conocimiento hace necesaria una reflexión sobre la información en casi todos los ámbitos; es

como una savia que hace florecer muchas ramas en el árbol de la ciencia, pero no es un vástago que haya nacido de tal o cual ciencia, por tanto la respuesta tiene que ser parcial y no se puede hacer afirmaciones categóricas.

**(c)** *La respuesta posible de Jesús Galindo*

El investigador mexicano viene impulsando un proyecto que nombra “Hacia una comunicología posible”. Galindo viene de haber realizado estudios crítico-culturales sobre la comunicación en los ochenta. Autor relevante en su país, ha transitado desde hace unos años a una reflexión más formal de la comunicación. Galindo cree que la comunicación se ha pensado principalmente desde el positivismo, la dialéctica y la hermenéutica. Si la noción “ciencia de la comunicación” existe, esta es posible desde el paradigma sistémico-constructivista. Galindo ha tomado la acepción “comunicología”, término que por cierto existe solamente en castellano y producto de una especie de batalla institucional dada por el bibliófilo y publicista hispano-mexicano Eulalio Ferrer quien animó gestiones para que el diccionario de la Real Academia de la Lengua incluyera este término desde la edición de 1992. Ferrer define a la comunicología como la “ciencia interdisciplinaria que estudia la comunicación en sus diferentes medios, técnicas y sistemas”. Desde aquí el autor trata de

dar una definición sistémica y la define como “el estudio de la organización y composición de la complejidad social en particular y de la complejidad cosmológica en general, desde la perspectiva constructiva analítica de los sistemas de información y comunicación que los configuran” (Cf. Galindo, 2005)

El autor realiza una revisión integral a los estudios de comunicación, a sus obras claves, las genealogías de los autores clásicos y sus diseminaciones. Para Galindo si visualizamos al mundo textual conceptual sobre la comunicación como una gran masa de estudios e investigaciones a través de setenta años en muchas naciones y lenguas, lo que aparecen son cúmulos, concentraciones de conceptos en ciertos lugares en ciertos momentos. Galindo imagina a la comunicología como esa integración de disciplinas y saberes, que en el centro tienen a los medios (lo que se ha dicho y pensado sobre ellos) y a su fundación en EE.UU. entre 1930-1950, pero aparecen otros anillos: el resurgimiento de la comunicación como

centro en la Escuela de Palo Alto (sesenta), las terapias, la comunicación cara-cara, etc. El encuentro, una década después con los estudios culturales.

En los anillos (dentro de esta galaxia comunicológica), vienen la economía política, de la sociología, de la filosofía, de las ciencias cognitivas, de la cibernética, del arte, de las ciencias políticas, de la semiótica, la lingüística, de las humanidades. Y aún hay más. También aparecen componentes conceptuales que provienen de las matemáticas, de la física, de la biología, de la ecología, de la memética, de las ingenierías. Para Galindo, la comunicología o de la ciencia de la comunicación como posibilidad tiene como reto adentrarse en este holograma, ver su organización, sus intercomunicaciones. Hacer explícitos los recorridos las formas de impacto o rechazo entre saberes y nociones.

Galindo es los autores (al menos en México) que más ha insistido que la comunicación no es cuestión de medios. Habla que la comunicología tiene cuatro más que objetos (difusión, interacción, expresión y estructuración que hemos definido en el capítulo anterior), configuraciones, es decir “moldes”, sistemas de información. Una imagen un tanto rupestre de lo que esta acepción supone es la manera como la información que código genético en una cierta traducción. En la comunicación se construye una visión general y total de la vida

social desde una perspectiva comunicológica. Este vértice emergente es una forma de ciencia social-cultura-histórica que evolucionaría dentro de los principios constructivos de complejidad.

Con las respuestas tentativas dadas, el lector tendrá una imagen de un debate más complejo, y de la pertinencia que puede tener para el profesional de la comunicación, lo mismo como quien aspira legítimamente al trabajo de medios, como quien opte por otras esferas. Sobra decir que lo mismo para el educador que el monitor, para el director de tesis o quien se ha dedicado al espacio profesional docente, estos debates son centrales para tomar decisiones lo mismo en líneas de investigación, proyectos, como en la práctica didáctica al relacionar constantemente este saber diferenciado con las preocupaciones inmediatas que los comunicadores tienen en nuestra región.

### **3. Una mirada rápida a modelos, procesos, enfoques y teorías en comunicación**

En este capítulo presentamos una visión integral sobre las teorías de comunicación, la explicación que de manera muy resumida éstas hacen de los procesos y prácticas comunicativas a las que aluden. Partimos de la visión un tanto estereotipada de agrupar las teorías en tres (“funcionalismo”, “marxismo”, “estructuralismo”) para concebirlos en realidad como un semillero de enfoques al interior, que guardan correspondencias, semejanzas y cercanías pero no son un bloque compacto. Respetando esta historia abogamos por una parte apertura y precisión, que de hecho se ha dado en las teorías de comunicación (sobre todo las difundidas en América Latina) hacia enfoques y modelos.

Después de hacer una breve mención en cada uno de los enfoques (primero los tres enfoques dominantes y luego dos que nos parecen importantes: el cibernético-sistémico y el fenomenológico) tomamos como ejemplo algún modelo a explicar. Se trata que el lector pueda relacionar los principios constructivos con los fundamentos del modelo; igualmente que se establezcan los nexos entre los problemas que se estudian y el porqué dicho modelo pertinente para ello. En el siguiente capítulo el lector podrá estudiar comparativamente formas de agrupación de las teorías de comunicación (tanto en general como solamente en

comunicación social) con estos enfoques: los primeros tres (funcionalistas, crítico-culturales y estructurales) que hemos centrado para el estudio de los medios; los dos más, menos abordados en nuestros manuales, que sugerimos como pertinentes, aun cuando no se centran en el estudio de los medios, para el profesional de la comunicación.

### **3.1 La idea de modelos y procesos de comunicación.**

Partimos de la hipótesis que cada una de las teorías y modelos de comunicación portan una definición que han construido a través de los usos, orientaciones que le han dado cabida. Un modelo es una representación. La palabra se emplea también como 'idealización' (tal es el caso al referirnos a una maqueta) o como muestra de algo. Para Bunge (citado por Rodrigo-Alsina, 1995) el modelo es una representación esquemática de un objeto concreto y una teoría relativa a su funcionalización.

Cualquier modelo debe:

Facilitar la comprensión de una realidad infinitamente compleja; se usa el modelo para reducir la incertidumbre; representa la realidad descrita, es decir, describir simplificándola. Todo modelo destaca unas relaciones significativas y definitorias de un fenómeno; los modelos dan una imagen sintética teniendo en cuenta algunas variables de los fenómenos estudiados. Finalmente, los modelos se traducen en una serie de enunciados teóricos sobre las relaciones entre las variables que caracterizan un fenómeno; estos lenguajes se basan en teorías: enunciados que articulan conceptos, nociones, categorías para dar explicaciones y facilitar la comprensión de aspectos de la realidad. Los modelos deben ayudar a organizar la realidad compleja; permitir la descripción y explicación; pero sobre todo facilitar la previsión, anticipar algunos modos de comportamiento.

Para Willer los elementos esenciales de la **estructura** de un modelo son: **(a)** Un grupo de conceptos, definidos nominalmente; **(b)** un principio racional que explique la naturaleza de los fenómenos incluidos en el modelo y que conduzca a las definiciones nominales de sus conceptos; **(c)** y una estructura de relaciones entre los conceptos del modelo: un mecanismo. Por cuestiones de espacio esperamos dar cuenta de los puntos "a" y "b". En el

caso de los modelos de la comunicación sus mecanismos es uno de los elementos más esenciales.

Martín-Serrano, Piñuel, Gracias y Arias (1982: 113-114) clasifican los tipos de modelos que puede haber a partir del isomorfismo entre la estructura del fenómeno representado y el modelo. Así los modelos pueden ser:

- (a) *Icónico-Analógicos*: en los que hay una relación de semejanza entre el modelo y el objeto (por ejemplo una maqueta a escala). En este modelo se constata la estructura de lo representando y las relaciones cuantitativas existentes entre los componentes del objeto.
  
- (b) *Icónicos no analógicos*: Los elementos del fenómeno están representando en el modelo por datos que se le parecen, pero las interrelaciones que existen en las variables en el fenómeno no se plasman en el modelo. Un ejemplo de ellos es la fotografía de los miembros de un grupo nos permite conocer los componentes del grupo, pero no da cuenta de las relaciones de liderazgo, dependencia, subordinación, etc.
  
- (c) *Los conceptual-analógicos*. Las variables del modelo no se parecen a lo representando, pero expresa claramente las relaciones entre los distintos elementos. Estos son modelos no son adecuados para describir la estructura del sistema: por ello cumplen fines de investigación y no descriptivos. Algunos modelos celebres en comunicación como el de Lasswell, Shannon son ejemplos de los anterior.

Todo modelo presenta ventajas y desventajas. Un modelo permite visualizar los conceptos establecidos: es una esquematización sintética y ayuda a la simplificación de fenómenos complejos lo que supone un ahorro de tiempo. Los modelos ofrecen un marco en el que pueden dibujarse conceptos importantes, líneas de acción. Sin embargo todo modelo presenta inconvenientes ya que muchas veces éste no permite un acercamiento a la riqueza del fenómeno en cuestión o llama la atención solo sobre algunos aspectos. Toda simplificación y esquematización deviene en pérdida de información. Ningún modelo puede agotar la explicación de la realidad y éstos tienen que verse como aproximaciones siempre susceptibles de perfeccionarse.

En principio, para el caso de la comunicación, los modelos dan cuenta de procesos de comunicación. El modelo es la representación de ese proceso, de la práctica comunicativa. Pueden existir tantos modelos como teorías, aunque no necesariamente los autores y enfoques hacen necesariamente visualizaciones y descripciones didácticas para mostrar cómo operan un principio o modo de agrupamiento.

### **3.2. Enfoques y modelos en comunicación: desde lo convencional hacia algunas precisiones.**

Quienes estudiamos comunicación en los ochenta, fuimos todavía destinatarios de un modelo que cumplió una finalidad didáctica, aunque fue objeto de muchas imprecisiones. Esto no lo podemos aplicar a otros países, pero es probable que manuales análogos a los que nosotros estudiamos por aquellas fechas, hayan circulado.

Cuando surgieron las escuelas de comunicación en América Latina había mucha confusión con respecto a lo que debía entenderse por teorías de comunicación porque se reconocía como un campo multidisciplinario. Sobre finales de los setenta más o menos se estableció la idea de tres grandes corrientes, que a su vez podrían agrupar tendencias y líneas de ramificación, dicho así en general estas corrientes eran “funcionalismo”, “marxismo” y “estructuralismo”, en la que la primera era el “paradigma dominante”; el segundo, “su reacción” (en las adaptaciones necesarias para el caso de América Latina) y el tercero quedaba en ocasiones tipificado como “escuela europea” y lo mismo sería objeto de críticas que de adaptaciones y ajustes para hacerlo dialogable con el marxismo (como el llamado “estructural-marxismo” en la versión de Althusser pero también de otros Therborn o en filosofía como Sebağ). De esta “trilogía” se estereotipaba también que el marxismo ayudaba a conocer al contexto y al emisor de la comunicación; los efectos y el receptor, el funcionalismo; el mensaje de la comunicación, el estructuralismo.

Las agrupaciones que se hicieron no siempre han sido satisfactorias y como toda agrupación didáctica puede cometer algunas injusticias cuando no constantes imprecisiones: De los varios ejemplos que pudiéramos citar, parece antológico el de Foucault, quien siempre negó el estructuralismo al cual se le quería encorsetar y para quien sus preocupaciones, objetos y métodos se encuentran distantes de lo que formalmente podemos llamar “estructuralismo

lingüístico” o “estructuralismo antropológico”. Otro caso que podemos mencionar es el del gran físico y socio-psicólogo francés Abraham Moles quien por haber escrito *Teoría estructural de la comunicación* y haberlo hecho en su lengua natal, ha quedado en el muy discutido corsé del estructuralismo (sobre todo lingüístico), muy distinto de su “estructuralismo cibernético”.

Hay que decir que esta clasificación convencional (como cualquier otra en realidad), es una meta-construcción elaborada por académicos para facilitar la comprensión y difusión de un sistema de ideas más complejo. Los mapas tienen la ventaja que ayudan a integrar y ubicar, pero al mismo tiempo (como los modelos, reducen y no dejan ver muchas particularidades). En la mayoría de los enfoques, los autores se resistirían a ser catalogados con un término o nombres que nos sirven a profesores y estudiante para poder lidiar con el espeso mapa de la producción y el saber comunicacional y fuera de su estricta función didáctica, piden correcciones, añadidos y matices que por supuesto, en esta primera mirada no realizamos.

De aquí que esta agrupación (que llamamos “convencional”) sea tomado como un primer mapa, con algún grado de utilidad que aun con las precisiones y matices que vamos hacer (por ejemplo, en lugar de hablar de “marxismo”, lo haremos de “enfoques crítico-culturales”, es imperfecto. Partimos de él, pero como el lector podrá ver incluimos otras perspectivas: por lo pronto usamos el plural para designar no al enfoque sino enfoques que nos da cuenta de una mayor diversidad. Para el caso del marxismo hay que retomar las corrientes culturales que para los estudios de comunicación provienen de una vertiente más bien crítica y no exclusivamente marxista (ya que incluso dentro del marxismo hay diversas corrientes e interpretaciones). De cualquier manera, en el capítulo siguiente dedicamos un apartado para presentar otras formas de agrupación en las teorías que superan esta división tripartida la cual nos sirve ahora para introducir los marcos explicativos sobre algunos fenómenos comunicativos.

### **3.2.1 Perspectivas y Modelos conductistas y funcionalistas**

Estos modelos tienen como origen por una parte al positivismo y sus aplicaciones a las ciencias biológicas; por la otra, su aplicación y reinterpretación por medio del funcionalismo sociológico de los EE.UU., sobre todo entre las décadas treinta a cincuenta.

En el caso del conductismo y aplicación a las ciencias de la naturaleza se consideran solo las cosas que se dan inmediatamente a la experiencia; a los objetos propios de las ciencias de la naturaleza. Los comportamientos se explican como respuesta a estímulos internos. En el caso de las ciencias humanas, la concepción de los hechos y los sujetos sociales como “cosas” (por ejemplo, *El suicidio* de Durkheim) lleva a una concepción objetivista de éstas además ubicados en una estructura.

El peso de la biología es importante subrayarlo, ésta (junto con la física) fueron las disciplinas que más se desarrollaron en el s. XIX. El funcionalismo tiene su origen de las ciencias biológicas en su aplicación a las ciencias de la naturaleza se preocupa por las funciones que desempeñan los elementos de un conjunto (por ejemplo, en botánica cristalografía, fisiología, etc.). Sus fundamentos sociológicos se encuentran en los biólogos sociales como Spencer quienes intentaron hacer modelos sociales a partir de lo que sucede en la naturaleza.

La sociología francesa del s. XIX es fundamental en este desarrollo: del positivismo de Comte al funcionalismo de Durkheim quien intentó sistematizar y en algún sentido es el verdadero “padre de la sociología” al reflexionar sobre los conceptos fundamentales en sociología y proponer una autonomía metodológica con respecto a las ciencias naturales; su obra *El suicidio* (1895), es considerada como una de las primeras investigaciones “sociológicas”. Aparte Durkheim desarrolló estudios y teoría importante sobre la religión y la educación. Como toda teoría ha sido objeto de críticas, pero se reconoce que pudo elaborar una teoría coherente, transparente además de impulsar trabajos específicos. Su noción de hecho social es fundamental, además del estudio de los hechos inmateriales.

Ya en plano de la comunicación de masas, lo que se entiende por “funcionalismo” remite a las investigaciones hechas sobre algunos efectos de los medios, al conocimiento sobre lo que determina la conducta de las audiencias, para ello las aplicaciones de esta corriente psicológica (conductismo) va ser fundamental en la primera etapa de estos estudios

(décadas de los treinta y cuarenta). Aparecen teorías como la “aguja hipodérmica” de corte netamente conductista: esta teoría dice que la conducta del individuo era determinada en gran medida por mecanismos biológicos heredados, bastante complejos, que se interponían entre estímulos y respuesta; considera que la naturaleza básica de los individuos era en cierto modo uniforme, por eso en su aplicación a los medios masivos se creía que los medios pueden afectar uniformemente la conducta de sus audiencias.

Después de la “aguja hipodérmica” sobrevienen variantes en la década de los treinta “teoría de las diferencias individuales”, “teoría de las categorías sociales”, “relaciones sociales”, “normas culturales”. Estos enfoques toman aspectos más específicos para explicar los efectos de los nacientes medios, pero conservan el objetivo por estudiar la conducta, los efectos sociales de los medios y ahora lo hacen desde matices. Por ejemplo la primera de estos enfoques señala que de acuerdo al aprendizaje (por conjunto de normas, valores y creencias) y una organización psicológica diferente pueden determinar de manera distinta la conducta de los individuos (Cf. De Fleur M.L. y Ball Rokeach S.J, 1993).

Los estudios y análisis se van sumando, lo que hace formar un cuerpo amplio de trabajos empíricos que son en principio el origen de las teorías sociales de comunicación. En 1944, Lazarsfeld realiza uno de los primeros estudios sobre las audiencias mediáticas (prensa y radio) en *The people's choice*, un clásico en el sentido más amplio del término para los estudios de comunicación de masas; Hovland, otro autor, analiza las variaciones psicológicas en grupos pequeños y describe cuál es el proceso en la formación de opiniones. Después de la II Guerra Mundial; Lasswell realiza trabajo sobre politología sobre la prensa y la ética y genera conceptualmente la idea que implica un programa de comunicación a través de su célebre modelo de comunicación que explicamos páginas adelante.

A finales de los cuarenta se va desarrollar la cibernética que solo de manera equívoca se puede emparentar con el funcionalismo. Desde nuestro punto de vista son más las diferencias que las semejanzas entre los estudios conductistas, psico-sociales de los medios y el modelo circular de la comunicación que ingenieros y matemáticos van a desarrollar. El reingreso a los estudios de la comunicación de perspectivas cibernéticas va seguir un largo trayecto que ahora no comentamos pero que no es idéntico al que siguió el funcionalismo y

en algunos casos es francamente distinto: por ejemplo la relación entre causa y efecto, que es direccional de la primera hacia la segunda en el conductismo y que para la cibernética es retro-activa. En muchos manuales de teorías, se incluye en los capítulos de funcionalismos algo sobre cibernética, pero realmente ésta dará pie (junto con la teoría de sistemas) a otra epistemología en comunicación. Este equívoco frecuente en algunos manuales, se explica por haber surgido más o menos en la misma época, en EE.UU. por provenir de las ciencias exactas y por tener una especial preocupación del canal o medio (Shannon y Weaver fueron trabajadores en una empresa de teléfonos y generaron modelos de comunicación para explicar el funcionamiento de la comunicación telefónica).

Una de las principales diferencias con la cibernética, es que los primeros modelos explicativos de la comunicación son lineales (como corresponde al conductismo estímulo-respuesta), mientras que la cibernética de Wiener y luego su relectura por Shannon (discípulo de Wiener) y Weaver apela a un modelo “circular” y el famoso término de la retro-acción, retro-alimentación (*feedback*). Las posibilidades heurísticas de este término suelen

ser explicadas de manera muy general: no es solamente la respuesta, sino la capacidad que tiene un “efecto” en retro-actuar, revertir la causa que lo ha generado.

Para Mieke (1996) la época de oro de la corriente empírico-funcionalista son los cincuenta. En el inicio de la guerra fría, EE.UU. tiene oportunidad de invertir todos sus esfuerzos en la ciencia y liberar las comunicaciones audiovisuales electrónicas contenidas por el periodo de la Guerra. Aparecen revisiones y precisiones a los enfoques más conductistas y se va dando cada vez más importancia a los efectos de mediano-largo plazo que a los de corto (como en esa primera etapa de investigación de la que “la aguja hipodérmica” es la teoría favorita). Vendrá un nuevo alud de enfoques y teorías muy ricos para el pensamiento comunicacional: por ejemplo, Lazarsfeld formula su “teoría del doble flujo” donde nos habla de los efectos pausados de los medios (algo en la literatura culturalista —*mutatis mutandi*— se conocerá como “mediaciones”); los medios no influyen directamente sino que hay procesos intermedios que explica los efectos mediáticos, al mismo tiempo se precisan que los efectos no son nada más conductuales, sino cognitivos, actitudinales, sociales, etc. Klapper (1974) en 1960 escribe un texto sobre los efectos de la comunicación de masas en la que dice que

la comunicación no es generalmente una causa necesaria y suficiente para los efectos sobre la audiencia, ésta funciona más bien a través de una conjugación de factores difundidos por los medios.

El enfoque empírico-funcionalista tiene su plasticidad y no hay que verlo como algo rígido. Surge a partir de los sesenta una segunda generación de teorías que han impactado mucho el pensamiento y la investigación de la comunicación: la teoría de la *agenda setting* (Mc Combs y Shaw, la espiral del silencio (de Noelle Neuman), la teoría del análisis del cultivo (Gerbner), la teoría de los usos y gratificaciones (Katz, Blumler, Gurevitch) son algunas de ellas (que ya mencionaremos más detalladamente en el capítulo 5); estas teorías siguen teniendo vigencia y aplicabilidad en la investigación, es muy frecuente en los anuarios de investigación encontrar referencias tanto a sus autores originarios como a quienes han seguido. Estos enfoques se extienden hasta los setenta, donde ya el funcionalismo ha perdido la hegemonía explicativa a los fenómenos sociales, políticos y mediáticos. Arriban los estudios culturales a EE.UU., llega también la semiótica, y aparecen nuevos intereses dentro de las grandes transformaciones socio-culturales de los sesenta. De cualquier manera

estos estudios psico-sociales de corte empírico dejan una huella y hasta la fecha hay investigadores que venturosamente los siguen desarrollando. La influencia de los enfoques funcionalistas es total a nivel teorías y metodología: no sería exagerado decir que es el enfoque más usado de todos. Una de las primeras metodologías estrictamente comunicativa es el análisis de contenido, desarrollado por Berelson y que hoy nos parece una herramienta sumamente útil además de formativa para quien la desarrolló. Pero no solo eso. En estos intentos se dan las bases de lo que puede llamarse ciencias de la comunicación: se fundamentan principios, se elaboran sistemas.

En otros países hay muestras y ejemplos del desarrollo en estos enfoques: Por ejemplo en España hemos encontrado el trabajo del psicólogo social Juan José Igartua (ver Igartua y Humanes 2004) quien estudia a los medios en su país. Por supuesto que no se trata de una copia de los enfoques estadounidenses; es una adaptación donde por ejemplo se establecen tipologías más complejas para el estudio de los efectos, y se incluyen herramientas más cualitativas para la producción de conocimientos. Esta es otra diferencia hoy día con los enfoques psico-sociales para el estudio de los medios, los cuales usan cada vez las

metodologías cualitativas, lo que no era muy frecuente en los cincuenta cuando si se encontraba muy segmentado el uso de ciertas técnicas estadísticas y cuantitativas. En México, tenemos el caso de José Carlos Lozano quien realiza una ingente labor por la recolección de datos empíricos sobre los medios y favorece mucho el uso de las metodologías cuantitativas, pero se vale de métodos cualitativos. No podríamos decir que el Prof. Lozano es funcionalista por usar métodos cuantitativos, aunque para algunos autores, el solo hecho de referencias numéricas, lleva (desde nuestro de punto de vista de manera indebida) a asociarse indefectiblemente una visión muy estereotipada de lo que fueron los estudios de comunicación masiva en esas primeras décadas de investigación.

Ejemplificamos ahora dos modelos que pueden corresponder a esta perspectiva para que el lector pueda reconocer algunos de sus usos: la comunicación es vista desde sus efectos y el investigador se preocupa por conocer las causas que determinan y explican ciertos comportamientos.

**(a) *El modelo de Lasswell***

Ya hemos mencionado este modelo clásico (Lasswell, 1985: 50-68). Este modelo logra integrar en los cincuenta, lo que ha sido ese semillero de trabajos empíricos donde la preocupación por las funciones de los medios, los efectos y usos tanto de medios como de propaganda es importante. Es un modelo potente que zanja el debate sobre qué deben abocarse los estudios de medios cobijados desde la perspectiva de la época.

Es un modelo de corte conductista (o *behaviorista*) que tiene su origen en el estudio de la conducta animal y corresponde a una visión funcionalista donde la comunicación puede ser estudiada por sus efectos. En tal solo puede hacerse ciencia de lo que se ve y su forma de proceder es causal, lineal y se verifica en la comprobación. Para esta corriente sólo la conducta reúne los componentes para ser estudiada y se resume en el modelo. Supuesta la existencia de ciertos estímulos (E) que generan cuando están presente, determinadas conductas (R) y que no las generan cuando están ausente.

El “paradigma de Lasswell” (*quien* → *dice qué* → *a quién* → *con qué canal* → *bajo qué efectos*) es un ejemplo de modelo que se aplica a la comunicación de masas. Este es un modelo muy interesante y fue de los primeros que adquirieron fama allende las fronteras de Estados Unidos y de hecho expresa de manera muy clara lo que es un programa de estudio en comunicación. Este es un modelo que data de la segunda posguerra y que al mismo tiempo da un plan y programa de investigación para la comunicación

a) Quién	a) Análisis del control (regulación)
b) Dice qué	b) Análisis de contenido
c) por qué canal	c) Análisis de medios
d) a quién	d) Análisis de audiencias
e) con qué efectos	e) Análisis de efectos.

Martín Serrano, Piñeul, García y Arias (1981: 107) han establecido la relación entre el modelo de Lasswell y los principios conductistas: **(a)** un sujeto estimulado (quien) que genera los estímulos buscando una clase de respuesta en el sujeto experimental; **(b)** unos estímulos comunicativos (qué) que originan una conducta comunicativa; **(c)** unos instrumentos (en qué canal) que hacen posible la aplicación de los estímulos comunicativos; **(d)** un sujeto experimental (a quién) que recibe estos estímulos y que va a reaccionar con respecto a ellos; a estos estímulos corresponden siempre unas respuestas (con qué efectos).

Lasswell suele referirse a la comunicación como un “acto comunicativo”, a diferencia de lo que posteriormente se va manejar como “proceso de comunicación”. En lugar de la comunicación como un fenómeno dinámico, Lasswell divide el acto comunicativo en cinco áreas de estudio bien delimitadas que llevan como hemos mostrado arriba a cinco tipos que dentro de los estudios de comunicación se pueden hacer.

Para Lasswell, como gran parte de los autores les preocupa la delimitación de las funciones de los medios: **a)** vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a

la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; **b)** correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; **c)** transmisión del legado social. Laswell resumen al final de un artículo célebre cómo en la sociedad el proceso de comunicación revela la importancia por una serie de características.

En la sociedad, el proceso de comunicación revela características especiales cuando el elemento dirigente teme al ambiente interior, así como al exterior. Al calibrar la eficacia de la comunicación en cualquier contexto dado, es necesario tener en cuenta los valores en juego, así como la identidad del grupo cuya posición se está examinando. En las sociedades democráticas, las opciones racionales dependen del conocimiento, el cual, a su vez, depende de la comunicación y, muy en especial, de la equivalencia de observación entre dirigentes, expertos y profanos.

**(b) *El modelo mediático de Wright***

En el caso de la comunicación colectiva este modelo opera mucho en las universidades de Estados Unidos en esa primera generación de investigadores de la comunicación de masas. De las primeras operaciones teóricas que realizan, consistían en justificar inventarios sobre las funciones que realizan los medios de información; uno de dichos inventarios tomando como base algunos aspectos del modelo de Harold Laswell (1948) fue el que realizó el sociólogo Charles Wright (1985: 69-90) en 1960, para quien los medios cumplen básicamente la función de vigilar el contexto social, ayuda la interpretación de los hechos sociales, transmite normas y valores culturales; y entretenimiento; estas funciones son cubiertas de acuerdo a grupos sociales y niveles de la vida social (“macro”, “meso”, “micro”). Este autor buscaba, al más puro estilo funcionalista, las “funciones” de los medios, para ello genera una pregunta con una serie de elementos: el autor se pregunta por funciones y disfunciones (tanto manifiestas como latentes). Propone cuatro grandes rubros (vigilancia, correlación, transmisión cultural y entretenimiento) para estudiar a nivel social, grupal, individual y de sistemas culturales. Ello le lleva al siguiente inventario que desglosa por cada una de las cuatro grandes funciones de los medios identificadas. Pongamos como ejemplo la primera de las funciones de los medios y el desglose que hace Wright. Una función de los

medios (recuérdese la gran influencia de la II Guerra mundial y la preocupación por posibles invasiones o ataques era justamente vigilar el entorno. Hoy los medios, siguen desarrollando esta función, cuando dan avisos de catástrofes, incluso cuando alertan a los conductos sobre el tráfico presentan modalidades de esta función.

Tabla 3.1. *Funciones de la comunicación masiva. Vigilancia del contexto social*

	<b>Sociedad</b>	<b>Individuo</b>	<b>Subgrupo (/v.g Elite Política)</b>	<b>Cultura</b>
Funciones (manifiestas y latentes)	<i>Advertencia:</i> peligros naturales, ataque, guerra	Advertencia instrumental	Información útil para el poder	Favorece los contactos culturales Favorece el desarrollo cultural
	<i>Instrumental:</i> noticias esenciales para la economía y otras instituciones	<i>Prestigia:</i> liderazgo de opinión	<i>Detecta:</i> conocimiento de la conducta desviada y subversiva	
	Moralización	Confiere estatus	Gobierna la opinión pública Inspecciona Controla Legitima el poder	
Disfunciones (manifiestas y latentes)	<i>Amenaza la estabilidad:</i> información sobre sociedades “mejores”	Ansiedad Privatización Apatía Narcotización	Amenaza al poder: noticias de la realidad; propaganda “enemiga”, revelaciones comprometedoras	Favorece la invasión cultural.

En el cuadro de Wright, tenemos una doble subdivisión: por una parte la general (funciones y disfunciones tanto las que son muy claras y evidente —manifiestas— como las que pueden generar —latentes—), como la referida a subgrupos específicos. Por ejemplo, la primera función que a nivel social supone advertir de peligros y ataques, a “nivel cultural” no posee esta carga, y más bien se refiere a informaciones generales que pueden favorecer el contacto cultural. Este cuadro presenta un inventario, quizá el más completo al momento de su realización (1960) que de hecho puede servir para que el estudiante en comunicación

pueda tomar esta estructura y hacer su propia descripción con esos dos elementos claves en la perspectiva funcionalista.

### **3.2.2. Perspectivas y modelos y crítico-culturales**

Es casi imposible estudiar filosofía contemporánea y ciencias sociales sin considerar el marxismo. De hecho los enfoques críticos no se entienden sin la obra de este autor. Para identificar el porqué de su influencia hay que tomar en cuenta tres aspectos que en su momento generaron una gran atracción tanto por Marx mismo, como por sus seguidores. En primer lugar la presentación de una doctrina total, es decir, la comprensión del marxismo no sólo como una doctrina económica o social sino como una filosofía que comporta una concepción total de la naturaleza. Un segundo factor fue que dentro de la filosofía dialéctica todo es devenir; esto identifica el materialismo dialéctico a un mundo que se encuentra en proceso de transformación ultrarrápida, relegando, criticando y anulando las antiguas verdades, eternas e inmutables. Finalmente, en el siglo XIX el marxismo coloca al ser humano como centro de la transformación; él es actividad creadora y el trabajo es el creador del hombre objetivo, del hombre social, del hombre por fin reconciliado con la naturaleza y con la totalidad de la humanidad. El único absoluto del hombre es el hombre mismo. Y, en este contexto, se busca la práctica, la acción, el cambio (Cf. Sirol, 1964: 81-89)

Como vemos en Marx, lo económico tiene una fuerte presencia para la explicación de la vida del hombre. De lo económico, dependen no sólo la estructura de la sociedad sino también toda la cultura. Como la economía es producción y la producción supone fuerzas productoras, y las fuerzas productoras se constituyen en clases, la historia de será la historia de la lucha de clases. De acuerdo con la evolución de la historia, Marx identifica fases con sus características y sus clases. Presenta para la época una visión original en una comprensión que es plenamente histórica y económica. La historia se entiende como lucha y conflicto en tres grandes dimensiones: económica, ideológica y política. La lucha económica es el enfrentamiento que se produce entre las clases antagónicas a nivel de la estructura económica; la segunda se manifiesta como una lucha entre la ideología de la clase explotada contra la ideología de la clase explotadora; por su parte, la lucha política es el enfrentamiento que se produce entre las clases en lucha por el poder político, es decir, es un combate por hacer suyo el poder del estado (Cf. Harnecker, 1981: 202-218).

A Marx poco le tocó de los grandes medios, escribió en *La Ideología Alemana* hace menciones a la prensa de su tiempo. Fue tanto sus seguidores como quienes le estudiaron, los encargados de desarrollar los principios de la comunicación. Unas de las referencias canónicas es la Escuela de Frankfurt, que reúne a un conjunto de autores, primero en Alemania y luego debido a la II Guerra Mundial, en EE.UU. Al filósofo Habermas se le incluye en “segunda generación”, pero esto nuevamente es una comodidad en la clasificación, ya que en varios de sus principios el discípulo de Adorno y Horkheimer es distinto a sus profesores. Esta corriente fue importante porque acercó al marxismo y al psicoanálisis en la reflexión cultural sobre el impacto de las industrias culturales.

La Escuela de Frankfurt (EF) fue tanto una institución como un estilo de pensamiento. El “Instituto de Investigaciones Sociales”, fundado en Frankfurt, Alemania, en 1923, alcanzó su madurez en 1931 al asumir Max Horkheimer la dirección. Continuó su labor en los Estados Unidos durante el exilio que siguió a la subida de Hitler al poder y del que no retornó a Alemania hasta 1950. En aquella época, sus miembros ejercieron una crítica contundente y sin par del modo de vida actual. Dicha crítica sirvió como punto de referencia a muchos de los movimientos estudiantiles de la década de los sesenta y, de ese modo, se derivaron consecuencias extra-académicas allí donde el talento y la erudición de la EF dejaron una huella duradera e intensa. La Escuela se impuso la tarea de definir la relación entre los grandes triunfos de la razón y la ciencia y la sinrazón que ha engendrado. Asume como proyecto político la lucha contra el reaccionarismo burgués, su aversión se dirige hacia la sociedad opulenta y la deshumanización. A la EF le preocupa la racionalidad del siglo XX, la sociedad de masas y la destrucción de la naturaleza. Inicialmente se preocupó por la interpretación de tesis filosóficas, lo cual los llevó a un proyecto sistemático sostenido por investigadores de diferentes disciplinas unidos bajo el designio de crear una teoría auténticamente crítica basada en la participación y la colaboración.

De las interpretaciones que parecen sugerentes y provocadoras (sobre todo tomando en cuenta su tiempo) se caracteriza la obra de Antonio Gramsci, quien como muchos comunistas fue objeto de vejaciones y tortura y su vida fue segada en una cárcel. El tema más persistente de sus cuadernos se encontraba en los intersticios del campo filosófico y político: el vínculo entre la *intelligentsia* y la práctica revolucionaria, hilo conductuales del

pensamiento gramsciano después de su arresto. Gramsci realizó una teorización sobre la sociedad civil, la hegemonía y los intelectuales. Al ser su formación en filología, fue muy sensible a las manifestaciones de la llamada “cultura popular”. Es un mérito importante, reconocido (no en su época, sino 30 años después de su muerte) este “giro cultural” a las interpretaciones del marxismo.

Para los estudios de comunicación el concepto de “hegemonía” es igualmente importante. Para Gramsci no existe la dominación en abstracto sino una dirección ético política que proporcione consenso. Este concepto cumple una visión metonímica de la conexión dialéctica entre la esfera económica y la superestructural. La hegemonía es la capacidad que tiene un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad. Mediante la idea de hegemonía Gramsci reemplazó por un modelo más sofisticado, el viejo y simplista esquema del marxismo ortodoxo sobre la dominación absoluta de las clases subalternas por otra dominante. La clase dominante según este autor no está compuesta sólo por la alta burguesía, sino también por diversos grupos sociales con distintos intereses. Entre ellos prevalece la alta burguesía gracias a complejos mecanismos de negociación, concesiones y alianzas. Así, más que una dominación total por una clase, se da una hegemonía de la misma; pero esta hegemonía lograda por la alta burguesía, depende de que tome en cuenta seriamente algunas de las necesidades e intereses de las clases subordinadas (subalternas). Al hacerlo, estos últimos conceden legitimidad y consenso a las élites para que sigan dirigiendo a la sociedad.

Es mucho lo que puede recuperarse de este autor, el rompimiento de la visión unidimensional de la cultura de masas; la nueva visión de los medios como *aparatos hegemónicos*, instituciones ideológicas y políticas de la sociedad civil cuyo funcionamiento se deslinda de los dictados gubernamentales en la medida en que son espacios abiertos a la lucha de clases; la concepción de lo político como cultural. Gramsci actualiza la teoría marxista en varios puntos: **(a)** Destaca la naturaleza material de la ideología, su existencia como nivel necesario de toda formación social, y su incorporación a las prácticas y su materialización en aparatos; **(b)** Rompe con la concepción ideológica, como falsa conciencia; **(c)** Cuestiona el principio que atribuye de forma reduccionista a todos los elementos ideológicos una necesaria connotación de clase. Gramsci afirma la ideología en su

materialidad, en prácticas institucionalizadas organizadoras de la acción y busca estudiar los procesos de socialización aproximándose a la sociedad civil.

La historia de los enfoques críticos tiene una extensísima ruta, que pasa por la recuperación de lo cultural como objeto de reflexión crítico y político (incomprensible sin la contribución de Gramsci); la activación del pensamiento crítico vía el “Centro para el estudio de las culturas contemporáneas” y después su proceso de exportación bajo el liderazgo de Stuart Hall. Esto sucede en el primer lustro de los setenta. Mientras en Latino América inicia el proceso de las dictaduras; en el pensamiento social hay dos tendencias claramente encontradas (teorías del desarrollismo y teorías de la dependencia) y el fenómeno Cuba invade todo el continente. Es una época de efervescencia, comienzan a desarrollarse las escuelas de comunicación, aparece la gran crítica a lo institucional-educativo y en ella co-participan los medios como instituciones que cuestionan la legitimidad de los saberes en ciertas instituciones. En gran parte de los países se dan experiencias alternas de comunicación son deudoras teóricamente de los enfoques críticos (y su red de versiones en América Latina), lo que permite el desarrollo de una concepción distinta de lo comunicativo.

En los setenta se desarrolla en América Latina y Europa la teoría del “imperialismo cultural”. En nuestra región esta teoría se va visualizar con trabajos como *Para leer al pato Donald* (Cf. Dorfman y Mattelart, 1971), que hoy son objetos de las más diversas críticas. El libro fue un “clásico” en los marcos teóricos que analizan el contenido de los medios desde una perspectiva crítica. Presenta un modo de hacer análisis que fue sumamente popular y utilizado en los setenta y parte de los ochenta. Aun cuando habla en apariencia del contenido de los medios (o al menos de una de sus industrias como es el comic), revela desde un radicalismo ideológico el imperialismo cultural de los EE.UU., una manera de entender las relaciones entre ideología y poder, y el poder que los medios juegan en su reproducción.

El imperialismo cultural trataba de establecer una relación entre los esquemas de dominación económica y el consumo de bienes culturales (productos de comunicación mediática). La corriente sostenía que los países ricos o industrializados ejercen una labor de dominio no solo en el plano económico sino, sobre todo, en el cultural. Por medio del consumo mediático, se ejercen acciones de imperialismo cultural, en el que se tratan de exportar (e imponer) valores de los países desarrollados; mensajes ante los cuales las

audiencias en lo general asumen una actitud pasiva. Aquello que en la EF se denomina "Industria Cultural", impone un sentido naturalizado de la producción cultural de los países centrales hacia los países dependientes.

Los enfoques críticos en su conjunto son centrales para el estudio de los medios y las industrias culturales en nuestra región, la relación entre los medios, el poder y la situación socio-económico de las audiencias. Por "crítico" podemos entender los vínculos históricos, la relación entre las mediaciones comunicativas, el poder y la ideología, los principios de sospecha sobre los medios, sus estructuras y mensajes (eso que Eco popularizó con la expresión "apocalípticos"). La perspectiva (a nivel de esquema comunicativo) entre emisores y receptores, se ve básicamente asimétrica y es altamente sensible a todas las formas en que operan los modos autoritarios y cómo se impide a las mayorías el derecho a expresarse públicamente. Un enfoque para el estudio de la tensión y la lucha, donde más que acuerdos, tenemos asimetrías que la comunicación lejos de atenuar quiere radicalizar para cumplir la "inversión" (como la dialéctica re-interpretada por Marx) de los roles comunicativos (el receptor, emisor; y éste receptor de aquél) y la convicción que la comunicación debe ser básicamente acción para la transformación y el cambio social.

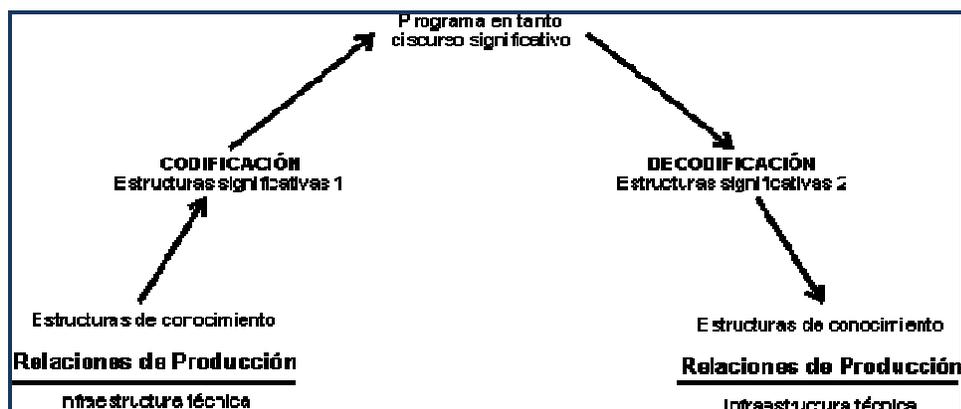
Manidas interpretaciones de Marx, en aquellos manuales donde aprendimos "el marxismo en comunicación" poco se decía del pensamiento inglés, de la economía política crítica y de la corriente neo marxista que anida el pensamiento cultural, mucho menos de los estudios poscoloniales. Creemos por otra parte que la principal contribución del pensamiento latinoamericano a la producción comunicativa internacional ha pasado por las aplicaciones, más que de Marx, de lo llamamos enfoques críticos.

Colocamos como ejemplo de los enfoques crítico-culturales uno de los modelos más conocidos, el de "Encodificación / Decodificación" de Stuart Hall (*Cf.* Hall, 1980) La comunicación no es un hecho natural, puesto que tanto emisor como receptor tienen una intencionalidad en la construcción y recepción de los contenidos. El receptor puede asumir una dinámica más activa en la recepción. La decodificación no se ve como algo mecánico, es un tipo de práctica.

Para Hall, la recepción del mensaje mediático es ella misma un “momento” del proceso de producción en un sentido amplio. Eso no significa que producción y recepción del mensaje sean idénticos pero están relacionadas. Son momentos diferenciados dentro de la totalidad formada por las relaciones. Corner (citado por Chandler, 2005: 191) ofrece la explicación de estos momentos en el proceso comunicativo: **(a)** el momento de encodificación: la práctica institucional y organización así como las condiciones de producción; **(b)** el momento del texto o construcción simbólica, el arreglo y quizá la actuación, la forma y el contenido de aquella se publica o transmite; **(c)** el momento de la decodificación o de la recepción-consumo por medio del cual el lector-escucha-televidente construye la recepción.

Las estructuras de los medios ofrecen mensajes codificados en la forma de un discurso. Los emisores codifican los significados de los textos dentro de unos límites que encuadran la descodificación o lectura. Existen en la comunicación estructuras significativas 1 y 2 (vinculadas a la codificación y la decodificación). Los grados de simetría dependen de las relaciones de equivalencia. Las diferencias entre los códigos se relacionan con las diferencias estructurales y la posición entre el medio y la audiencia, pero también la asimetría entre los códigos de la “fuente” y el “receptor” (Ver Cuadro 3.1<sup>6</sup> tomado de Hall, 1980)

Cuadro 3.1



<sup>6</sup> La imagen la hemos copiado de (Nombre Falso, 2003)

Hall subraya el papel de la posición social en la interpretación de los textos mediáticos de acuerdo a los distintos grupos sociales. La clase social es un elemento que influye en la manera como se interpreta el mensaje. Hall sugiere tres formas hipotéticas para la decodificación de acuerdo a cómo el receptor se identifique con los códigos de producción.

- (a) *Lectura dominante o hegemónica* en la que el receptor asume el punto de vista del emisor. En esta lectura el receptor interpreta el mensaje siguiendo el código de referencia en que fue encodificado el mensaje, es decir asimila los valores y opiniones hegemónicas.
  
- (b) *Lectura negociada*, en la que se conocen las intenciones comunicativas pero no se comparten. Para Hall esta lectura contiene una mezcla de elementos adaptativos y oposiciones: por un lado acepta como legítimas las definiciones hegemónicas para las totalizaciones, mientras que por otro, más restringido, situacional, elabora sus propias reglas del juego, funciona con excepciones a la regla. Concede la posición privilegiada a las definiciones dominantes de los sucesos, pero se reserva el derecho de hacer una publicación más negociada a las condiciones locales.
  
- (c) *Lectura de Oposición* en la que no se reconocen las intenciones comunicativas y se plantean alternativas. Se refiere a los momentos en lo que los receptores rechazan la interpretación de los mensajes con base a códigos dominante, decodificándolos mediante códigos alternativos capaces de cuestionar a las clases y grupos.

Miembros de las clases sociales identificados con el sistema hegemónico efectuarían la lectura *dominante o hegemónica*, mientras que grupos sociales en franca oposición con la ideología dominante llevarían acabo lecturas *oposicionales*. Sin embargo, la gran mayoría de los receptores no se encuentran ni en situaciones de conformidad ni de oposición absolutas, por lo que producirían lecturas *negociadas*.

### **3.2.3 Perspectivas y modelos estructuralistas**

En las últimas décadas, ha cambiado con rapidez y profundidad empleo de muchos conceptos en arte, literatura, ciencia y filosofía. Cuando al finalizar la segunda guerra mundial el existencialismo alcanzó actualidad, por doquier se hablaba del hombre concreto, de su unicidad y singularidad. En la forma filosófica de un sujeto, la conciencia humana contaba como punto de partida de cualquier actividad literaria y filosófica. Las ciencias y las artes se hallaban en una evolución general, ya que el mundo del hombre se consideraba ante todo como un mundo simbólico, y la unidad de los sectores mencionados se basaba en la primacía de tal simbolismo. En este sentido, también el fenómeno del lenguaje humano se contempló en el aspecto del contenido.

Entre tanto, por esa misma época, se había desarrollado una conceptualidad completamente distinta que con el curso de los acontecimientos sólo más tarde vino a ponerse de moda. Se basaba en avances que a fines del siglo XIX y comienzos del XX se habían realizado en fonología, lingüística y estática. Tal conceptualidad influyó en la antropología, en la filosofía de la historia y de la política, y sólo en los años cincuenta se manifestó abiertamente como una actitud fundamental del espíritu en el arte, la ciencia y la filosofía. El problema de la interpretación habla perdido el brío de proyección audaz y especulativa, cediendo el puesto a la del análisis; los análisis funcionales vinieron a reemplazar la hermenéutica tradicional. Nadie osaba ya preguntar por la esencia del hombre; lo que ahora ocupaba la atención era su función específica en el contexto de determinadas subculturas y culturas. No importaba tanto el aspecto histórico en el mundo del hombre sino el carácter específico de lo simbólico que se revela como un mundo de signos.

Al parecer entre la generación de la segunda post-guerra (cincuenta) y la de los sesenta se dio una fractura que influyó mucho en el pensamiento francés de esta década. La nueva generación vino a descubrir una pasión distinta: la pasión por el concepto, o bien por lo que podría llamarse “sistema”. La ruptura tuvo lugar cuando Lévi-Strauss, hablando de las sociedades y Lacan del inconsciente, señalaron que el “sentido” probablemente no es más que un efecto de superficie, como una espuma; que lo que más profundamente nos penetra, lo que existe antes de nosotros, lo que nos sostiene en el tiempo y en el espacio es

precisamente el sistema. El “yo” está destruido, ahora se trata de descubrir el “hay”. Hay un “se”, un impersonal que va ser sustituido por el imperio del código, de un pensar anónimo en donde radica la significación de las estructuras que justo este método de pensamiento va poder desentrañar o develar, en algo que es optimismo y pesimismo al mismo tiempo: un conocimiento sin sujeto, algo teórico sin ninguna identidad.

El estructuralismo como metodología, se internacionalizó desde París en la primera mitad de la década de los años sesenta, pero sus bases se pueden encontrar en otros autores. Etimológicamente el término “estructuralismo” viene de la raíz latina “*structura*”, “*struere*” lo cual significa ‘construir’. No obstante dicho concepto en la base de estructuralismo, no se puede afirmar que tenga una identificación homogénea; sucede con palabras de uso corrientes como grupo, clase, poder o estructura que llegan a poseer no dos, tres o cuatro significados fundamentales, lo que sería normal, sino tantos significados como autores que los utilizan; estos significados ni se dejan reducir a un común denominador, sino que son totalmente autónomos.

Uno de los referentes más importantes es la lingüística del ginebrino Ferdinand de Saussure. En un curso que después fue recuperado y publicado por sus discípulos el autor hay una serie de nociones que ponen su atención en la idea de la lengua como estructura, como sistema. La observación es más que importante porque supera la tendencia comparatista (de la primera mitad del s. XIX) e histórica (de la segunda mitad) para hacer una contribución sugerente en el estudio de la lengua y dando pie a la lingüística del siglo XX, sobre la que va influir notablemente como pocos autores.

Una de las imágenes más gráficas en el concepto de lengua en Saussure es la que el mismo autor sugiere con la idea de ver a ésta como un juego de ajedrez: Hay un sistema llamado “juego de ajedrez”; dos veces dieciséis piezas, cada grupo constituido por unos poderes bien definidos; lo que los jugadores retienen en su mente de cada pieza no es su aspecto exterior, sino su poder, su alcance, su valor y, finalmente su función. Un alfil no es un pedazo de madera de forma más o menos extraña, es una “fuerza oblicua”. La torre es una cierta capacidad de marchar linealmente. La regla del juego es una especie de “gramática”;

después, lo que existe, palabras y expresiones concretas, son las situaciones. Cada jugada tiene repercusiones en todo el sistema; al jugador le resulta imposible prever los límites exactos de este efecto. Los cambios de valor que resultarán de ello, serán, según el caso, nulos, muy graves, o de importancia mediana. La imagen del juego de ajedrez, un poco inadecuado pero muy ilustrativo señala lo siguiente: La lengua es un sistema en el que todas las partes pueden y deben ser consideradas en su solidaridad sincrónica (Cf. Millet y D'Ainville, 1972: 12-13).

Otra de las fuentes de lo que se entiende por estructuralismo como un método para el análisis estructural de relatos tiene su origen en *La Morfología del cuento ruso* (1928) de Vladimir Propp quien permitió una comprensión distinta de cómo se organizan los componentes de un texto para significar. Propp inspiró buena parte de los análisis de Lévi Strauss sobre el mito, sirvió para construir los primeros esbozos de la sintaxis narrativa y la lógica del relato. En *La morfología del cuento ruso*, Propp estudia las formas y el establecimiento de las leyes que rigen la estructura. La solución del análisis fue trasladar del estudio del personaje, al estudio de la función como unidad. Propp encuentra un repertorio delimitado de siete *personas* —en tanto que eventuales ejecutantes de esas funciones—: el agresor, el donante, el auxiliar mágico, el mandatario, el héroe, el falso héroe, la princesa (u objeto de búsqueda).

Junto con Saussure, hay que considerarlo como uno de los “padres” del estructuralismo al antropólogo belga Claude Lévi-Strauss, quien adoptó el método lingüístico, y especialmente el fonológico, para cimentar el carácter científico de sus discusiones. En *Las estructuras elementales del parentesco* (1949) Lévi-Strauss sugiere una “sintaxis lógica de la realidad social”. Este antropólogo es relevante porque toma consciencia en la importancia de la comunicación dentro de la cultura que llega a colocar como categoría central. Claro, aquí la comunicación no es solamente entendida como difusión de mensaje, sino como sistemas simbólicos de intercambio que se pueden observar en las reglas de parentesco en una comunidad, en el sistema de trueque en los bienes, etc. No aparece los medios en absoluto, solo una referencia a las bases antropológicas de la comunicación en otros contextos.

Algirdas J. Greimas retomó aspectos de Propp, Saussure y Hjelmslev. En Greimas, no existe un modelo de análisis sino más bien una matriz teórico-metodológica (Cf. Gutiérrez, Guzmán y Sefchovich, 1988: 15) de la cual se pueden derivar varios tipos de análisis, dependiente de lo que uno quiera analizar. El análisis semiótico es una especie de gramática trans-frásica, una gramática del relato. Las cosas suceden en una trama como lo hacen porque siguen unas reglas; es papel del investigador o analista identificar esas “reglas gramaticales del relato”. El relato se ve como un sistema, porque hay unas reglas de funcionamiento del relato y del texto en general por lo que cabe detectar un sentido en él. La gramática regula el comportamiento de cada uno de los actores que intervienen en él.

El texto (o conjuntos de ellos) es el resultado de un dispositivo estructurado de reglas y relaciones; existen algunas unidades para entrar en el juego de las reglas y en el sistema de las relaciones; para ello necesitamos distinguir niveles de descripción, núcleos donde algunos rasgos del texto se presentan con más claridad; nudos desde los cuales es posible aprehender algunas particularidades, reconocer ciertos elementos y reglas de combinación. Estos niveles de análisis organizan las exigencias a las que está sometida la producción del sentido. La construcción de estos niveles, las correspondencias que mantienen entre ellos, permiten delimitar mejor el uso que hacen de ese sistema, los textos que puedan analizarse. El nivel superficial regula la sucesión de encadenamientos de los estados y de los cambios que se conoce como “programa narrativo” (Cf. Greimas y Courtés, 1990: 230); en este mismo nivel hay un componente discursivo, que incluye como un instrumento al “Modelo Actancial” que está hecho por pares de actantes, los cuales son funciones dentro de un relato. Estas funciones Sujeto y lo que quiere (Objeto); el sujeto tiene Adyuvantes y Oponentes en el relato. Además, en los cuentos fantásticos, siempre hay alguien que manda por ejemplo al sujeto principal del relato a hacer algo (Destinador) y esa acción recae sobre alguien (Destinatario).

Un ejemplo de otro modelo más post-estructural para el análisis del relato es el de Barthes (1980) quien en *S/Z* realiza un análisis de un cuento de Balzac. A diferencia de las unidades de análisis muy rígidas de Greimas. Tanto Barthes como Foucault son interesantes porque representaron sistemas heterodoxos, intelectuales de vanguardia que reflejan mucho de ese aire y aspiración en no pocos intelectuales latinoamericanos. Visto con recelo por la

academia más conservadora, fueron innovadores y en constante revisión de su pensamiento heredaron estilos propios. Barthes es aparte un prototipo de lo que puede significar el “intelectual en comunicación” en el amplio sentido: ensayista notable, crítico literario y cultural original, militó unos años en el estructuralismo (en la época de la revista *Communication*) y en los setenta tomó distancia de los postulados estructurales, ofreciéndonos versiones muy sugerentes para caracterizar al lenguaje.

En suma, el estructuralismo se ha aplicado a la comunicación para desentrañar la estructura de los textos mediáticos; de aquí algunos autores “crítico-culturales” han intentado dialogar con esta corriente para apoyarse en sus análisis ideológicos. Tenemos el caso de Althusser, quien es al mismo tiempo un autor con una teoría sobre los medios, ubicado en las corrientes críticas, pero que se preocupó por los sistemas teóricos y la escritura en Marx, lo que lo llevó a analizar estructuralismo el estilo y el lenguaje en este autor. Una de las “tareas” del estructuralismo consiste en descubrir, por una parte, las estructuras expresivas (los significantes) y por otra, las estructuras del contenido (los significados), así como las mutuas relaciones, la función semiótica, el grado de arbitrariedad que las vincula. El aporte del pos-estructuralismo lleva a reflexionar sobre la idea de código y a desarrollar otra actitud analítica antes los mensajes que se analicen.

A la hora de ejemplificar el estructuralismo mediante modelo es frecuente que se evoque el caso de Saussure (1985: 25) para el estructuralismo lingüístico y su circuito del habla. En sintonía con esta preocupación lingüística, también se apela al esquema Jakobson (1975) que no es estrictamente estructuralistas, y se ubica más bien en el funcionalismo lingüístico.

Sin embargo para este capítulo presentamos un modelo menos difundido, elaborado por uno de los estructuralistas más consolidados, se trata del ya mencionado Lévi-Strauss, quien aparte veía en el estructuralismo, una epistemología. Aplicado a las ciencias de la naturaleza y humanas, investiga los modelos generales de la organización que existen tanto en los fenómenos naturales como en los sociales (teoría de la Gestalt, antropología cognitiva, etc.)

Su modelo parte del supuesto que existen categorías universales que el conocimiento aplica a cualquier dato que proceda de la realidad. Estas categorías sirven como “modelos” para

elaborar las representaciones del mundo. A diferencia de la biología y la fuerte impronta que tiene en la psicología social y la sociología los dos modelos anteriores, el estructuralismo entró al campo de la comunicación de manera principal a través de la antropología y la lingüística y se extendió con fuerza por el *boom* de las ciencias del lenguaje y el estructuralismo francés a partir de la segunda posguerra. Este modelo busca sobre todo conocer el código (sistemas de reglas) para explicar la comunicación. El término ‘estructura’ tiene muchas definiciones; en principio lo entendemos como un sistema de intercambios entre cualquier clase de actores sociales; en este modelo no interesa tanto qué es lo que se intercambia, ni quiénes; sino sobre las reglas que aplican en sus relaciones.

Los componentes del modelo son las relaciones de cambio, las reglas que explican dichas relaciones, los campos de aplicación en los cuales se aplica el código. Una de sus aplicaciones al campo de las ciencias humanas lo tenemos en la antropología estructural de Claude Lévi-Strauss (*Antropología Estructural*, 1947) que intenta representar la forma como se da el intercambio de personas, bienes y signos en una sociedad, las “reglas” que explican tales o cuales movimientos, algún sistema determinado de intercambio etc. Desde esta perspectiva “Estructura” designa la configuración de un sistema de intercambio entre cualquier clase de actores sociales. Desde la perspectiva del análisis estructural, no interesa tanto qué es lo que se intercambia, ni quiénes son los cambistas, como las reglas que se aplican en las relaciones (Cf. Martín-Serrano, Piñuel, Gracias y Arias, 1982: 137). Los componentes que este modelo toma en cuenta son:

- (a) Las relaciones de cambio que se observan a un nivel inmediato entre los actores.
- (b) Las reglas que explican las relaciones cambio.
- (c) Todos los campos en los cuales se aplica el código que se ha identificado.

Para el caso de Lévi-Strauss, este autor estudió los modos de intercambio entre las personas, bienes y signos (parentesco, economía y lenguaje) en culturas específicas. En una cultura primitiva, el analista integra o elabora un sistema codificante las reglas que regulan el cambio de mujeres, el cambio de bienes y el cambio de mensajes. Es decir, hay cosas que se hacen y otras que no. El valor no depende de las cosas mismas que se intercambian, sino la “significación” que se le atribuye en la relación de intercambio.

En otro plano, el estructuralismo (más en la perspectiva cultural de Lévi-Strauss) se puede ver en una filosofía y antropología de altas pretensiones: totalizante y general que aspiraría a dar cuenta de las leyes universales. Si bien la semiótica no es únicamente estructuralista ni francesa, para su difusión-divulgación fue importante ese movimiento, que al menos en la literatura castellana, nos llega a hemisferio vía las editoriales argentinas que rápidamente comenzaron con traducciones de esos autores. Al compás de las transformaciones, la teoría comunicativa (de corte estructuralista) descendió por la vertiente lingüística de los sesenta, integrándose a la interpretación marxista-psicoanalítica sobre los medios. Esta esfera de ideas ha venido a constituir la importancia y relevancia de la investigación estructural en comunicación.

### **3.3. Enfoques y modelos para el estudio de la comunicación no mediática**

#### **3.3.1 Los modelos y enfoques cibernéticos y sistémicos**

El fundamento de este modelo proviene de la teoría de sistemas (TS) que encuentro en la obra del biólogo austro-canadienses (*Teoría de sistemas*) Von Bertalanffy (1976). Estos modelos se aplican a cualquier sistema a través del estudio de sus componentes y de las funciones que éstos llevan a cabo aplicable tanto al estudio de sistemas como cuyos componentes son naturales como sociales. Los principios de la TS (que se puede aplicar a las ciencias sociales y naturales) son los siguientes:

- (a) La TS tiene en cuenta las relaciones existentes entre sistema social y los demás. Se puede estudiar la comunicación desde TS si se acepta a ésta como sistema que interactúa con el sistema social.
- (b) Ningún sistema se modifica sin el apoyo de otro exterior. En el caso de la comunicación se puede modificar por influencia de otros sistemas exteriores como el sistema de necesidades, sistema de normas ubicadas a nivel biológico, social y axiológico.
- (c) Ningún sistema se puede estudiar de manera aislada.

**(d)** Existe relación recíproca entre el sistema que se estudian y su entorno (*Umwelt*)

La teoría de sistemas supuso una verdadera revolución metodológica y epistémico en las ciencias. La aportación de la TS consiste en señalar la necesidad de estudiar el objeto como un sistema que interactúa solidariamente con el medio ambiente (*Umwelt*); considera el sistema total como sistema productivo y reproductivo. En el siguiente tema nos introduciremos con más detalle a la TS solamente mencionamos que su primera aplicación al campo de la comunicación interpersonal fue realizada en el seno de la Escuela de Palo Alto. El libro principal donde los autores de esta “universidad invisible” dejan ver algunos de sus postulados en *La Teoría de la Comunicación Humana* (Cf. Watzlawick, Beavin y Jackson, 1981): los componentes del modelo que toma en cuenta son **(a)** las personas que interactúan en la relación comunicativa (la imagen que tienen de sí mismo, del otro); **(b)** las otras personas, como objeto de la relación comunicativa, **(c)** las reacciones de cada persona a la imagen que se hace del otro a la presuposición que se hace de cómo le ve el otro; **(d)** las respuestas que la persona da al otro como consecuencia de las reacciones dadas; **(e)** los propios fines que cada quien persigue en la interacción y en la representación que se hace de los fines que persigue el otro; **(f)** la manera en la que cada persona interpreta que el otro valora los fines. En suma que estos componentes básicos son los actores, los mensajes, las imágenes y los fines.

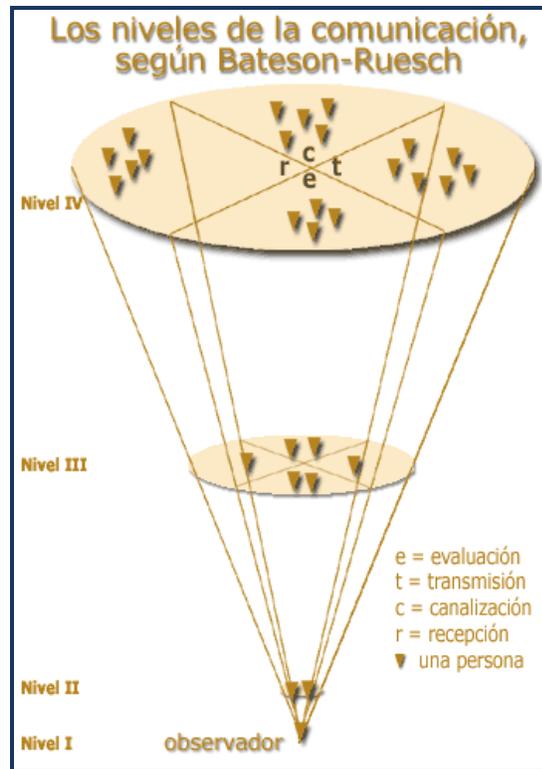
Este modelo supone un cambio al modelo empírico-positivista (representado básicamente en lo que hemos llamado “paradigma dominante”) y propone nuevos criterios para hablar de interdiálogo e integración de las ciencias (Cf. Bertalanffy, 1976). Aquí tenemos una gama muy variada para definir a un edu-comunicador y la comunicación: por principio remite a un *sistema-contexto* que busca comprender para intervenir, es un modelo mucho más abierta que los instrumentales y más que dar importancia (lo cual ciertamente sucede en la primera cibernética, no así en la segunda) por su origen al canal, se hace tomando en cuenta todos los componentes que participan.

Colocamos como ejemplo el modelo Gregory Bateson —a quien hemos aludido en el capítulo anterior— que fue el autor-puente entre la cibernética más matemática e ingenieril, hacia la psiquiatría primero y luego vía Escuela de Palo Alto la psicología y las ciencias

humanas. Las bases de su modelo hay que buscarlas en el estudio que hace de las ciencias del comportamiento cuando buscaba una teoría general del aprendizaje y el estudio que hizo sobre la esquizofrenia en los cincuenta de la que saldría la teoría del doble vínculo que postula el origen de esta enfermedad como una patología que proviene del contexto de patrones e reacciones recurrente de los sistemas vitales que desempeña el individuo, lo que lleva a ligar esta situación con problemas de comunicación. El libro donde justamente explica el modelo que ahora mencionamos se llama *Comunicación, la matriz social de la psiquiatría*; es una manera de decir que en la comunicación se encuentra el fundamento para estudiar la actividad humana.

Bateson veía la comunicación como la matriz en la que encajan todas las actividades humanas, ésta aparece reconstruida y toda la teoría de comunicación tiene que revisarse. Durante la interacción se pueden analizar una rápida velocidad en el cambio de sus distintos niveles y funciones. La comunicación (entendida con una preocupación cultural) se puede ver como un conjunto de redes (siempre en perspectiva integradora y sistémica) que va desde la red intrapersonal, interpersonal, grupal y cultural del cual se desprende la impronta de esa primera cibernética wieneriana y la forma como la cultura se puede ver en tanto articulaciones de circuitos. La comunicación es un conjunto de procesos que serán perceptibles de acuerdo a la posición del sujeto y siempre ese lugar de ubicación le presentará al observador en espectro del conjunto. Cada posición presenta limitaciones y posibilidades. El centro desde el cual miramos y analizamos la comunicación tiene que ser visto como algo fluctuante y oscilante en el que durante el análisis se echa fugaces vistazos a distintos niveles y con distintas funciones. La comunicación se verá como un fenómeno extremadamente dinámico, compuesto por varios niveles como se aprecia en La Figura 3.1 cuya imagen hemos tomado del portal académico “Infoamerica” (Infoamerica) la cual a su vez aparece originalmente en Bateson G. y Ruesch J (1984: 227):

Figura 3.1



La explicación de Bateson es en este libro desde el antropólogo-etnólogo y el interesado en temas psiquiátrico. De hecho el prototipo de este “observador externo” es un “psiquiatra”, que tiene que realizar inferencias a distintos niveles, identificar funciones; todo ello se va ver afectado por la propia posición del observador. Esta posición va afectar la interpretación de la situación social a partir de los siguientes procesos: de la “percepción de los otros”, de la posición de cada participante y de su función, de la identificación de las reglas pertenecientes a la situación social, de la identificación de roles en cada situación.

### 3.3.2 Modelos y enfoques fenomenológicos e interpretativos.

Esta perspectiva integra una serie de escuelas y corrientes que tienen una fuerte preocupación por la interacción. Es un esquema que no aparece con frecuencia en los

manuales de teorías de comunicación porque su objeto no son los medios, aunque eso no significa que no sean aplicables al estudio de los medios.

Rodrigo-Alsina (2001: 163) integra en los enfoques interpretativos al interaccionismo simbólico, la micro-sociología de Goffman, el construccionismo, la etnometodología y la Escuela de Palo de Alto (que nosotros hemos colocado en los enfoques sistémicos y cibernéticos y que no mencionaremos aquí). Estos enfoques se aplican a la comunicación al estudio de la interacción, a la intersubjetividad de las relaciones sociales. La interacción permite que al compartir los significados lo que le atribuimos a los hechos sociales.

En estos enfoques interpretativos se ve al sujeto como activo, realizando una serie de procesos y ajusta para negociar, imponer o entender. Todas estas preguntas plantean el problema de saber qué es conocimiento en comunicación, cómo se produce, cómo se estudia. La pregunta sobre el conocimiento, el método o los caminos para su constitución encuentran por una parte la fenomenología y la sociología interpretativa y comprensiva. Husserl y Weber quienes empiezan a suscitar esta nueva vía. El nivel micro adquiere el lugar privilegiado y eso solo puede estudiar en la interacción de la vida cotidiana. Se origina un desplazamiento o giro, ello no quiere decir que se abandone la pregunta por el orden social: ¿qué es lo que hace posible la constitución del orden social?

El lugar del análisis social no es la institución, sino la interpretación. La interpretación es intersubjetiva, su propósito: asignar significado a la acción que se produce en la actividad o práctica cotidiana, es en la conversación donde se da el orden social y el significado de las acciones. En ello la relación acción-lenguaje adquiere una importancia vital y es uno de los ejes más problemáticos en las ciencias sociales. Por mucho tiempo se consideraron como autónomos, pero con las propuestas fenomenológicas e interpretativas se vuelven articular, como lo veremos en la revisión sobre etnometodología en donde aparecen ineludible e inevitablemente conectadas.

La sociología fenomenológica de Schütz (1972) se centra en la intersubjetividad, en la que se intenta responder a la pregunta, cómo conocemos otras mentes, cómo conocemos otros *self*, cómo se produce la reciprocidad de perspectivas, cómo se produce la comprensión y la comunicación recíproca. El mundo intersubjetivo no es privado, es común a todos; existe

porque vivimos en él. La intersubjetividad existe en el presente vivido en que nos hablamos y escuchamos unos a otros. La simultaneidad es la esencial de la intersubjetividad, significa que captamos la subjetividad del otro al mismo tiempo que podemos vivir nuestro propio flujo de consciente. A Schütz no le interesaba el modo físico de la interacción, sino la manera en que se comprende recíprocamente su conciencia, la forma en que se relacionan unas con otros.

Una de las traducciones al pensamiento social es la obra de Berger y Luckmann (1999), discípulos de Schütz. El núcleo de esta obra se encuentra en la afirmación de que los sujetos crean la sociedad y de que ésta se convierte en una realidad objetiva que, a la vez, crea a los sujetos: “La sociedad es un producto humano. La sociedad es una realidad objetiva, el hombre es un producto social” (Berger y Luckmann, 1999: 61). Para estos autores los actores sociales perciben la realidad social como independiente de sus propias aprehensiones. La realidad, por tanto, aparece ya objetivada, como algo impuesto a los sujetos. Para la objetivación de la realidad es fundamental tomar en cuenta el lenguaje, que en Berger y Luckmann se erige como el medio básico para proveer a los sujetos de las objetivaciones indispensables, como el elemento que dispone el orden dentro del cual la realidad de la vida cotidiana adquiere sentido para las personas.

Otro enfoque que se desarrolló de manera paralela a la fenomenología de Schütz, fue el interaccionismo simbólico (IS), desarrollado por la Escuela de Chicago. El IS es una de las orientaciones metodológicas que comparten las ideas básicas del proceso hermenéutico, o interpretativo. Trata de comprender el proceso de asignación de símbolos con significado al lenguaje hablado o escrito y al comportamiento en la interacción social. El IS se puede considerar como la escuela más influyente y exitosa de sociología interpretativa, si este éxito lo evaluamos por el volumen de trabajos empíricos publicados y por la integración de la teoría y el método (Martínez, 2003). La ideología fundamental del IS tanto teórica como metodológica, fue estructurada por Herbert Blumer a finales de los treinta con su amplia influencia, a través de la docencia, en las Universidades de Chicago y Berkeley.

Para el IS, mediante la interacción permanente, vamos construyendo el sentido de las situaciones sociales de la vida cotidiana, que establecen lo que los demás esperan de

nosotros y lo que nosotros esperamos de ellos. Cuando Blumer señala que la vida de “todo grupo humano se basa y depende de la adaptación recíproca de las líneas de acción de los distintos miembros del grupo. La articulación de dichas líneas origina y constituye la “acción conjunta” es decir, una organización comunitaria de comportamiento basada en los diferentes actos de los diversos participantes”. En la mayoría de las situaciones en que las personas actúan con respecto a otras, los individuos cuentan de antemano con un profundo conocimiento del modo en que han de comportarse y cómo se comportarán los demás. Frente al conductismo el IS considera que la conducta no es una respuesta automática a los estímulos de origen externo sino que es una construcción subjetiva sobre uno mismo, sobre los otros y sobre las exigencias sociales que se producen en las situaciones de vida cotidiana.

En sus postulados el IS destaca la naturaleza simbólica de la vida social. La finalidad principal de los estudios que se realizaron desde esta perspectiva fue el estudio de la interpretación por parte de los actores de los símbolos nacidos de sus actividades interactivas. En este sentido se pueden establecer tres premisas del IS

- a) Los humanos actúan respecto de las cosas sobre la base de las significaciones que estas cosas tiene para ellos, o lo que es lo mismo, la gente actúa sobre la base del significado que atribuye a los objetos y situaciones que le rodean.
- b) La significación de estas cosas deriva o surge, de la interacción social que un individuo tiene con los demás actores.
- c) Estas significaciones se utilizan como un proceso de interpretación efectuado por la persona en su relación con las cosas que encuentra, y se modifican a través de dicho proceso.

Un punto nodal de este enfoque va ser la obra del sociólogo canadiense Erving Goffman quien actualiza el IS, además su singularidad pide y justifica ser tratado aparte como alguien que ofrece una perspectiva singular sobre la interacción en la vida social y es un puente

entre el IS y la Escuela de Palo Alto aun cuando él mismo no se haya ubicado en ninguno de estos espacios; como tantos otros odiaba ser estigmatizado según categorías o etiquetas.

En una de sus obras principales *Frame Analysis* señala que el libro trata de la organización de la experiencia de la persona individual; no pretende estudiar ni la organización de la estructura social, en ese sentido el autor ha sido considerado como un microsociólogo. A este sociólogo canadiense le interesa estudiar la “dramaturgia social” que le lleva a configurar la vida social como actuación o presentación teatral. La vida cotidiana es vista como una escenificación donde el actor se presenta en pública en las ocasiones más rutinarias. Goffman describe las situaciones y cómo se establecen estas relaciones cara a cara en público; así establece un modelo de interacción conversacional bajo las siguientes premisas que Rodrigo- Alsina (2001: 172) resume:

- a) Hay un orden social donde la actividad distinta de diferentes autores se integra en un todo coherente, permitiendo el desarrollo consciente o inconsciente de ciertos fines o funciones globales.
- b) El que un actor contribuya a la interacción es una expectativa legítima por parte de los demás actores que así pueden prever el desarrollo de la acción.
- c) La contribución adecuada de los participantes se garantiza o estimula mediante sanciones positivas y negativas.
- d) Toda manifestación concreta de orden social debe producirse dentro un contexto más amplio.
- e) Cuando no se respetan las reglas, no ninguna parece aplicable, los participantes dejan de saber cómo comportarse y de saber lo que deben esperar del otro.
- f) La persona que infringe las reglas es un contraventor. El que las infringe continuamente es un desviado.
- g) Cuando un actor infringe una regla, debe sentirse culpable o con remordimiento y la persona ofendida debe sentirse justamente ofendida.
- h) Un delito o infracción del orden social requiere urgentemente acciones correctivas que restablezcan el orden amenazado y reparen el daño causado.
- i) Algunos participantes desarrollan tretas y maniobras para, sin violar las reglas del orden social, alcanzar objetivos particulares proscritos por ellas.

La intuición que reside en la obra de Goffman es que las relaciones entre individuos son siempre relaciones de fuerzas basadas en simulacros. En sus orígenes hay que considerar

la gran afición que el autor sentía por el cine de donde se desprende esa concepción dramática y fílmica. A ello hay que unir la convicción de lo social visto no como lo "macro", sino justamente como eso que se mete "hasta la cocina". Lo "social" se infiltra en las acciones más ínfimas de todos los días. Los seres humanos encarnamos papeles, los cambiamos y Goffman se convertirá en un espectador comprometido que pone su oficio al servicio de una visión: no ya observar la vida del grupo objeto de sus investigaciones, sino participar en ella para sacar a la luz las interacciones que no son productos de los individuos que vienen a actualizarlas.

Finalmente en cuanto la etnometodología como otro de los enfoques fenomenológicos e interpretativos, fue utilizado por primera vez por Harold Garfinkel (1967) para denominar la forma de trabajo psicosociológico que estaba realizando en 1954. La "etiqueta" se ha extendido a toda una corriente de la psicología social que se desarrolló a partir de los años sesenta en ciertas universidades californianas, tomando diferentes orientaciones en la investigación y extendiéndose paulatinamente a los ambientes internacionales relacionados con las ciencias sociales.

La etnometodología pretende describir el mundo social tal y como se está continuamente construyendo, emergiendo como realidad objetiva, ordenada, inteligible y familiar. Desde este punto de vista, la etnometodología recomienda no tratar los hechos sociales como cosas, sino considerar su objetividad como una realización social. Considera además, que esta autoorganización del mundo social no se sitúa en el Estado, la política o cualquier superestructura abstracta sino en las actividades prácticas de la vida cotidiana de los miembros de la sociedad. Estas actividades se realizan conjuntamente en las interacciones; y la gente las realiza ateniéndose a los presupuestos y a los tipos de conocimiento propios de la "actitud natural".

La *etnometodología* no se centra tanto en el *qué* de las realidades humanas cotidianas (qué se hace o deja de hacerse), sino en el *cómo*, es decir, en la *modalidad* de su ejecución,

desenvolvimiento y realización, que puede ser en gran parte un proceso que se desarrolla bajo el umbral de la conciencia, una estructura subyacente que determina la realidad social. De aquí, que la etnometodología sostenga que en las ciencias sociales todo es *interpretación*

y que “nada habla por sí mismo”; que todo investigador cualitativo se enfrenta a un montón de impresiones, documentos y notas de campo que lo desafían a buscarle el sentido o los sentidos que puedan tener. Este “buscarle el sentido” constituye un auténtico *“arte de interpretación”*. El corazón de la etnometodología está en la *interpretación* de las poliédricas y polifacéticas caras que puede tener una realidad humana, ya sea individual, familiar, social o, en general, de cualquier grupo humano.

Como podemos ver en los enfoques sistémicos e interpretativos tenemos como centro a la comunicación interpersonal e interacción social. Con esta mirada concentrada esperamos el lector tenga una idea general que le permitirá leer de otra manera el siguiente capítulo. Hemos sugerido en el prefacio una lectura doble que vaya en sentido lineal e inverso: cuando se concluya el cuarto, regresar a este tercero para buscar por nuevas relaciones. Creemos que en la medida se pueden hacer conexiones entre afirmaciones y enunciados, problemas y preocupaciones, modelos y concepciones epistemológicos, se tiene una postura muy adelantada para hacer de la teoría, como mencionamos al principio del capítulo un instrumental que sea útil, funcional y ayude lo mismo que hacer trabajos que realizar análisis, ya que como ha dicho el crítico literario Gabriel Zaid, nada más práctico, que una buena teoría.

#### **4. Agrupaciones y sistematización. Meta-mirada como estrategia didáctica**

En el capítulo anterior hemos hecho un resumen de algunas teorías en comunicación y su referencia a algunos modelos. En la práctica de la comunicación muchas veces ha prevalecido la mirada inmediata sobre algunas prácticas, en lugar de los axiomas o la perspectiva integradora. Si bien en más de 50 años de pensamiento comunicacional en América Latina tenemos ya una amplia experiencia, con frecuencia los profesores de teorías de comunicación caemos en dar una perspectiva un tanto doctrinaria, a la manera como se

enseñaba en cursos de bachillerato la filosofía, solamente accesible mediante “marcos” o “teorías”, sin que éstos se vinculen directamente a los problemas que estudian, o las distintas semejanzas y diferencias que puede haber entre ellas.

En este capítulo queremos proponer algo que nos puede parecer de suma utilidad tanto para el aprendizaje como para su enseñanza. Creemos que si después de haber tomado varios cursos en teorías de comunicación no se pueden hacer agrupaciones o árboles, al momento de tener algún problema específico no sabremos cómo proceder. Después de haber leído el capítulo anterior el lector tendrá elementos para comprender las agrupaciones que aquí sugerimos. Las ventajas de este ejercicio, cuando después de regresar a los enfoques específicos es que se pueden identificar con más claridad y facilidad sus semejanzas y diferencias.

Antes de proceder a la presentación de esas agrupaciones queremos introducir en el 4.1 una justificación más detallada, que atiende justamente a unas de las contribuciones que nos parece puede aportar la formación en teorías de comunicación a cualquier profesional (de lo que ya comentamos en 2.1).

#### **4.1 De la cultura de información a la importancia de la sistematización y organización en el pensamiento comunicacional.**

Una de las principales limitaciones del pensamiento comunicacional ha sido su relativa dispersión y dificultad para lograr una cierta evolución de forma más o menos articulada, que ahorre tiempo e impida repeticiones, pero que sobre todo ayude a quienes estudian a construir algunas referencias a partir de saberes derivados de las prácticas de investigación. Con el desarrollo de Internet, portales especializados de comunicación, una verdadera ola de encuentros, congresos, coloquios, revistas electrónicas, ha hecho increíblemente más fácil el acceso a la información a cualquier persona interesada en el estudio de la comunicación. De Internet como dispositivo informativo en general, se dice que hay desorden y que eso dificulta encontrar información significativa; lo cual solamente es cierto si no se cuentan con los saberes y medios para buscar la información. En ese sentido, todo este capítulo cuarto sería un intento por ofrecer al lector esos insumos que den significatividad a sus búsquedas y que permita sobre todo articular la información electrónica a la impresa.

Los nuevos entornos que vivimos configuran nuevos sistemas de relaciones; la arquitectura del ciberespacio repercute sobre los modos de organizarse, además que tales modos influyen en el espacio real. El ciberespacio es un mundo contenido en el mundo real y en interacción constante; los sujetos del ciber mundo son los del mundo real, que transforman sus relaciones y sus modos de producción de conocimiento por su contacto con las virtuales y se genera un movimiento dialecto (que explicaría desde la teoría de los usos sociales cómo estos usos se transforman y cambian). Toda inmersión a bases de datos (bancarias, bibliotecarias, pago de servicios, cualquier consulta...) es ya una nueva interacción; esas transacciones también van a parar a bases de datos, inciden sobre la forma de relación usuario-cajero, investigador-dependiente, etc.

Sugerimos la idea como principio formativo la de elaborar sistemas de información. En cuanto a la primera consiste de manera sucinta en la *generación de sistemas de información* que sirvan como plataformas generativas para el diseño, evaluación y prospectivas que compete a los actores involucrados en los procesos y entornos enseñanza-aprendizaje. En general no existe en nuestros países una cultura de información que lleve a la formación constante y creciente de bases de datos. Los sistemas de información no significan mera acumulación de datos; constituyen herramientas y operadores para ver, ordenar, preservar y potenciar el saber no conocido. Sistemas de información hechos a la medida, donde el saber, ese capital específico, que se ha ido acumulando en los entornos educativos se alimenta y del cual todos los actores podemos obtener un beneficio, recuperarlo, usarlo, “ganar tiempo”, articular más efectivamente acciones, disponer de mayor información para la toma de decisiones.

En el caso del pensamiento comunicacional ha habido una cierta dificultad para organizar el saber especializado en el área. No siempre los manuales en teorías de comunicación nos ofrecen miradas integrales, que como mapas de un territorio, nos permiten movernos, una vez que conocemos algunos caminos, de manera un poco más libre: de lo general a lo particular; de los grandes temas a los conceptos específicos, de los problemas a los fundamentos conceptuales, de los autores actuales a sus fuentes y genealogías.

El pensamiento comunicación tiene una serie de características en su configuración. El primer rasgo es su extrema juventud, eso hace que por ejemplo el concepto de “autores

clásicos” sea más difícil de lo que parece. Si la sociología tiene extrema claridad sobre quiénes son sus autores clásicos (Marx, Weber, Durkheim...), no así la comunicación, ya que muchos autores relevantes o bien siguen vivos o acaban de morir. Lo más cercano a lo clásico probablemente sea el movimiento de investigadores quienes poco antes de la II Guerra Mundial comenzaron a investigar los fenómenos de la comunicación masiva. El primer centro de investigación sobre comunicaciones sociales es de 1938, en la Universidad Princeton que se dio a la tarea de investigar las formas de recepción en las radionovelas. Un conjunto de universidades, sobre todo en el este de los EE.UU. desarrollaron áreas o departamentos donde la comunicación masiva fue lentamente aceptada.

Al no haber “clásicos” formalmente, no hay cátedras dedicadas a ellos, no hay “obras completas” que faciliten el desarrollo de su pensamiento, ni mucho menos especialistas que transmitan los significados dominantes de su interpretación. Muchos de los autores que podríamos considerar clásicos (Lasswell y Lazarsfeld, Schramm o Hovland), no tuvieron “el libro”. Procedieron varios de estos autores mediante artículos, participando en decenas de antologías. Existen ciertamente estudios muy importantes que aceptan sin problema el título de “clásicos” (por ejemplo *The people choice*) pero que o bien se tradujeron tardíamente o cuando se ha hecho, no se reedita, de tal forma que no es infrecuente que un estudiante de comunicación pueda concluir sus estudios sin haber leído un artículo completo de estos autores. La historia de la bibliografía, de los libros y su distribución, de las bibliotecas y las librerías es central en ocasiones para saber qué se ha leído y por qué. En ocasiones lo que leen los investigadores (aceptados y reconocidos como tal) para producir el conocimiento básico en comunicación es muy distinto a lo que se leen en las aulas para formar a los profesionales de la comunicación a los jóvenes investigadores. Hay muy pocos consensos sobre ciertas cosas, entre ellas, para nombrar a los propios clásicos, las teorías y sus fundamentos. Ya en el capítulo anterior hemos intentado movernos entre una perspectiva amplia y las miradas convencionales que subsisten en nuestros planes y programas de estudio.

Algo de lo que prescinde en lo general el pensamiento de la comunicación es el hecho de líneas en la historia del pensamiento comunicacional. No es casual que los libros de historias en teorías sean muy pocos, a no decir de diccionarios de comunicación en castellano y

demás instrumentos formativos. El primero de que tenemos noticia en el campo hispanoamericano de la comunicación es el texto de Miquel de Moragas (1981), quien hace un repaso al pensamiento de la comunicación en Europa, e incluye, generosamente, un apartado sobre América Latina con la que ha tenido alguna relación. El libro repasa por países el estado de los medios y cómo surgieron medios académicos para su estudio; diferencia el estado de las comunicaciones en Europa occidental, EE.UU. y la Europa por entonces socialista. El libro posee cinco grandes apartados, los primeros tres dispuestos al repaso del estado de la cuestión en los distintos países mencionados; la cuarta sección se dedica a revisar los trabajos auspiciados por la UNESCO, dentro de una tradición que fue dominante en la década de este texto, “la comunicación para el desarrollo”. Moragas hace un comentario al célebre informe Mc Bride. En la quinta parte Moragas hace algo que deberíamos replicar en nuestros países del hemisferio: analizar el fenómeno de la investigación de la comunicación en su país. Su intento representa una intención por documentar una síntesis que dé cuenta de las transformaciones de la dictadura a la democracia y cómo este proceso va desencadenando en la aparición de facultades de ciencias de la información.

Más recientemente tenemos un libro de teorías que se ha convertido rápidamente si no en un *best-seller* (es difícil que un libro de historia de teorías lo haga), en un documento de referencia, que de acuerdo a nuestro estudio sobre currículo académico y programas en teorías de comunicación vemos muy frecuentemente citado. Se trata de *Historia de las teorías de comunicación en América Latina* (Cf. Mattelart y Mattelart 1997), obra introductoria que de forma sintética a la construcción de las ciencias de la comunicación como un campo de conocimiento interdisciplinario. Las principales teorías abordadas son el funcionalismo, la teoría matemática y la economía. En el último capítulo apunta hacia la emergencia y consolidación de los nuevos medios de comunicación en la denominada sociedad-red. Aparte de estos enfoques se hace mención a teoría conocidas como el “doble flujo”, los aportes de la cibernética y su influencia en la Escuela de Palo Alto, el estructuralismo, las teorías lingüísticas aplicadas a la comunicación social, la teoría de los aparatos ideológicos de Althusser, los estudios culturales, los estudios de recepción, el imperialismo cultural, la pragmática universalista de Habermas, entre otras.

En resumen, la sistematización del pensamiento comunicacional ayuda a construir una historia de las teorías, precisa sus objetos, orientaciones y tendencias; relaciona los subsistemas vinculados al conocimiento, como son las editoriales, los libros, las trayectorias de los autores. También le permite al estudiante poder relacionar más efectivamente todo el sistema de información que va recibiendo a lo largo de su formación. Aunque en el capítulo 5 del libro tendremos oportunidad de detallar más las premisas a propósito de su aplicación en el estudio de los medios, conviene esta primera lectura que permitirá identificar semejanzas y diferencias, así como aplicaciones a preocupaciones específicas que sobre los medios pueda tener el estudiante.

## **4.2 Tres agrupaciones**

### **4.2.1 La agrupación básica o mirada a tres.**

Tal vez fue Aristóteles en su *Arte Retórica* el primero en señalar que los problemas de comunicación son básicamente de tres órdenes: producción, discurso o audiencia a partir de su célebre modelo. En el índice del *Arte Retórica*, se puede ver como aborda de manera integral asuntos relacionados al orador, el lenguaje y el receptor en cada uno de sus tres apartados. Muy claramente en el segundo libro analiza los tópicos, entimemas y formas de refutación. Parece que desde entonces resulta cómodo concebir a la comunicación (en general) por los asuntos vinculados a la producción, el mensaje y la audiencia.

Al llevar esta agrupación al campo de las teorías e investigación sobre comunicación de masas el investigador José Carlos Lozano (1996) procede a agrupar las teorías de comunicación colectiva por estos tres aspectos (ver Cuadro 4.1): emisor, mensaje, receptor. Una lectura atenta nos muestra que sigue habiendo carencias y limitaciones; de hecho el autor no ha incluido en este cuadro a las semióticas y estructuralismos (no digamos autores como Moles), los cuales de hecho menciona aun cuando no reflexiona detenidamente. Proponemos como hipótesis que este esquema resulta como el instrumento de mayor brevedad con el que un curso sobre teorías de comunicación colectiva cuenta. Sólo sustentarlo como hipótesis ya lleva a hacer comentarios sobre la ausencia de algunas corrientes cualitativas en el estudio de algún subsistema dentro del sistema de comunicación o proceso más.

**Cuadro 4.1**

<b>EMISOR</b>	<b>MENSAJE</b>	<b>RECEPTOR</b>
Sociología de la producción de mensajes. Economía política Imperialismo Cultural	Análisis del Cultivo Establecimiento de agenda. Imperialismo cultural Estudios Culturales	Análisis del Cultivo Establecimiento de Agenda. Usos y Gratificaciones Estudios Culturales.

El libro de Lozano (1996: 215), a diferencia de lo que decíamos arriba (como seguramente las habrá en casi todos los países de la región) con respecto a conclusiones en libros de comunicación, sí presenta un comentario al final de su texto que lleva una intención más o menos integradora. En las tres últimas páginas, antes de la bibliografía general el autor incluye un comentario donde él mismo aclara que su objeto central han sido marcos que den cuenta en algún modo y grado sobre el impacto, usos y funciones de los sistemas de comunicación de masas en las sociedades contemporáneas.

La diversidad de enfoques que reconoce el autor, lejos de ser una debilidad o deficiencia, reflejan la subjetividad y naturaleza cambiante de los procesos dentro de la comunicación. Lozano describe esa pluralidad ante la complejidad de los fenómenos que estudian; reconoce que en su clasificación usó un esquema lineal que no refleja adecuadamente la interrelación de los distintos procesos que intervienen en la producción y apropiación de los mensajes mediáticos, pero decidió sacrificar la complejidad por un beneficio didáctico y de uso para el aula, donde quizá radique el éxito de su consumo.

El texto reconoce la mirada sobre todo sociológica en la que se basa el estudio de la comunicación, que más que una ciencia es un objeto de conocimiento. Advierte que el esquema de teorías puede dar la impresión que no se ha tomado en cuenta de manera suficiente los aspectos de contexto sociocultural; pero señala cómo muchas de las respuestas a los cuestionamientos de la organización, contenido y apropiación de los medios, se encuentra fuera de estos últimos.

El libro resume finalmente cuatro aspectos para definir el estado actual de las teorías y la investigación de la comunicación colectiva: **(a)** la reconsideración de los efectos de los medios a largo plazo que se han alejado de perspectivas en exceso optimistas de sus contrapartes previas (como las teorías “influencia personal”, “funcionalismo”, “usos y gratificaciones”); **(b)** la reconsideración de la actividad de la audiencia por parte de los enfoques críticos que se han alejado del exagerado pesimismo de anteriores enfoques en esta perspectiva (como el “imperialismo cultural”, “economía política”); **(c)** la combinación de técnicas “cuantitativas” y “cualitativas” que muchos de los nuevos enfoques realizan y finalmente **(d)** la complejización de los estudios de comunicación que cada vez toman en cuenta variables más sutiles y elaboradas como las *mediaciones*, la *polisemia*, los condicionamiento *micro* y *macro*, las características sociodemográficas, etc.

Nos parece que este manual tiene entre sus varias virtudes la de su honestidad y claridad con la que el autor nombra las cosas (decir que la comunicación es una disciplina, un objeto de conocimiento, por ejemplo), la de su operación para las ingentes preocupaciones de cientos de profesores en teorías en comunicación que no siempre provienen de los campos (al menos en México) especializados para facilitar procesos de aprendizaje. Es cierto, la limitación en cuanto a otros enfoques interpretativos, socio-semióticos, etc., que el autor ha dejado de lado y quedan por completar en este repaso.

#### **4.2.2 La propuesta de Juan José Igartua y Maria Luisa Humanes**

En su reciente trabajo Igartua y Humanes (2004: 38 y 39) que es sin duda de los manuales de teorías sobre comunicación (centrados en medios) que conocemos escritos originalmente en castellano. Los autores, profesores de la Universidad de Salamanca, realizan un ejercicio de integración muy sugerente. En las primeras 100 páginas de su texto elaboran cuadros (ver Cuadro 4.2) que contienen agrupaciones sugerentes que no habíamos visto en otros manuales sobre teorías de comunicación aplicada medularmente al estudio de los efectos psico-sociales de la comunicación. Parten del hecho que en las ciencias sociales los niveles de análisis se han conceptualizado como referencia a dos ejes: el que ordena la realidad social desde los fenómenos “micro” (pequeña escala como el individuo o la familia) a los

“macro” (los sistemas sociales, la estructural los sistemas políticas, las culturas) y el que considera la dimensión objetiva (hechos materiales) y subjetivo (mundo de las ideas, del pensamiento). Los ejes, de acuerdo a estos dos autores dan lugar a cuatro niveles de análisis, macro-objetivo, macro-subjetivo; micro-objetivo, micro-subjetivo, que nos presenta el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.2**

<b>MACRO-OBJETIVO</b>	<b>MACRO-SUBJETIVO</b>
Estructural –Funcionalismo Economía política de los medios Estructuralismo y Pos- estructuralismo Teoría del Medios (MacLuhan)	Establecimiento de la Agenda Espiral del Silencio Escuela de Frankfurt Pragmatismo-Escuela de Chicago Estudios Culturales Teoría del Medio (MacLuhan)
<b>MICRO-OBJETIVO</b>	<b>MICRO-SUBJETIVO</b>
Teoría de la Sociedad de Masas Usos y gratificaciones Psicología de los Medios Estudios Culturales	Pragmatismo-Escuela de Chicago Estudios Culturales Interaccionismo Simbólico Psicología de los Medios

Igartua y Humanes vuelven a subdividir las teorías (ver Cuadro 4.3, tomado de Igartua y Humanes 2004: 39) mediante otro cuadro (modalidad del anterior), con lo cual delimitan sus objetos y tópicos de estudios. Como se puede ver las agrupaciones no son puras porque hay teorías que se ubican en más de un cuadrante; de hecho el cuadro mismo es un ejercicio que puede ser sujeto a discusión. Esta división puede darnos elementos para la reflexión crítica en nuestros cursos de teoría de la comunicación social, así como integraciones que nos lleven a un manejo más reflexivo sobre los enfoques, problemas y temas.

Cuadro 4.3

<b>MACRO-OBJETIVO</b>	<b>MACRO-SUBJETIVO</b>
Tecnologías de la comunicación Políticas de comunicación Economía de los medios Análisis de textos mediáticos	Efectos sociales (opinión pública, mediatización de la política) Efectos culturales (ideologías, socialización)
<b>MICRO-OBJETIVO</b>	<b>MICRO-SUBJETIVO</b>
Formas de consumo de las audiencias Composición de las audiencias Sociología de la profesionales de los medios Actitudes profesionales de los comunicadores	Efectos individuales de los medios (cambios de actitudes, procesamiento de la información) Construcción social de la realidad.

El nombre de algunas teorías cambia o se parafrasean de manera distinta. El lector podrá ver más detalles organizados en el siguiente capítulo sobre algunas de estas teorías. Lo que deja ver este cuadro 4.3 es una serie de tópicos más o menos integrados porque la preocupación de Igartua y Humanes es mediática, la consideración sobre relacionar el enfoque de interés con los tópicos dominantes que ha abordado. Alguien que quisiera reflexionar sobre algún tema, tiene con estos cuadrantes un acercamiento útil y funcional que puede ayudar a iniciar. Los ejes propuestos rompen con la dinámica de los subsistemas comunicativos y dan pie, por ejemplo a uno de los grandes debates en la teoría social, que es la relación entre macro y lo micro, que se entiende a la comunicativa, como un subapartado de la teoría social, puede ser útil e igualmente funcional.

### **4.2.3 La propuesta organizativa del grupo “Hacia una Comunicología Posible”**

Existe un grupo de estudio que se llama “Hacia una Comunicología Posible” (HCP<sup>7</sup>) que parte de otra hipótesis de trabajo (subrayada en el mismo adverbio del nombre): la comunicación es una ciencia; ello implica que tiene unos objetos, una epistemología y métodos particulares que pueden surgir de la psicología o la sociología, pero que pueden diferenciarse de éstas ciencias. El trabajo inició con una extensa revisión histórico-bibliohemerográfica que ha identificado—también como hipótesis— las familias teóricas en la historia el pensamiento comunicacional del siglo XX. Una “fuente histórica” es más que una teoría; remite a una tradición de pensamiento, a una matriz que agrupa y genera familias, conjuntos y redes de micro o macro teorías; estructuras que dan pie a genealogías y desprende marcos explicativos o teóricos. Estas primeras siete fuentes identificadas por HCP son: Economía Política, Semio-Lingüística, Sociología Funcionalista, Sociología Fenomenológica, Sociología Crítica-cultural, Psicología Social y Cibernética. Los temas que generalmente estas corrientes han abordado son los siguientes. El lector puede ver las diferencias (algunas marcadas) si compara los cuadros 4.2 y 4.3 con éste:

---

<sup>7</sup> Encabezado por el Dr. Jesús Galindo de la Universidad Veracruzana y Marta Rizo de la naciente Universidad Autónoma de la Ciudad de México. El grupo tiene un portal en Internet [www.geocities.com/comunicologiaposible](http://www.geocities.com/comunicologiaposible), y la página de Jesús Galindo ([www.geocities.com/arewara/arewara.htm](http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm)) y de Marta Rizo (<http://www.geocities.com/mrizog/>).

**Veinte formas de nombrar a los medios masivos.**

**Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social**

**Cuadro 4.4**

FUENTE HISTÓRICA	TEMÁTICAS
Sociología Funcionalista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efecto de los medios de difusión.</li> <li>• Agenda setting.</li> <li>• Análisis de contenido de los mensajes.</li> <li>• Difusión de información.</li> <li>• Usos y gratificaciones.</li> <li>• Audiencia de medios.</li> </ul>
Sociología Crítica Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrias culturales y cultura de masas.</li> <li>• Ideología y difusión masiva de mensajes.</li> <li>• Consumo cultural.</li> <li>• Análisis de la recepción.</li> <li>• Identidad socio-cultural.</li> <li>• Medios de difusión y minorías: mujeres, jóvenes, etnias, gays, y otras.</li> </ul>
Sociología femenológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de la acción y los escenarios sociales.</li> <li>• Ritualización de la vida social.</li> <li>• La interacción social.</li> <li>• El grupo de referencia y la organización social.</li> <li>• Etnometodología de la vida social.</li> </ul>
Psicología Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportamiento e influencia social.</li> <li>• Los grupos y las relaciones sociales.</li> <li>• El liderazgo y el control social.</li> <li>• Relaciones humanas y desarrollo de la persona.</li> <li>• La opinión pública.</li> <li>• Significado y percepción.</li> <li>• Intersubjetividad y relaciones sociales.</li> </ul>
Economía política	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El imperialismo capitalista cultural y los medios de difusión.</li> <li>• Análisis de la información como mercancía.</li> <li>• Medios de difusión y control de la información.</li> <li>• La globalización.</li> <li>• La dependencia y la dominación cultural.</li> </ul>
Semio-Linguística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funciones del lenguaje.</li> <li>• Análisis textual de mensajes.</li> <li>• Análisis del discurso.</li> <li>• Pragmática de la interacción.</li> <li>• Semiótica de la imagen.</li> <li>• Semiosis y vida social.</li> </ul>
Cibernética	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis matemático de la información.</li> <li>• Análisis de mediaciones.</li> <li>• Relaciones y vínculos en la familia.</li> <li>• Autonomía y diferenciación sistémica.</li> <li>• Análisis de redes sociales.</li> </ul>

De manera muy reciente Marta Rizo (2005) ha realizado una descripción de algunos manuales en teorías de comunicación para hacer el ejercicio sobre qué teorías citan dichos manuales. En el Cuadro 4.5, la autora sintetiza las teorías de algunos manuales que son: Toussaint (1975), Moragas (1981), Mattelart y Mattelart (1997) y Rodrigo-Alsina (1995). Rizo recupera la nomenclatura del grupo “Hacia una comunicología posible” y cómo, con base a este criterio, aparecen las fuentes en los manuales analizados. De los 20 manuales estudiados por la investigadora hispano-mexicana, tomamos solamente algunos a manera de ejemplo 4 de los 20:

**Cuadro 4.5**

<b>Obra</b>	<b>Nombres de la Teoría</b>	<b>Fuentes Histórica HCP</b>
Toussaint (1975)	Funcionalismo	Sociología funcionalista
	Estructuralismo	Semio-lingüística
	Marxismo	Sociología crítica o Economía Política
Moragas (1981)	Laswell y Lazarsfeld, <i>Mass Communication Research</i>	Sociología funcionalista
	Psicología de los efectos	Psicología Social
	Estudio sobre cultural de masas	Sociología crítica-cultural
	Imperialismo	Economía Política
	Estructuralismo	Semio-lingüística
	Semiótica y Comunicación de masas	Semio-lingüística
Mattelart y Mattelart (1997)	Psicología de las multitudes	Psicología Social
	Escuela de Chicago	Psicología Social
	<i>Mass Communication Research</i>	Sociología Funcionalista
	Teoría de la Información	Cibernética
	Teoría crítica	Sociología Crítica cultural
	Estructuralismo	Semio-lingüística
	Estudios Culturales	Sociología Crítica cultural
	Etno-metodologías	Sociología Fenomenológica
	Teoría de Acción comunicativa	Sociología Fenomenológica
Etnografía de Audiencias	Sociología funcionalista.	
Rodrigo Alsina (1995)	Modelo de Lasswell	Sociología Funcionalista
	Modelos de Shannon	Cibernética
	<i>Modelo de Schramm</i>	Sociología Funcionalista
	Modelo de Jakobson	Semio-lingüística
	Modelo de Maletzcke	Psicología social
	Modelo Socio-semiótico	Semio-lingüística

Aquí vemos cómo el libro de Toussaint (de los setenta) recupera la división convencional que hemos mencionado ampliamente en el capítulo anterior. De ahí existen otras tipologías y formas cuya diversidad se deja ver en estos ejemplos. El lector puede comprobar la diversidad que existen para nombrar teorías. No hay un procedimiento canónico y por ello es necesario tener esquemas abarcadores que nos ayude a evaluar dichos enfoques, a conocer sus relaciones y a ver cómo en proyectos de investigación se pueden usar.

En sus conclusiones integrales a su trabajo, Rizo señala que la “Sociología funcionalista” es la fuente teórica predominante en las obras. Luego vienen la fuente “semio-lingüística” y la “sociología crítica-cultural” lo que puede corresponder a la difusión de las teorías de acuerdo al viejo patrón “funcionalismo”, “marxismo”, “estructuralismo” que bajo nombres más precisos del grupo HCP identifica. El resto de las fuentes históricas ocupan una importancia menor en los libros analizados, siendo la “sociología fenomenológica” la fuente teórica con menor número de referencias, entre otras causas porque la idea de comunicación como interacción, no aparecen fuertemente referidas en la concepción teórica de la comunicación (al menos en estos libros). En una situación pero a la “sociología fenomenológica”, la cibernética no tiene desarrollo alguno y es apenas una evocación histórica en la segunda post-guerra. Dentro de los objetos, lo relacionado con “difusión” y “estructuración” (organización del pensamiento comunicativo, cuestiones vinculadas con definiciones, precisión de contextos, etc.) en general es lo más relevante. Luego los aspectos con “expresión” y finalmente “interacción” (hemos explicado estos conceptos en el 1.1 que es el macro-objeto).

Rizo (2005) concluye que la ciencia de la comunicación se ha construido fundamentalmente a partir de las aportaciones de la sociología, en las vertientes de sociología funcionalista y sociología crítica-cultural, de ahí que los medios sean el objeto de estudio por excelencia de las ciencias de la comunicación. La teoría que se difunde en manuales y bibliografías de teorías de comunicación sigue siendo principalmente sociológica.

Las teorías relacionadas con la “economía política” abordan temas vinculados con la propiedad y concentración de las industrias mediáticas, por un lado, y con temas más amplios como la globalización económica y mediática y el imperialismo cultural, por el otro. Los medios se encuentran al centro de esta reflexión. Los enfoques cibernéticos (ciencia inaugurada por Norbert Wiener a finales de los cuarenta) tienen poca presencia, y en casi la

totalidad de referencias que hay en los manuales aparece nombrada bajo el título de teoría de la información, lo cual reduce la propuesta cibernética al modelo clásico de transmisión de información propuesto por Shannon y Weaver (1948). Finalmente la psicología social y la sociología fenomenológica aparecen escasamente representadas, aun y cuando estos enfoques abordan todo lo relacionado con la interacción, los fenómenos de comunicación interpersonal, la intersubjetividad y las redes sociales, temas que nos parecen cruciales para la construcción de una ciencia de la comunicación, sobre todo tomando en cuenta la definición originaria de la comunicación, que pone el acento en su carácter de comunión, vínculo y comunidad.

Si comparamos los cuadros 4.2 y 4.3 con la 4.5, ya podemos ver cómo las tradiciones de pensamiento y lenguaje juegan un papel en la construcción del discurso didáctico y teórico; estos escenarios discursivos responden a objetivos, a estructuras institucionales y a usos de los marcos de referencia. Pero la agrupación es indicativa, porque cuando alguien tiene una pregunta sobre los medios, y prácticas comunicativas la idea del todo puede ayudar en la elección metodológica.

La división “macro / meso / micro”, nos parece tiene dos rangos de aplicación: por una parte el tipo de alcance del proceso de comunicación estudiado. De las tipologías que hemos encontrado en la Universidad de Twente (Holanda) (UT)<sup>8</sup>, una división “a tres”, no por los subsistemas comunicativos sino por los niveles de configuración social. La UT en esta tipología incluye a la *teoría de la aguja hipodérmica* como una teoría Macro, eso significa que pretende una explicación amplia a nivel de la estructura social.

Aparte de lo mencionado (división de teorías por subsistema, por objeto o por fuente histórica), las teorías se pueden dividir también por los ámbitos de aplicación como “teorías de comunicación interpersonal”, “comunicación organizacional”, “teorías de comunicación e información tecnológica”, “comunicación y salud”, “teorías lingüísticas y de lenguaje”, “teorías sobre relaciones públicas, marketing y comportamiento del consumidor”). De manera preliminar, podemos afirmar que la diferencia enunciativa de los manuales y la construcción de su objeto guardan una relación para explicar esta diferencia estructural entre manuales en

---

<sup>8</sup> Hemos consultado dicha división en la siguiente liga de la Universidad (University of Twente, 2005)

uno otro idioma. Además estas tradiciones se vincular a estructuras de institucionalización, fenomenología de campo académico, etc. La reflexión previa que hemos hecho nos lleva a afirmar (hipotéticamente) que a mayor desarrollo y organización del campo académico de enseñanza, difusión (publicaciones) e investigación, se precisa y organizan más las teorías explicativas de los problemas que preocupan a esa comunidad científica.

#### **4.3 Notas para el debate y algo sobre retos para la difusión y enseñanza en teorías de comunicación**

A manera de cierre en este apartado proponemos algunos ejes para el debate posterior sobre teoría de comunicación, aun cuando ya estamos en posición de entender el área de la difusión y enseñanza de las teorías de la comunicación como un fenómeno que excede únicamente a los libros o a las características e intereses de sus profesores. Estamos convencidos que la difusión, enseñanza y aprendizaje de teorías posee un alto valor formativo, no por lo que inmediatamente se puede obtener de ellas, sino porque el proceso que supone, los problemas que implica discutir a propósito de su estudio y por los efectos que generan en el lenguaje y el pensamiento de estudiantes, profesores e interesados.

(a) Aun cuando el término “comunicación” pueda ser equívoco por extenso o vago, una estrategia que reduzca umbral de incertidumbre es por una parte la descripción precisa y micro, vinculada con las agrupaciones más amplias. El problema se vincula con los perfiles, porque definir de una manera la comunicación es relacionarla en parte con una concepción de que un estudioso o egresado de esa área presumiblemente puede hacer. Como decía Martín-Barbero en los ochenta: la comunicación no es cuestión de medios, sino de mediaciones. Nosotros podríamos aumentar que es cuestión de mediaciones a distintos niveles lógicos de la realidad, de efectos, interpretaciones y sistemas de información y comunicación.

(b) Al margen de si la comunicación es o no una ciencia, es una discusión que no se puede polarizar entre “ganadores” o “perdedores”. Las teorías sobre comunicación social, forman parte de una más amplia de comunicación, que por cierto pueden relacionarse con dos actitudes, la primera considerar a la comunicación social como un objeto,

disciplina que tendría su parentesco sobre todo en la sociología; la segunda, la comunicación como ciencia, que tiene un parentesco múltiple, mucho más complejo con áreas, disciplinas y espacios conceptuales, pero susceptible de estudiarse y agruparse.

El reto principal, nos parece ampliar el campo de la una vinculación inter-sistémica de modalidades explicativas. No resulta casual que entre filósofos o antropólogos, que han dado un lugar central a la comunicación, al discurso o lenguaje que sean filósofos de muchos otros temas; tal es el caso, en la filosofía alemana de Habermas, Gadamer o Luhmann; o en la tradición estadounidenses los casos antológicos de Mead o Bateson, quienes por cierto (y por desgracia) son grandes ausentes en los manuales de comunicación; más restrictivos, cuanto más se concentran en el estudio de los medios.

- (c) El tema de las teorías, libros y bibliografías no es algo que se encuentra aislado a otros procesos (distribución, estado de la ciencia en cada país, estructura de las instituciones, organización curricular...). Un primer compromiso deseable por parte de los profesores en teorías de comunicación resulta en explicar los nexos entre estos niveles. Parece una operación ajena a los propósito de cualquier curso de teoría o manual de comunicación; pero más allá del los contenidos, este reto deviene de una forma de mirar y analizar la realidad, de promover mas allá de inducción-deducción, la *adbucción* que no es únicamente algo científico. Cualquier cosa que podamos decir sobre los índices en los libros de comunicación guarda relación con otros subsistemas como hemos señalado a la distribución, campo académico, institucionalización del saber y conformación de las redes científicas.
- (d) Un último reto que se encuentra sólo en aparente contradicción con el objeto de este libro. Creemos que una reflexión integral de los propios medios, se logra si el debate se descentra de los medios, como realidades principales para pensar la comunicación. Si todo el debate que proponemos es conveniente para estudios en comunicación social, es porque paradójicamente las teorías sociales de comunicación no pueden explicar por sí solas todos los procesos que operan en los medios, sus discursos y audiencias, a menos que acuden a la filosofía y la socio-antropología, a las ciencias del cerebro y la cognición, etc. Nos parece suponer que lo saludable para cualquier teoría de comunicación es imprescindible, la convergencia y diálogo entre enfoques, procesos, niveles, fuentes históricas de diverso cuño que den cuenta.

En la medida que las teorías sobre medios se centran únicamente en problemas, preguntas y preocupaciones mediáticas, limitan sus posibilidades heurísticas y estrechan las preguntas. La única condición es tener claridad en los planos y niveles, conocer las propias preguntas (y las ajenas), hurgar en el laberinto de nombres y opciones para las teorías aun cuando parte de la honestidad y claridad consiste en reconocer los linderos, los horizontes de la propia mirada como condición para cumplir lo que nos parece el más alto de los destinos: ayudarnos a dialogar mejor, a encontrarnos de formas más flexibles y creativas. No se trata de llegar al final de una pregunta, sino discurrir cómo podemos disfrutarla más, en el cubículo o el aula, en el campo aplicado o el medio profesional, en la reflexión solitaria del trabajo, el intercambio en el congreso o las palabras de un artículo, como éste o cualquier otro.

## **5. Veinte formas de entender a los medios de información y las nuevas tecnologías**

### **Entrada.**

En este capítulo, que en realidad es una segunda parte de todo nuestro libro, reflexionamos sobre algunas formas para comprender a los medios y las nuevas tecnologías de información. A la manera de fichas analíticas repasamos los principales supuestos que han servido para conceptualizar y reflexionar sobre los medios de información colectiva (MIC) y las nuevas tecnologías de información.

En este repaso recuperamos las visiones clásicas seguidas de lo que ha sido algo sobre su continuación en décadas más recientes. Son veinte formas que se incluyen con distintos apartados y subapartados de la siguiente manera los cuatro padres fundadores de los estudios sobre comunicación de masas, cuatro enfoque de la llamada “segunda generación” de estudios en el mismo país; cuatro viñetas críticas, los estudios culturales anglosajones, dos perspectivas semióticas, dos nuevos enfoques culturales, dos mediológicas y la propuesta de Luhmann.

Aunque muchas de estas informaciones se hallan en capítulos estelares en docenas de manuales sobre los medios, aquí puede encontrar el lector los elementos principales que acaso motiven profundizar lo que aquí solamente mencionamos. De la misma manera queremos subrayar los aspectos sustantivos para la comprensión de los medios dentro de estructuras amplias, así —por citar un caso— agrupamos dentro del pensamiento crítico varias viñetas. El lector puede obtener al tiempo de una mirada particular (en caso de leer una viñeta o subapartado aislado), la visión más o menos de conjunto dentro de su agrupación o rubro.

### **5.1 Del *Mass Communication Research*: de los “padres fundadores” a las vertientes de largo plazo para el estudio de los medios**

Antes de la Segunda Guerra Mundial no existía una comunidad académica de investigadores especializadas en el análisis de los procesos y efectos de los medios. La disciplina de la

comunicación como tal no existía; por ello, era difícil desarrollar investigaciones en un campo que ni siquiera había delimitado su objeto. Fue a partir que un grupo de pioneros se convenció de la importancia que los medios tendrían en la sociedad, especialmente a partir del incremento de personas que principios del s. XX comenzaron a leer revistas y periódicos, iban al cine, escuchaban la radio. La conducta mediática no podía ignorarse porque cada vez ocupaba más tiempo de la vida de las personas y los públicos. A pesar de no ser un objeto de estudios en las universidades, parecía que los procesos y efectos de los medios debían estudiarse con más rigor.

A falta de una teoría propia en materia de comunicación, el estructural-funcionalismo sociológico, la psicología y la teoría matemática de la información fueron los fundamentos para caracterizar a estas tecnologías que sorprendieron impactaron al mundo socio-cultural a partir de la primera pos-guerra (con la radio). Uno de sus primeros objetivos era meramente teórico, de hecho, de las principales tareas que asumían estos sociólogos era delimitar las funciones de la comunicación de masas; luego se dio paso a una perspectiva no solo más pragmática, instrumental y administrativa, sino a la idea de la planificación de la comunicación, el ordenamiento de sus insumos y la sobre-preocupación de sus efectos, lo que hizo que el primer espacio profesional asumido por estos nacientes estudiosos de los medios fueran las campañas de propaganda y publicidad.

Para Manuel Corral (1986: 31-35) intervinieron tres procesos en la proliferación de los estudios científicos sobre la comunicación de masas: la primera guerra mundial, la cual planteó una situación particularmente difícil a los contendientes porque tuvieron que desarrollar nuevas estrategias de convencimiento y consenso; los nacientes medios desarrollaron un papel persuasivo de las voluntades colectivas y los sentimientos individuales. El segundo hecho fue la gran crisis de los treinta que dejó ver las contradicciones del sistema capitalista. En algunos sectores estadounidenses se demandaban acciones concretas; las empresas de comunicación masiva exigían no intervención y éstas iban ganando terreno mediante el principio de la libertad individual. Finalmente el triunfo del nacionalsocialismo en Europa desarrolló una nueva concepción de la propaganda como instrumento de control social y manipulación ideológico-política.

Uno de los temas fundamentales para el *Mass Communication...* es el de los efectos, aunque éste objeto no es algo tan sencillo porque sus causas, reacciones, elementos forman un complejo que da paso a teoría macro, micro y meso, así como a añadidos y cruces. Katz y Lazarsfeld lo dicen claramente: el estudio de los *mass media* tiene por objeto la comprensión de cómo y bajo qué condiciones las campañas de propaganda (más concretamente en periodos cortos) tienen éxito al influenciar opiniones y actitudes; eso explica el interés por desarrollar metodologías de análisis empírico que permitan conocer más objetiva y sistemáticamente cómo influyen los medios.

El primer programa de estudio con este paradigma lo establece Lasswell (1985) que ya hemos explicado en el capítulo 3. La preocupación por la delimitación de las funciones y disfunciones de los medios queda también claramente plasmado en el texto de Lazarsfeld y Merton "*Mass communication, popular taste and organized social action*" (en Moragas, 1985, T.II: 22-49). Este trabajo es contemporáneo al célebre paradigma de Harold Lasswell (1948) y ya critica la omnipresencia de los medios así como el hecho que su sola presencia no garantiza cambios en la estructura social. Esta época de finales de los cuarenta es testigo de múltiples procesos, obras y cambios en el pensamiento que muchas veces los estudiamos desde la filosofía o la antropología, pero que tienen pertinencia en un área que por entonces era un susurro, pero que ya tenía en estos fenómenos gran parte de las bases. Es un reto para el pensamiento de la comunicación, mirar constantemente estos procesos y antecedentes para encontrar nuevas relaciones con la manera como hoy entendemos los medios y sus vínculos con otros subsistemas del entorno social.

### **5.1.1 Los padres fundadores**

Se puede considerar que los cuatro padres del pensamiento comunicacional en los EE.UU. son (por fecha de nacimiento) Kurt Lewin (1890-1947), Paul F. Lazarsfeld (1901-1976), Harold D. Lasswell (1902-1978) y Carl I. Hovland (1912-1961). Por la importancia que revisten vale la pena hacer una ponderación general que permita ubicarlos como lo que son: padres fundadores en la producción teórica y la investigación de una actividad que en la cuarta o quinta década del siglo XX era novedosa. Para hacer dicha valoración, realizamos una ficha general que permite también pulsar los intereses, los marcos formativos, las preocupaciones, lo cual da idea de esta primera generación de investigadores de la

comunicación de masas, o como suelen llamarse a falta entonces de algún nombre para designarlos, lo del *Mass Communication Research*<sup>9</sup>.

a) Karl Lewin, polaco de nacimiento, tiene una formación vasta que incluye biología, medicina y filosofía (en lo que se doctoró); su obra está muy relacionada con la *Teoría de Gestalt*. A partir de los treinta se quedó en los EE.UU. como profesor en varias universidades, la última de las cuales fue el célebre Tecnológico de Massachussets donde creo el *Centro de Investigación para la Dinámica de Grupos*, toda su obra es sobre psicología social y su aporte principal se centra en el estudio de la dinámica social desde la Gestalt. El comportamiento humano es consecuencia del conjunto de las circunstancias ambientales. Más que su pasado o las previsiones de futuro, es el entorno personal el que define y describe la proyección social del individuo. Ese entorno, ambiente o campo, tiene un carácter dinámico, por lo que el comportamiento es fruto de la interacción de los individuos y grupos en un espacio y en un momento dado. Esta distinción se inspira en los estudios perceptivos de la Gestalt, que disocian figura y fondo.

La obra de Lewin se proyecta sobre el ámbito de la comunicación en diversas vertientes y ejercen una influencia significativa. Su psicología social abandona la visión individualista de la psicología tradicional, que integraba al individuo en un conjunto amorfo, la sociedad de masas, en el que se habían asentado muchos de los paradigmas comunicacionales. El conjunto, el grupo social, no es la mera suma de partes iguales, no es una mera adición de individuos. Lewin se preocupa por la dinámica de los grupos, el enfoque del ambiente o campo —ve al individuo a través del grupo—, los procesos de liderazgo y aprendizaje social, las facetas en las que los medios juegan un importante papel, tanto por construir escenarios o ambientes, como por la capacidad que poseen para modificarlos. El presupuesto argumental de Lewin, cuando habla del aprendizaje grupal y de la dinámica de la vida social, parte de la convicción de que el marco democrático es aquel en el que se produce el ambiente más favorable.

---

<sup>9</sup> O los de la “Investigación de la comunicación de masas”, que tal vez dicho así no diga nada aparte de su sentido denotativo, pero en la época era una forma de designar a quienes hacía algo original que no se realizaba en otro centro de estudios.

b) Paul Lazarsfeld como otros de estos “padres fundadores” no nació en los EE.UU y arribó posteriormente a este país; ya venía con una formación vasta y generosa que incluía matemáticas y física, que luego precisó con sus preocupaciones sobre comunicación por medio de sus estudios sobre psicología social. Comenzó los estudios sobre medios masivos y fue director de una oficina de investigación sobre la radio. Durante un tiempo estuvo muy próximo a los teóricos de la Escuela de Frankfurt. La parte más extensa de su obra académica la hizo cuando era profesor en la Universidad de Columbia (1940-1970) en donde mantuvo estrecha colaboración con el sociólogo de cuño funcionalista Robert K. Merton con quien escribió artículos conjuntos sobre comunicación.

Lazarsfeld es autor de uno de los primeros estudios sobre la influencia de los medios en las prácticas electorales en Ohio, los resultados forman la materia de su libro *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, (1962) se estudia la conducta electoral durante los siete meses previos a las comisiones presidenciales; en su investigación los autores (porque la investigación la realiza junto con Berelson y Gaudet) emplearon paneles demoscópicos de consulta sucesiva muy amplios y estratificados; en este estudio se relaciona la personalidad de los votantes, su formación y criterio y la influencia de los medios en la toma de decisión; *The people's choice* fue sin duda el primer estudio de esta naturaleza que se realizó, el cual tiene como objeto a la radio, la cual se analiza con relación a su influencia social; lo cual le permite a Lazarsfeld hacer afirmaciones entre la influencia del medio y la formación de la audiencia.

En 1955 publicó con E. Katz *La influencia personal* (1979. Barcelona. Hispano Europa) fruto de una investigación en la que se reiteran y perfeccionan los mecanismos de análisis de la influencia de los medios sobre los líderes de opinión y sobre el conjunto de la opinión pública. Estos autores rompen algunos planteamientos precedentes y dar un valor limitado a la influencia de los medios, lo que constituye una perspectiva heterodoxa a una visión básicamente optimista que suelen tener los pensadores “funcionalistas”. Los medios suelen confirmar o consolidar procesos de formación de criterios alcanzados en los entornos sociales de los individuos. Construye aquí su teoría del “*two-step flow of communications*” o del “doble flujo” acerca del proceso de influencia, esta teoría es más importante de lo que parece, porque establece ya el fundamento semántico de lo que a partir de los ochenta se va

popularizar desde los estudios culturales bajo la categoría de “mediación”, la cual entre otros rasgos establece la interpretación diferenciada y diferida a lo largo de un proceso que no es único ni estable.

La investigación de *Personal Influence* impulsó a Lazarsfeld y su equipo a proponer que se vinculara la comunicación de masas y la interpersonal; según los autores, los mensajes de los medios que conciernen a cuestiones políticas, moda, cine o consumo de bienes, llegan primero a las personas más involucradas e influyentes en el asunto; estas últimas se consideran como líderes (o guías) de opinión y van a re-difundir el mensaje esencialmente mediante vínculos cara-cara al interior de grupos más restringidos. Este estudio también ofrece elementos para caracterizar a los líderes de opinión (quienes se inscriben en las mismas categorías sociales que los miembros de los grupos a los que se dirigen, pero se han podido establecer ciertas diferencias. La “teoría del doble flujo” consiste en describir que la información de los medios circula en dos etapas; primero, lo individuos (líderes de opinión) que prestan gran atención a los medios y sus mensajes y transmiten sus valoraciones sobre el mensaje de los medios; la segunda etapa es el movimiento de este mensaje en los líderes locales o en los grupos de recepción más pequeño. Estas dos etapas son importantes para describir cómo un mensaje se mueve en dos momentos distintos, lo cual rompe la idea que el mensaje llega directamente al usuario o receptor desde el medio de información. Esta teoría tiene como resultado la relatividad de los efectos directos y no mediatos de la comunicación.

c) Harold Lasswell nació en los EE.UU., estudió sociología en la célebre Universidad de Chicago. Es probablemente el primer autor en escribir una obra estrictamente comunicativa, en *La técnica de la propaganda en la guerra mundial*. (1927) inicia su trabajo una investigación sobre las interrelaciones entre audiencias y efectos desde una marcada posición funcionalista; el viejo pragmatismo norteamericano influye en los postulados teóricos que se desarrollan en la sociología de la comunicación de masas estadounidense.

El autor desarrolló su trabajo como investigador en el campo de la propaganda en un periodo marcado por las guerras mundiales y una preocupación por los efectos de los medios en la formación de la opinión pública. Su preocupación por la comunicación se relaciona mucho con la persuasión. Entre sus méritos radica el abrir una línea consistente para el estudio de

los efectos, que como hemos mencionado, es una de las preocupaciones principales para esta orientación; se trata de estudiar cómo se produce la creación de influencia mediante el análisis de la selección de aquellos mecanismos considerados como más eficaces por sus emisores. Influido por las teorías conductistas, Lasswell supera en buena medida las proposiciones precisas sobre linealidad estímulo-respuesta de la “teoría de la aguja hipodérmica” y su visión omnímoda del poder de los medios, en una época donde era más lo que se especulaba que aquello que se conocía de estos dispositivos que alumbran al mundo, imaginamos, de manera parecida como hoy quedamos absortos de las nuevas tecnologías de información.

**d)** Carl Hovland es el psicólogo de formación del cuarteto; se interesó sobre todo por los fenómenos de persuasión en los pequeños grupos, los procesos de formación en las opiniones individuales en las interacciones. Durante la segunda guerra mundial, dirigió los estudios del Departamento de Guerra sobre la persuasión y sus efectos en el cambio de actitud a través de la información y la propaganda. Allí evaluó, con un amplio equipo de investigadores, diversas producciones cinematográficas y documentales destinadas a elevar y mantener la moral de los soldados, y trató de conocer los efectos persuasivos no tanto de la información periodística como de la propaganda. Empieza aquí su trabajo destinado a desentrañar los procesos y amalgamas capaces de hacer cambiar de opinión y modificar una conducta. Su trabajo tiene, entre otras finalidades, el de conocer lo que hace que alguien cambie de opinión y modifique su conducta. El autor fue consciente de esas limitaciones metodológicas que le obligaban a hacer investigación de grupos más o menos homogéneos (soldados, hombres, jóvenes, en acuartelamiento) y fue consciente de estos sesgos en sus mediciones. A él se le debe el *sleeper effect* (teoría del adormecimiento): los efectos de un mensaje pueden ser más fuertes o débiles en la recepción y después de un cierto tiempo.

Hovland para aplicar los esquemas conductistas a los fenómenos de persuasión; va también a usar un método estadístico-experimental. Junto con su equipo de trabajo en la Universidad de Yale, según Blanca Muñoz (2002), algunos de sus aportes se pueden resumir en: **(a)** la credibilidad colectiva que tenga un comunicador o emisor puede operar cambios que se traducen en actitudes. Las actitudes sociales, pues, pueden ser enfocadas mediante técnicas precisas de índole psicológica; **(b)** el cambio actitudinal aumenta progresivamente con la

credibilidad del emisor, pero la inversa es también un hecho; es decir, a baja credibilidad el cambio se hace poco menos que imposible; **(c)** en relación al mensaje en sí mismo, ha de tener elementos persuasivos que induzcan al temor. Ahora bien, tales elementos, si no son sopesados con métodos que reduzcan ese temor hacia estados psicológicos asimilables por los sujetos persuadidos produce el efecto contrario (efecto *boomerang*).

Más que una idea sobre los medios, en los “padres fundadores” encontramos una descripción de ciertos procesos psico-sociales y socio-políticos. La primera concepción de los medios ve a éstos como entidades que genera efectos en las conductas, actitudes, cogniciones de los grupos sociales. El medio se conoce por esas consecuencias que se pueden medir y conocer. Más que la idea pragmática e instrumental de los medios, estos autores trataron de dar una respuesta “científica” a los problemas que entonces alarmaban a los grupos del poder con relación al impacto y alcance real de estas tecnologías. Así los medios son definidos por esos alcances y la forma como pueden desestabilizar procesos culturales y sociales. La primera definición de los medios es con relación a las funciones que algunos autores identifican (por ejemplos las célebres de supervisión, correlación con el entorno y transmisión de la herencia cultural de un grupo), a las características esenciales de un modelo de comunicación, como el de Lasswell, que es al mismo tiempo un programa de investigación.

La gran contribución de estos “padres fundadores” es que desarrollaron metodologías y formaron las bases del primer marco teórico y metodológico, el cual insistimos, es de acercamiento más psicológico y sociológico, tiene una fuerte preocupación en los métodos (tanto de recolección de información como de interpretación) cuantitativos, en el que cuenta mucho la medición de lo que se ve, estudia y observa. El gran objeto de estudio, más que los medios, van a ser los efectos. Desde el punto de vista sociológico, la primera aportación de este enfoque hay que encontrarla en esos listados de funciones (y disfunciones), del cual quizá el más complejo proviene de un discípulo de ellos, Charles Wright, quien en 1960 genera a partir de lo dicho por Lazarsfeld un cuadro más completo de funciones y disfunciones. Quedan así las bases y el incentivo científico, de un paradigma que hoy podemos ver como superado, pero que ofrece por su rigor e interés histórico, como decimos

de forma coloquial, “muchacha tela de donde cortar” y que sienta las bases de todo conocimiento posterior sobre la comunicación social.

### **5.1.2 Enfoques de “segunda generación”**

A partir de los sesenta el paradigma estructural-funcionalista perdió parte de la posición hegemónica que tuvo durante tres décadas, entre otras causas por los nuevos problemas y necesidades que tenía la investigación social, los cambios socio-culturales y sobre todo porque ya no se daban las condiciones belicosas que orillaron a una teoría a formularse a partir de cuestiones vinculadas directa o indirectamente con la guerra y las necesidades que tenían las agencias y el gobierno de los EE.UU. Había nuevas situaciones que demandaban nuevas soluciones; de la misma forma aparecieron otros acercamientos a los medios que no ponían el acento del análisis comunicativo en otro lugar.

La llegada de la televisión, las nuevas necesidades de reproducción de la estructura ya en la Guerra Fría modificaron los dos grandes ámbitos de investigación de la *Mass Communication Research*: los efectos y las audiencias. En este sentido, ya no se desarrollan tanto investigaciones que sustenten la hipótesis de la supremacía de los contenidos objetivos y manifiestos para determinar los efectos y se va dar más importancia a la interpretación y procesamiento de dichos mensajes por parte de individuos o grupos sociales. En segundo lugar, aumenta el interés por los estudios sobre el emisor como productor y constructor de representaciones sociales y se le confiere un nuevo valor a los receptores; además se matizan y precisan los efectos sociales, para los que se identifican nuevas causas.

A partir de los sesenta se da una especie de “dispersión” de los estudios de la comunicación en los EE.UU. Klapper ya había sentenciado que la comunicación de masas no es generalmente una causa necesaria y suficiente de los efectos sobre la audiencia; esta funciona más bien a través de una conjugación de aspectos difundidos por los medios. Aparecen nuevos enfoques como son la teoría del establecimiento de la agenda (McCombs y Shaw), la espiral del silencio (Noelle Neumann), la teoría de los indicadores culturales y análisis del cultivo (Gerbner), el análisis de los usos y gratificaciones (Katz, Blumler y Gurevitch), o las nuevas investigaciones sobre recepción televisiva que realizan Katz y

Liebes. Vamos a mencionar algunos de sus rasgos básicos con la finalidad sobre todo de provocar su acercamiento a las fuentes originarias de estas teorías que forman junto con la primera generación un espacio conceptual muy rico que acepta el título de fundación del pensamiento en comunicación y que constituye su primera fundación. Queremos también inferir a partir de sus postulados, la idea de medios de comunicación que portan o los aspectos que enfatizan dentro de los procesos de la comunicación social.

**(a) *Los medios desde el “Establecimiento de la Agenda” (Agenda Setting)***

La hipótesis general de esta teoría afirma que los MC a la hora de dar cobertura de las noticias, tienden a centrarse sobre unos problemas en detrimento de otros. Esto ocasiona que la OP considere dichos problemas como más importantes que otros menos tratados por los medios. Esta hipótesis alude a dos rasgos importantes en los medios: la selectividad que ellos establecen (ya que éstos cuentan con un temario o agenda específica) y el efecto que dicha agenda puede tener sobre la opinión. Según esta idea, no se sostiene que los medios puedan persuadir (es decir, provocar cambios actitudinales e inducir a que la gente se muestre de acuerdo con una posición dada), pero sí se señala que la comprensión de la gente sobre gran parte de la realidad social es modificada por los medios. Éstos al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una “lista” de todo aquello en torno a lo cual se debe poseer una opinión y discutir.

Un aspecto vinculado a estas ideas consiste en estudiar y analizar qué acontecimientos y por qué razones algunos hechos o datos se consideran suficientemente relevantes o significativos para que se transformen en noticia. El análisis de la selectividad de los medios resulta de sumo interés para esta perspectiva, dado que existe una sobreabundancia de información en comparación con la que finalmente aparece en los medios. Según McCombs los periódicos rechazan más del 75% de las informaciones que podrían ser objeto de artículos y que nunca aparecerán en los medios; por otra parte la selección supone una valoración, una toma de partido, un modo de ideología.

De acuerdo a las hipótesis de esta teoría, se plantea —como consecuencia de la acción de los medios— que el público será consciente o ignorará, prestará atención o descuidará,

enfatará o pasará por alto elementos específicos de los escenarios públicos. Los públicos tenderán a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que a su vez los medios incluyan o excluyan de su propio contenido.

Los medios realizan aparte de la selección y jerarquización de los datos de referencia que incluyen en sus contenidos, una focalización de las historias que cuenta, lo que implica encuadrar los hechos utilizando una perspectiva concreta o una idea organizadora central. Una información no es algo aleatorio de hechos, sino que se fija un listado de atributos, una correlación de hechos, unos enfoques y marcos que permitan al periodista encargarse de grandes cantidades de información de una manera rápida, rutinaria, lista para el envío público. Este tratamiento es un segundo nivel de análisis, en el que básicamente se trata de responder preguntas como ¿qué se retrata?, (selección), ¿cómo y cuanto detalle se retrata? (énfasis), ¿qué otras realidades no aparecen representadas? (exclusión), qué tipos de combinaciones de elementos tenemos (elaboración).

La idea que puede desprenderse de los medios a partir de la teoría de la *Agenda Setting* tiene que ver con la caracterización de los medios como constructores de una realidad mediante una serie de operaciones que realizan; se trata de una visión sencilla y compleja al mismo tiempo, muy operativa para identificar estos procedimientos que alguien interesado en dinámicas y procesos de los medios no puede dejar pasar.

Esta teoría es especialmente conocida por una premisa, la cual redefine la idea de efecto e influencia de los medios: más que decirle a la gente qué pensar, los medios dicen sobre qué pensar (agenda). No se trata de ver a los medios como una influencia irreductible; desde esta teoría la idea de influencia será más sutil y delicada en su eminente dimensión cognitiva. Efectivamente, los medios imponen muchas veces la agenda de lo que la gente discute en los cafés, en la calle; de los chistes y comentarios informales y por eso la identificación y listado de dichos temas forma parte de un aspecto importante de análisis. Ahora bien, no se trata solo de listado, hay otras operaciones que dejan sobre la mesa, acabo las preguntas más elementales que puedan hacerse.

**(b) Los medios desde la perspectiva de los Usos y gratificaciones**

La perspectiva de Usos y Gratificaciones tiene sus raíces en el inicio de los mismos estudios de comunicación en los treinta, aunque comienza a adquirir una cierta popularidad durante los setenta y ochenta a partir de la publicación de un libro de Katz y Blumler (*The uses of mass communication*, 1974) en uno de cuyos capítulos indican los objetivos de investigación de esta perspectiva: **a)** los orígenes sociales y psicológicos de **b)** las necesidades, las cuales generan **c)** expectativas de **d)** los medios de comunicación u otras fuentes, que llevan a **e)** pautas diferenciadas de exposición a los medios (o una dedicación a otras actividades), dando lugar a **f)** la gratificación de la necesidad y **g)** otras consecuencias, la mayor parte de ellas no pretendidas. Las premisas fundamentales de esta teoría son:

1. La conducta mediática se relaciona con la selección y usos de los medios y se encuentra gobernada por metas, motivos e intenciones. En ese sentido se plantea que el comportamiento mediático es funcional.
2. Las personas toman la iniciativa de seleccionar y utilizar los medios porque en ellos se busca satisfacer una serie de necesidades de carácter psicosocial, como son la integración social, la evasión, la comprensión y explicación de los hechos, etc. en su creación con los medios, la gente actúa de forma relativamente activa ya que elige qué medios consumir, lo que está relacionado con ciertas expectativas sobre dichos medios y sus contenidos específicos. Los sujetos interpretan y se implican con el contenido de los mensajes de acuerdo a sus propios intereses, necesidades y motivaciones.
3. Un conjunto de factores sociales y psicológicos guían, filtran, o median la conducta mediática. En este sentido, las expectativas que las personas desarrollan sobre los medios y sus contenidos se relacionan con sus predisposiciones personales, el entorno en el cual se desenvuelven y las interacciones interpersonales en las que participan.

4. Los medios compiten con otras formas de comunicación (alternativas funcionales) para seleccionar, atender y utilizar de manera gratificante las necesidades de las audiencias. Además de los medios de comunicación de masas, existen otras fuentes de satisfacción de las necesidades psicosociales básicas.
  
5. De manera habitual, las personas ejercerán una mayor influencia que los medios en la relación que se establece entre dichos medios y las audiencias. La iniciativa personal juega un papel destacado en los patrones y en las consecuencias del uso mediático.

El concepto de actividad de la audiencia es central en esta perspectiva, porque se refiere a aspectos como el uso, la intencionalidad, la selección de medios o contenidos y la implicación de las audiencias. Hoy día ya no se considera que las audiencias sean universalmente activas, sino que el grado de actividad desplegado hacia los medios es variable, en modos, formas, intenciones e intensidades. También se piensa que las formas y modos de “actividad” pueden variar durante el consumo (antes, durante, después del encendido de la TV). De aquí que la visión sobre la audiencia se diversifica. Greenberg por ejemplo al reflexionar sobre las motivaciones por las cuales las personas se exponen al medio televisivo menciona, entre otras, “para aprender”, lo cual se refiere a un aprendizaje de sucesos de la vida cotidiana; “Como hábito”, lo cual representa una motivación inespecífica ya que se vería TV porque es algo habitual, unas costumbres; “como compañía”, lo que se plantea la televisión como remedio para evitar la soledad y obtener una compañía sustituta; “como activación” que se refiere a la búsqueda de estímulos que activen las emociones; para “relacionarse” lo cual supone la búsqueda de la relación, la tranquilidad, el descanso; “para pasar el tiempo”, se concedería a la TV la función de hacer que el tiempo pase sin más, como medio de afrontar el aburrimiento.

En esta teoría aparece de una manera especial (por ser de las primeras teorías en adquirir fama sobre la posición del receptor) la idea del medio en relación con la audiencia. Los medios son instancias que la gente usa para satisfacer muy diversas necesidades, así en cualquier aproximación a la comunicación colectiva no puede obviarse el sistema de la recepción, el cual se encuentra condicionado por aspectos psico-sociales de expectativa, motivación, satisfacción.

**(c) *Los medios desde el Análisis del Cultivo e Indicadores Culturales***

Como estos enfoques que revisamos tienen su origen en investigaciones empíricas y preocupaciones específicas sobre algunos aspectos del comportamiento de los medios; eso significa que toda la teoría proviene por lo general de investigaciones de corte cuantitativo donde confrontar las hipótesis que tienen sobre el comportamiento de los medios.

Esta teoría quiere averiguar cuáles son las consecuencias sociales de los mensajes difundidos a través de la TV. Se centra en investigar los efectos “no buscados”, “no intencionados” de la programación convencional de la TV que está diseñada principalmente para entretener a la audiencia (como series y películas). La perspectiva de este enfoque difiere de aquellos intentos que se centran en investigaciones para medir el impacto de los programas explícitamente diseñados para influir o inducir un cambio de actitudes y opiniones. La idea que esta teoría tiene de los efectos es un insumo “sutil y acumulativo”, no de manera lineal o prefigurada.

Desde la perspectiva de Gerbner y su equipo, la TV se presenta como un instrumento cultural que socializa conductas y redes sociales, afectando no tanto a las actitudes y opiniones sobre temas específicos como a través del cultivo de asunciones más básicas sobre la realidad social. Un concepto central en la idea misma de la teoría es la de “cultivo” que se refiere a la contribución de la TV a las concepciones de los televidentes; es decir, alude al modo en que las personas se forman impresiones acerca de la vida social, a partir de la penetración sistemática de los contenidos televisivos; igualmente, hay que precisar que el concepto de “cultivo” se refiere tanto al proceso de “generar” como al proceso de “mantener” cierto tipo de orientaciones sobre la realidad por efecto de dicho consumo y exposición televisiva.

Entender el cultivo como un proceso para generar ciertas orientaciones o creencias sociales no significa hablar de efectos a corto plazo de la TV, sino de aquellos efectos producidos como consecuencias de una exposición acumulativa, durante largos lapsos de tiempo, a un sistema de mensajes estable y repetitivo en sus contenidos. Por otro lado, por “mantenimiento” de representaciones u orientaciones sociales no ha de entenderse un efecto

de “refuerzo” de creencias. Lo que se señala desde la “hipótesis del cultivo” es que la influencia de la TV se asocia a un fenómeno general de reproducción (ideológica); es decir, se refiere a las formas mediante las cuales los individuos interiorizan la estructura de poder de la sociedad (que aparecen refractadas en el mundo dramático de la TV). Se señala que la función principal de los medios es el “cultivo” de un modelo determinado de ver y entender la sociedad, que se corresponde con lo establecido por el statu quo, por esta razón el enfoque de Gerbner enfatiza la función de reproducción ideológica de la TV (Cf. Roda, 1988).

El modelo de Gerbner sobre el impacto de la TV (o “efecto de cultivo”) se apoya en una serie de asunciones sobre este medio y su consumo:

- (a) La TV alcanza a un gran número de personas; eso ha hecho que se convierta en una fuente de información recurrente y cotidiana de una población diversa y heterogénea; por primera vez en la historia, una institución centralizada y con carácter comercial (en lugar de los padres, la Iglesia, los partidos políticos y otros agentes de socialización) cuenta la mayor parte de las historias durante el mayor tiempo. La TV se ha convertido en una fuente primaria de socialización compartida; además como su recepción no supone el esfuerzo cognitivo que demandan otros medios como la prensa, eso la hace muy efectiva.
- (b) Hay una gran uniformidad en el sistema simbólico de mensajes de la TV; este medio posee un “currículo oculto” en el que se presenta una visión de la vida (de forma muy sintética, selectiva y sesgada) y una explicación “ficticia” de cómo funcionan las cosas, que ayuda a mantener y reforzar las conductas y valores convenciones.
- (c) Existe un uso no selectivo y ritualista (habitual) de la TV. Los sujetos ven televisión a la hora de encenderla; se ve la TV por el reloj, se ajustan otras actividades para exponerse a los mensajes que nos interesan.

En cuanto el análisis del cultivo, Gerbner y su equipo tratan de determinar empíricamente la influencia de los contenidos televisivos sobre la percepción del mundo. Este enfoque (como muchos otros contemporáneos), considera remota la posibilidad de que al terminar de ver un programa violento en particular, el receptor se vea afectado en su conducta y realice

acciones agresivas. El contexto social tiene que ser propicio en un individuo para que la violencia televisiva funcione como detonador. Lo que importa es cuánto se tiene una exposición constante a lo largo de mucho tiempo sobre esas imágenes, lo que tampoco convierte al receptor en personal violento o agresivo, pero sí puede llegar a creer que viven en un mundo más violento y agresivo de lo que realmente es. Los hace creer, por ejemplo, que cierto tipo de delitos (asesinatos...) son los más comunes en la sociedad, al margen de lo que las estadísticas oficiales de la policía puedan decir.

Otro tipo de efecto a largo plazo es la legitimación del uso de la fuerza y de la agresión por parte de las autoridades para mantener la estabilidad y el orden social. Para los tele-adictos, el empleo excesivo de la fuerza por las autoridades puede considerarse más válido y adecuado que lo deseable en una sociedad verdaderamente democrática. (Cf. Lozano, 1996: 132-157).

Como en el caso del enfoque anterior (Usos y Gratificación), los autores tienen como medio central de estudio a la TV. Se desprenden una idea más compleja del medio por el tipo de efectos a largo plazo que tienen y la manera como más que conductas genera influencia en las representaciones y actitudes del televidente hacia el discurso del medio y la realidad. Este tipo de matices y particularidades van a ser relevantes para conformar una imagen más compleja de los medios que rompa las visiones más o menos simplistas en la primera generación de estudios sobre comunicación social (1930-1950). Deja también una serie de preguntas al estudiante profesional de los medios con respecto al tipo de contenido y su relación con las representaciones y actitudes.

En su conjunto, estos enfoques subrayan la importancia de los efectos a largo plazo de los medios; es decir, éstos ya no se ven como instrumentos de efectos homogéneos a corto plazo; tanto los modos de efectos, como su proyección en el tiempo es algo más complejo que demanda nuevos enfoques y metodologías más sofisticadas para dar cuenta de esos procesos. Estas teorías se consolidan después de los sesenta, cuando ya reina la TV por tanto muchos modelos y formulación de juicio sobre el comportamiento de los medios toman a este medio como central. Vemos también como muchas descripciones sobre los medios no tienen a éstos en el centro, como el caso de la espiral del silencio, la cual es una teoría de opinión pública desde la cual se caracterizan y conceptúan a los medios. Aparece ya cómo

es necesario acudir a la sociología política o psicología social para formar estos primeros marcos que explican el comportamiento del objeto como medio para describirlo. Operación que tiene que realizar todo estudiante profesional de los medios y la comunicación colectiva: describir por encima de preferencias personas o modas, la conducta y sus implicaciones. Estas teorías ofrecen en su conjunto un instrumental de mucha utilidad para observar periódicamente a los medios y algunos procesos. Es cierto que los medios no son el todo de la vida social, pero constituyen un elemento integrador del control fundamental.

## **5.2. Cuatro viñetas críticas sobre los medios masivos**

De manera simultánea a las teorías e investigaciones sobre los medios en EE.UU., sobre todo en Europa, bajo otro tipo de influencias se desarrolló una perspectiva para el estudio de los medios más anclada en la filosofía y las humanidades. Si bien la célebre Escuela de Frankfurt no fue propiamente la primera en reflexionar sobre los medios como tal y advertir algunos de sus efectos nocivos, tuvieron varios elementos que contribuyeron a su difusión: la recuperación de la herencia alemana del pensamiento social, su intensa actividad en los EE.UU. y más tarde su amplificación por el pensamiento comunicacional latinoamericano.

El pensamiento crítico se caracteriza sobre todo por describir la vertiente de los medios como portadores de ideología, con fuerte vinculación a los portadores político, económico y financiero. Visión crítica de los medios masivos significa relacionarlos fuertemente con su contexto histórico político e indagar sobre sus contradicciones. De esta forma, más que una visión peyorativa y francamente apocalíptica, asistimos a la ponderación de ciertos elementos como comentamos en los tres ejemplos.

### **5.2.1 La Escuela de Frankfurt y los medios como industria(s) cultural(es).**

El primer esbozo completo de los fundamentos frankfurtianos fue realizado por Max Horkheimer mediante la publicación de su artículo “Teoría tradicional y teoría crítica” en 1937, en el que trata sobre la teoría y práctica de los aparatos dominantes y su papel en la reproducción de las condiciones sociales de existencia. Contra la tecnificación del saber

social, la teoría social crítica insiste en la recuperación de la autonomía del individuo en los ámbitos social y científico. Horkheimer replantea la unidad teoría-praxis, definiendo a la teoría crítica como un elemento más del proceso revolucionario en el que se analiza la realidad para alcanzar como meta una situación fundada en la razón. Es éste un pensar “crítico” que rechaza cualquier aceptación y pasividad frente a la realidad social; crítico en cuanto designa una actitud contra la aceptación de los hechos, de la industrialización; una posición de rechazo ante las tecnologías que aspira a desentrañar sus carácter y sus procesos.

La obra más representativa para el estudio de los medios de la ESF es *La Dialéctica del Iluminismo* de Horkheimer y Adorno (1971). En ella los autores realizaron un exhaustivo análisis de la naturaleza represiva de la sociedad capitalista, en la que la razón está sometida a una reducción de valores instrumentales y operativos, es decir, lo que se necesita únicamente para funcionar en una sociedad industrialmente avanzada, aquello que permite su reproducción sin tomar en cuenta las necesidades reales de los individuos y la sociedad. En estos valores, el hombre y la naturaleza se manifiestan como material de dominio en el marco de una sociedad en la que el Iluminismo, surgido como voluntad de lucha contra el mito y el desorden primario de la realidad, alcanza una absolutización de las técnicas metodológicas de carácter matemático y formal, convertidos en únicos criterios de conocimiento certero, que anulan cualquier pensamiento crítico opuesto a esta nueva forma de irracionalidad que hace recaer de nuevo al iluminismo en el comportamiento mítico. Esta crítica contra el Iluminismo (o el proceso de la Ilustración), explica su cierto pesimismo y desconfianza en aspectos culturales y su caracterización básicamente restringida o delimitada de los medios.

En este libro aparece la noción de “Industria Cultural” (IC) con la que Adorno y Horkheimer contraponen a lo que los funcionalistas llaman “cultura de masas”. Como producto de una sociedad esquemática y mecánica, la IC refleja el panorama social en el que la finalidad racional de una comunicación no alienada se ve sometida a los criterios de racionalidad instrumental. En esta lógica, todo es un medio para reproducir las condiciones sociales de producción, descontextualizando la cultura y sometiéndola aun proceso de producción industrial ya un modelo comercial de consumo y recepción.

La cultura de masas se entiende como “totalidad articulada”; un sistema regido por las leyes del mercado que uniforman y estandarizan lo homogéneo. Cada parte del sistema remite a otro, y todos a su vez a las reglas del poder. Así, los autores advierten la separación de las instituciones socializadoras tradicionales frente a la expansión económica y tecnológica en el campo de producción cultural, lo que impide la libre autodeterminación de los individuos mediante la esclavización estructural o la determinación del individuo a la estructura de reproducción del capital. En este contexto, la interminable red de mercancías culturales, no sólo reducen la capacidad imaginativa y la espontaneidad sino que, al mismo tiempo se convierten en el objeto del deseo de las “masas engañosas”; por medio de la reducción, el empobrecimiento y la ilusión, el sistema extiende y se posesiona de los dominados para hacerlos caer en el orden de la cultura dominante; las IC son vistas por su función principal de cohesionar y limitar el desarrollo de las personas para adaptarlas al sistema y facilitar la reproducción del orden establecido. Los mensajes producidos por las industrias culturales (mercancías culturales) fomentan la aparición de nuevos lenguajes, teniendo por resultado el deterioro de la palabra, la pérdida del sentido y la petrificación de los objetos; el totalitarismo tiñe a la significación de insignificación (Cf. Piccini y Nethol, 1984: 28-30) y justo los medios hacen que los objetos pierdan su valor real para insertarse a un flujo industrial donde lo único que cuenta en su valor de transmisión más que su contenido.

En la IC dos procesos se interrelacionan: la aplicación en el ámbito de la cultura de la producción en serie y la imbricación de la producción de cosas con la producción de necesidades. Los medios de comunicación ofrecen al mercado productos estandarizados, la obra de arte es una mercancía con valor de uso. El esquematismo es el procedimiento por el que todos los productos que parecen diferentes en esencia son iguales, la novedad queda descartada. Cualquier obra simula al esquema y se corresponde con la atrofia de la actividad del espectador. Los medios son vistos como órganos de control social a través de los cuales se manipula a los individuos para que acepten el orden establecido; constituyen una forma sofisticada de adoctrinamiento ideológico mediante la simplificación y repetición de contenidos o unidades de consumo estandarizadas. Además, el control se ha establecido de tal forma que las masas aceptan con gusto la misma “ideología mediante la cual se les esclaviza”. Una de las principales funciones de los medios es la diversión, conduce a la frustración puesto que solo es un espejismo que en realidad esconde el conformismo. En esta visión el individuo como tal no existe, es ésta una de las falacias de la sociedad

industrial liberal y capitalista; el individuo es reemplazado por una pseudo-individualidad en la que cada uno se identifica con lo universal. Este proceso de aniquilamiento ha sido estudiado tanto en estos autores como en otros, por ejemplo Herbert Marcuse, otro autor considerado de la “Escuela de Frankfurt” habla de la “sociedad unidimensional”, es decir una sociedad uniformizada por la tecnología y los medios, por las prácticas del consumo, el gusto y las formas de vida en la economía industrial.

Para Horkheimer y Adorno el término “industria cultural” implicaba que la crítica marxista de la producción de mercancías en general podía (y debía) aplicarse a la producción de bienes simbólicos en particular. Las industrias culturales se pueden estudiar como cualquier industria capitalista: usan mano de obra “alienada”, persiguen un beneficio, dependen de la tecnología (maquinismo) para asegurar la competitividad, están primordialmente en el negocio de producir consumidores.

El concepto de IC ha sido criticado en revisiones posteriores. Por ejemplo las autores Piccini y Nethol (1984: 30) apuntan algunas ideas en torno a las generalizaciones hechas por Adorno y Horkheimer, al señalar cómo esa construcción amplia y general impide ver particularidades. Más que una industria habría que apelar a “industrias” porque son redes y sistemas que funcionan de manera articulada y sencilla, como dice Payne (2002: 402) se pueden definir como aquellas industrias que producen mercancías culturales. Esta idea del plural es de hecho la que puede encontrarse en diccionarios especializados sobre el tema y que son uno de los principales puntos de crítica a esta visión un tanto única de procesos complejos y diversos.

Piccini y Nethol critican la omnipresencia y la radical alienación que los investigadores atribuyen a los medios; ciertamente –considera– los autores olvidaron la participación de otras instituciones en la conformación de la opinión pública. Esta apreciación es importante porque se puede prestar a la confusión de usar el nombre de industria cultural únicamente para los medios audiovisuales y electrónicos (cine, radio y TV), cuando la noción de “industrias” (en plural como sugieren las autoras Piccini y Nethol) designa a conjuntos diversos de producción cultural (empresas de entretenimiento, compañías discográficas,

empresas de videojuegos, pequeñas industrias productoras...), lo que da una idea más variada de la producción.

Si bien la visión genérica del proceso de comunicación en estos autores es pesimista, hoy día todas las sociologías críticas son deudoras de esta noción cuando se refieren a los medios y las industrias culturales, lo cual por otra parte, hace más compleja la idea de manipulación e inserta a los medios dentro de las dinámicas de reproducción del capital.

### **5.2.2 La comunicación masiva para Enzensberger**

Para este autor, aunque tiene una larga trayectoria como documentalista y ensayista, tomamos como referencia un pequeño texto de los setenta (Enzensberger, 1974) en el que los medios de comunicación se entiende como parte del desarrollo industrial; su creación se explica por la necesidad de este mismo desarrollo, de crear nuevas formas de control de las conciencias y métodos más eficaces para la transmisión de información. Debido a sus características de alcance masivo, los medios son fuerzas productivas de un gran potencial liberador. La manipulación de la conciencia social por unos pocos es producto de la división del trabajo, pero si bien los medios de comunicación masiva sirven para la manipulación, este concepto no es suficiente para explicar la acción y la utilidad social de dichos instrumentos.

Su obra citada se inscribe dentro de una renovación del pensamiento crítico para el estudio de los medios; quiere superar la visión totalitaria a la Frankfurt y otros autores que tras su aparente voracidad crítica esconden un cierto simplismo explicativo. Contra ciertas visiones un tanto totalitarias sobre los medios, el autor propone algunos aspectos para caracterizar más precisamente los sistemas de difusión y contribuir así al debate en una época en la que la perspectiva crítica-marxista era por mucho la dominante en las escuelas de ciencias sociales y comunicación en México.

En sus *Elementos para una teoría de la comunicación social*, Enzensberger establece una serie de puntos para discutir los medios, entre los que destacan:

1. *El poder movilizador de los medios:* éste es, precisamente, su factor político decisivo. Por primera vez en la historia, un instrumento (los medios) posibilita la participación masiva en un proceso productivo social y socializado.
2. *Manipulación democrática:* La manipulación como consciente intervención técnica en un material dado repercute como acto político; éste es el caso de la industria de la conciencia (de la que ya nos hablaban Adorno y Horkheimer). Así pues, toda utilización de los medios presupone una manipulación; todos los procesos inherentes a la comunicación implican una intervención en el material existente. En consecuencia, la cuestión no es si los medios son manipulados o no, sino quién manipula los medios. De lo cual se deduce que un proyecto revolucionario no debe eliminar a todos los manipuladores, sino que ha de lograr que cada uno sea un manipulador.
3. *Propiedades de los medios:* Los nuevos medios están hacia la acción, no hacia la contemplación; hacia el presente no hacia la tradición. Su actitud frente al tiempo es completamente opuesta a la representada por la cultura burguesa, la cual aspira a la posesión, esto es, duración y preferentemente eternidad. Los medios no producen objetos almacenables; acaban con la “propiedad intelectual” y liquidan la “herencia”, es decir, la transmisión de capital inmaterial, específico de clase.
4. Toda estrategia socialista de los medios ha de tender, por el contrario, a la eliminación del aislamiento de los participantes individuales en el proceso social de aprendizaje y producción. Pero esto no es posible sin la auto-organización de los interesados. He aquí para el autor, el núcleo de la cuestión de los medios. Quien cree que la emancipación se puede lograr con ayuda de un aparato o sistema de aparatos tecnológicos, cualquiera que sea su estructura, sucumbe a una oscura fe en el progreso. Y quien cree que la libertad de los medios quedará implantada tan pronto como cada individuo se dedique a emitir y recibir, también tiene una visión idealista de las cosas.
5. Finalmente, en resumen de lo anterior:

<b>Uso represivo de los medios</b>	<b>Uso emancipador de los medios</b>
Programa de control central.	Programas descentralizados.
Un transmisor, muchos receptores.	Cada receptor, un transmisor en potencia.
Inmovilización de individuos aislados.	Movilización de las masas.
Conducta de abstención pasiva.	Intervención de los participantes respecto al consumo.
Proceso de despolitización.	Proceso de aprendizaje político.
Producción por especialistas.	Control socializado por organizaciones.
Control por propietarios o burócratas.	Autogestoras.

Si bien esta conceptualización hoy día puede parecer simple y desprovista de complejidad (cuando se le compara con otros enfoques críticos); es útil citarla porque establece una tipología sencilla para el análisis de los medios y de dos modos, entonces muy radicalizados de usos y comportamientos, es parecida a la visión de Eco (1985 resume el debate “a favor” (integrados) y en contra (apocalípticos) de los medios. Si se analizan detenidamente estas revisiones históricas, algunos enunciados tienen vigencias y pueden ayudar para comenzar un análisis de las nuevas tecnologías o de otros dispositivos de información a partir de un eje semántico muy básico. “Represión” y “Emancipación” caracterizan dos tipos de aspiración que pueden ofrecer elementos para políticas de comunicación en diversos entornos.

Los dos polos señalados por el autor, pueden ser vistos como tipos ideales de una relación que es posible encontrar hoy día en los medios y que se puede aplicar aun para el estudio de experiencias alternativas de comunicación: modos de ser “autoritario” o “emancipador” basado por ejemplo en el grado de participación de los actores en la construcción del mensaje, en el nivel de sensibilidad política, etc. Este listado (que hoy podemos encontrar como básico para explicar muchas realidades) ofrece elementos didácticos en la comprensión de lo que autoritarismo significa, en esos elementos sustanciales de un modo de usar la comunicación contra el que toda perspectiva crítica sigue de algún modo señalando. En su momento no pocos grupos en nuestra región usaban este esquema como inicial para describir esas diferencias fundamentales entre dos modos de conceptualizar y comprender el ejercicio de la comunicación. Un aspecto a sumar era la propia actitud de Enzensberger, quien a diferencia de otros compatriotas suyos que analizaremos en este

capítulo, ejerció actividades como crítico y se vinculó al análisis de los procesos en algunos discursos de los medios.

### **5.2.3 Louis Althusser y su concepto de Aparatos Ideológicos del Estado**

Una segunda viñeta para definir a los medios desde una mirada crítica es la reflexión del filósofo argelino Louis Althusser, quien tuvo una fuerte influencia teórica en áreas tan diversas como la filosofía, la sociología, la historia, la comunicación, la antropología, la crítica literaria, entre otros. Se dio a conocer al gran público a través de los ensayos aparecidos a mediados de los años sesenta como fue sobre todo la propuesta que hacía para una nueva lectura de la obra de Marx que le situaron entre la élite intelectual francesa y como figura destacada del “marxismo” y el “estructuralismo”, lo cual parece un contrasentido, pero que encuentran una definición interesante que combina las ideas de Marx con la de otros autores como los psicoanalistas Freud y Lacan y el teórico de los “paradigmas científicos”.

Althusser abogó por un marxismo de rigor científico, que retornase a sus fuentes, ajeno a la práctica política de regímenes como el soviético, por ejemplo. “*La revolución teórica de Marx*” y “*Leer El Capital*” (ambas publicadas en 1965) fueron las obras que dieron a conocer a Althusser ante el gran público.

Su reflexión sobre los medios de comunicación entendida como aparatos ideológicos del estado (AIE) lo tenemos en *Ideología* (Cf. Althusser, 1998). Los AIE los cuales cumplen sobre todo con la función de permitir a las clases dominantes asegurar su dominación sobre la clase trabajadora para someterla al sistema de extorsión de la plusvalía, es decir, a la explotación capitalista; su teoría de los AIE se escribe en una extensión de la teoría del estado. El Estado sólo tiene sentido en función del poder; toda lucha política de clases gira en torno a éste. En la perspectiva marxista hay una necesidad de estudiar al Estado desde dos puntos de vista: síntesis de la sociedad burguesa bajo la forma de Estado y como Estado considerado en sí mismo. La mediación del Estado distingue se integra en una síntesis política los significados inscritos en las prácticas materiales de la vida social; distingue e integra fuerzas sociales reales.

Los AIE son un cierto número de realidades que se presentan al observador bajo la forma de instituciones precisas y especializadas, entre las que destacan los aparatos ideológicos religiosos, escolares, familiares, jurídicos, políticos, sindicales, informativos y culturales entre otros. Es importante mencionar con respecto a los aparatos (tanto ideológicos como represivos) lo siguiente:

1. Todos los aparatos del Estado funcionan a la vez mediante la represión y la ideología, con la diferencia del carácter propio de cada aparato;
2. Mientras el aparato represivo del Estado constituye un todo organizado cuyos distintos miembros están centralizados bajo una unidad de mando (la de la política de lucha de clases que aplican los representantes políticos de las clases dominantes que detentan el poder), los AIE, en cambio, son múltiples, diferentes y “relativamente autónomos”. El rol del aparato represivo del Estado consiste en asegurar por la fuerza (física o de otra especie) las condiciones políticas de la reproducción de las relaciones de producción (relaciones de explotación), y también garantizar mediante la represión (desde la fuerza física hasta las más sutiles formas de censura) las condiciones políticas para el ejercicio de los AIE. Es evidente que ambos aparatos al actuar por un mismo fin (perpetuación de la ideología dominante) tengan varios puntos de relación, de aquí la necesidad —aunque trabajaremos en el plano ideológico— de entender ambos.

Los AIE han pretendido conservar las condiciones de existencia de la clase dominante y su función en la reproducción del sistema. Esto ha significado para el estado capitalista contemporáneo la necesidad de crear, seleccionar y perfeccionar las instituciones superestructurales más apropiadas para difundir e inculcar su racionalidad dominante. Esta política de selección contiene una triple característica: **(a)** Obedece a las necesidades más apremiantes de conservación del poder por parte del sector dirigente; **(b)** La asignación de un aparato dirigente no excluye la participación cultural de otros aparatos hegemónicos secundarios que también contribuyan a afianzar el consenso regional o nacional, esto significa que la hegemonía no se produce por la acción de un solo aparato cultural sino con apoyo de un sistema complejo de instituciones y redes ideológicas; **(c)** La política de selección no es igual para todos los modos de producción ni etapas sociales, sino que varía según los diversos requerimientos que presenta cada fase o coyuntura histórica por lo que atraviesa la reproducción de la base social.

Para Althusser en los distintos momentos del transcurso de la historia, el comportamiento político-cultural del estrato dominante siempre está presente en las tareas de dirección ideológica de la sociedad. En el modo de producción primitivo, el sector gobernante recurrió a la tradición oral, al rito y a la familia como los mejores medios que les permitieron modelos y dirigir las conciencias mediante una visión mágico-religiosa de la realidad. En el feudalismo, la subordinación de las conciencias se ejecutó a través de la fuerza de trabajo servil a los señoríos medievales mediante el aparato religioso. En la fase mercantilista del modo de producción capitalista la “dirección moral” de la sociedad estuvo conducida por los aparatos ideológicos del estado político, los que lentamente superaron la concepción religiosa de la sociedad e introdujeron la ideología de la democracia parlamentaria y la lucha de partidos. En la fase pre-monopolista del modo de producción capitalista los residuos culturales del aparato religioso fueron gradualmente superados por el desarrollo de los aparatos escolares. Finalmente, la fase avanzada del modo de producción capitalista (etapa de consolidación imperialista) ha encontrado en el nuevo aparato global de la cultura de masas (televisión, radio, cine, prensa, satélites, etc.) el sistema estructural de reproducción de la ideología dominante.

Los AIE son un hecho social que tiene su origen y su desarrollo en la superestructura, es decir, en el ámbito de las ideas y las representaciones del mundo, pero que participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él. Lo que las instituciones o empresas de la comunicación producen es algo muy específico: el mensaje. Su producción las vuelve objeto de análisis particular y las interpretaciones sobre la comunicación se convierten en una parte integrante de la ciencia que estudia la sociedad.

En suma, los medios de comunicación son para Althusser instrumentos destinados a la reproducción de las relaciones sociales que aseguran la adhesión inconsciente de los individuos a los valores que definen la estructura social y despliegan los mecanismos de la dominación social; lo cual tiene una función de ayudarle al estado a ahorrar fuerza o coerción en el control de la vida social. Los medios no hacen el trabajo solo, pero son las instituciones más importantes del capitalismo avanzado; junto a los medios, otras instituciones ayudan como es la escuela, la iglesia, el arte, los deportes y la familia. Los medios articulan el sistema de relaciones y dan significado a la estructura social, argumentando la dominación o

el liderazgo cultural a través de su capacidad de seducción y persuasión para la implantación de los valores dominantes (políticos, económicos, etc.), la creación de una opinión favorable, la inducción de hábitos, etc. Forman parte de una estructura de instrumentos redundantes que permite establecer las posiciones dominantes sin recurrir a los aparatos represivos convencionales (fuerzas armadas, policía, etc.).

#### **5.2.4 Los Medios Masivos desde la Economía Política (Schiller / Golding y Murdock)**

Una vertiente de la perspectiva crítica para el estudio de los medios es la “economía política de los medios” que estudia a los medios (y las industrias culturales) en su estrecha relación con el sistema económico capitalista así como los condicionantes y las consecuencias ideológicas que se derivan de ellos. Una diferencia fundamental de este enfoque crítico es su relación más cercana con la economía y sus métodos para evidenciar el sistema de relación medios-estructura-economía. La orientación como tal surge a partir de los sesenta, cuando comienzan a superarse algunos prejuicios de la izquierda radical o han quedado evidenciados algunos excesos de regímenes formalmente socialistas o comunistas que llevan a nuevos planteamientos para el análisis de la relación entre economía, ideología y política. La economía política en primer lugar adopta la forma de una reflexión sobre el desequilibrio de los flujos de información y de productos culturales entre los países situados a uno y otro lado de la línea de demarcación del “desarrollo”.

Denis McQuail (citado por Igartua y Humanes, 2004: 150-151) destaca como temas centrales dentro de este enfoque la lógica y control económico como determinantes para el análisis de la comunicación social; la concentración de las industrias mediáticas, la globalización (pérdida de diversidad. Marginación de lo alternativo) con todas sus implicaciones, sobre todo económicas y políticas; la mercantilización de contenidos y audiencias y la reconceptualización del interés público.

Ya el enfoque “economía política de los medios” revela la flexibilización de las posturas de Frankfurt, e incorpora principios de la economía más que de la filosofía o la política; los autores de estas corrientes reconocen el plural para hablar de industrias y describen muchísimo más las interconexiones entre los poderes económicos, políticos e ideológicos.

Este enfoque ingresa en la complejidad de estas diversas industrias para comprender el proceso creciente de valoración de las actividades culturales por el capital (Cf. Mattelart y Mattelart, 1997: 77 y ss.).

Dos de los autores en el pensamiento inglés que han seguido la perspectiva de estudiar a los medios desde la economía política crítica son Peter Golding y Graham Murdock (1993) quienes parten de la idea de clase social en Marx y Engels y su relación con los medios de producción: al mismo tiempo que la clase dominante controla los medios de producción, lo hace de los “medios de producción mental”. El control sobre la producción y distribución de las ideas se concentra en las manos de los propietarios capitalistas de los medios de producción, que, como resultado de este control, sus opiniones y sus visiones del mundo reciben insistente publicidad y llegan a dominar el pensamiento de los grupos subordinados y, que este dominio ideológico cumple una función clave en el mantenimiento de las desigualdades de clase.

La investigación de estos autores ingleses intenta demostrar la relación que existe entre la propiedad de los medios y la del poder económico, político y financiero de una sociedad. Para Golding y Murdock, lo que ellos llaman “economía política crítica” se distancia del paradigma economicista por cuatro razones: por la naturaleza holística de la investigación; por el carácter histórico del análisis, dado que se interesa por situar el estudio de los medios en la etapa del capitalismo tardío (no la del siglo XIX o primera mitad del XX); por la centralidad de las relaciones entre la empresa capitalista y su intervención pública; y por ir más allá de las cuestiones sobre la eficacia económica e interesarse por cuestiones de ética y del bien público. La economía política crítica parte de una visión integral y contextual que se interesa por la interacción entre organización económica, la vida política, social y cultural. No se puede quedar el análisis de los medios únicamente en alguna de sus partes; es necesario ver las relaciones entre sí de todos sus subsistemas: producción, mensajes y consumo.

Según Golding y Murdock el análisis económico-político de los medios va más allá de los análisis tradicionales sobre las industrias culturales que consideran únicamente su papel como creadores de ideología. El análisis de los medios debe presentar tres áreas prioritarias de estudio que corresponde a cada dimensión del proceso de comunicación:

a) *La economía política de la producción* de bienes culturales, en la medida en que los condicionantes de la producción impactan en el rango de opciones del consumo (o recepción), no se puede consumir lo que no está a la mano, por eso toda producción condiciona la oferta y el consumo, lo cual desbanca un poco cierta idea fácil sobre la libertad.

b) *La economía política de los mensajes*, para ilustrar las formas en que las representaciones presentes en los contenidos se relacionan con la realidad material de su producción y su consumo; es el estudio de esas representaciones dominante en su relación con la estructura ideológica, cultural de la sociedad en la cual privilegia ciertas visiones del mundo y deja de lado otras.

c) *La economía política del consumo cultural* para ilustrar la relación entre la desigualdad material y cultural; la manera como las desigualdades materiales afectan también los modos de interpretar, consumir y usar.

La economía política crítica de Golding y Murdock pretenden enlazar dos dimensiones de la comunicación pública: la simbólica y la económica, la inmaterial y la material que de alguna manera recuerda el viejo esquema de la tradición marxista, super-estructura / infraestructura, solo que se ve desde un punto de vista diferente y no sobredeterminado de uno sobre otro. De cualquier manera no renuncia a la preocupación realista (lo que por esto se entiende derivado de las cuestiones económico políticas y su relación con lo simbólico cultural); y no deja de ser una “teoría materialista”, eso significa la importancia de la economía, los bienes materiales, las leyes económicas, etc., en el estudio y análisis de las dinámicas de los medios y las industrias culturales.

Estudiar los medios significa centrarse en tres tipos de fenómenos:

(a) El primero se ocupa de las posibles relaciones entre la evolución de las instituciones que controlan la producción cultural y el funcionamiento de la esfera pública. Los autores proponen centrar las investigaciones en cómo es que los cambios en la organización de las fuerzas que ejercen control sobre la producción y distribución cultural limitan o liberan la “esfera pública” (patrones de propiedad de los medios y sus consecuencias en la

producción de mensajes, así como las relaciones entre las regulaciones del Estado y los medios).

- (b) El segundo ámbito de investigación se centra en los bienes culturales producidos por las instituciones de los medios. Golding y Murdock establecen importantes diferencias entre los análisis hechos por la corriente de los Estudios Culturales y la Economía Política Crítica (EPC): mientras a los primeros les interesa el estudio de los textos para ver como se reproduce la ideología dominante; a la EPC le interesa explicar cómo la dinámica económica de la producción estructura el discurso público promoviendo ciertas formas culturales sobre otras.
- (c) El tercer aspecto es sobre consumo mediático. La filosofía del libre mercado como forma de regular el sistema mediático también ha influido sobre la descripción del consumo de bienes culturales; se supone que el público es soberano para elegir los contenidos que quiere recibir; en este sentido la EPC se ocupa de examinar los condicionantes y los límites tanto materiales como culturales de esta concepción de la audiencia.

La noción de comunicación social la podemos definir por los rasgos que estos autores han señalado ya de la economía política crítica su carácter holístico, histórico y la manera como las dinámicas de los medios impactan en la moral pública, la cuestión de la justicia y la organización económica. Los medios son ese elemento articulador entre lo económico y político, lo material e inmaterial; son los indicadores para conocer muchos aspectos de la vida social y cultural, material y política. Estudiar a través de hecho la forma de las asimetrías políticas y simbólicas, en un mundo visto como transmisión y tensión, como empresa que posee dinámicas internas y procesos que generan productos culturales. La visión de estructura social y de comunicación comparte los rasgos de los enfoques críticos: una estructura rehaciéndose en cada momento; de manera constante se reproduce a través de la práctica política. (Cf. Golding y Murdock, 1993).

La perspectiva económico-política actualiza las preocupaciones materiales del marxismo y combina el estudio cultural y el político; hay que decir, que este enfoque actualizó el aporte del marxismo como una teoría económica también (variable central en todos los enfoques críticos), desproveyéndola un poco del ramaje ideológico en el que había caído. A diferencia

de los Estudios Culturales, la importancia de los métodos económicos y cuantitativos es importante en la descripción de los modos como el poder económico, político, financiero e ideológico se encuentran anudados en la reproducción del orden establecido. Su perspectiva se observa como una de las formas de más reconocimiento cuando aludimos a los enfoques críticos para el estudio de la comunicación masiva, además su perspectiva se extiende a una comprensión ampliada de las industrias culturales, deudora también de la Escuela de Frankfurt.

### **5.3 La comunicación social en los Estudios Culturales Anglosajones**

Michael Payne (2002: 202) en su *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales* define a los *Cultural Studies* (“Estudios Culturales”) como un cuerpo heterogéneo de obras de diversos lugares abocadas al análisis crítico de formas y procesos culturales en las sociedades contemporáneas y cuasi-contemporáneas. La corriente que se conoce como Estudios Culturales (EC) adquiere influencia creciente en la investigación de la comunicación a partir de los sesenta (en el mundo anglosajón y casi 20 años después en el mundo hispanoamericano). Su postura crítica es en alguna parte heredada de la Escuela de Frankfurt, pero en oposición a ésta crítica de alguna manera la actitud elitista sobre la cultura que tiene la Escuela de Frankfurt y estudia los procesos de recepción dentro de análisis más contextualizados y amplios. Según Denis McQuail (1997: 97) esta corriente teórica parte de un análisis humanista y literario; se distingue por un enfoque más positivo de los productos de la cultura de masas y por el deseo de comprender el significado y el lugar que se asigna a la cultura popular en la experiencia de grupos particulares de la sociedad (jóvenes, clase obrera, minorías étnicas y otras categorías marginales); el enfoque “cultural” explica el importante papel que desempeña la cultura de masas en la integración y subordinación de los elementos de desviación o de oposición a la sociedad.

La tradición de los EC se preocupa sobre todo por el estudio de la circulación y apropiación de los significados en las sociedades industriales. En cuanto a su posible aplicación al estudio de los medios masivos de comunicación, los EC toman como punto de partida los postulados marxistas acerca de la manera en que los mensajes de los medios y las industrias culturales, expresan y promueven valores de los grupos productores, lo que

conectan con el sistema dominante de ideas, juicios y principios; estos mensajes se producen en contextos históricos y cumplen la función de reproducir visiones del mundo. En el estudio de los medios que hacen los EC siempre los ubican dentro de sus contextos de uso y apropiación específica.

El interés de los EC se centra en analizar una forma específica del proceso social, correspondiente a la atribución de sentido a la realidad, al desarrollo de una cultura, de prácticas sociales compartidas. En el concepto de “cultura” caben muchos significados e incluyen los valores que surgen y se difunden entre las clases y grupos sociales, así como las prácticas realizadas a través de las cuales se expresan valores en las que están contenidas. La cultura se percibe como una serie de pesos y contrapesos, de nivelaciones y negociaciones que realizan los actores.

Como en el caso de la producción norteamericana tenemos aquí otro caso de “padres fundadores”, esta vez organizados en torno al *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS) creado en 1964 en la Universidad de Birmingham, que por entonces era universidad distante de los grandes centros de producción inglesa, lo que constituye a un cierto aire de contestación con respecto a la centralidad de la producción académica; ese elemento de “periferia” es importante para este enfoque, porque la “contestación” crítica al *establishment* (en este caso académico pero también cultural) es un signo inequívoco de su factura y propuesta intelectual.

Las líneas básicas del CCCS desde su fundación hasta 1984, fecha en la que concluye su primera época, se caracterizan según Alabarces (en Altamirano, 2002: 86) por un intento de hacer converger tradiciones desplazadas (antropología, crítica literaria, historia social) en un espacio intelectual novedoso; además hay una recuperación de autores que tradicionalmente hasta mediados del siglo la sociología no veía con el debido cuidado como el caso de la Escuela de Chicago o Georg Simmel. El CCCS busca una visión materialista de la cultura, la cual ya no se ve como combinación de altos productos culturales (libros, museos, música clásica, ballet...), sino como una práctica cultural. Finalmente la incorporación decisiva de la obra de Gramsci por su vigoroso anti-reduccionismo, materializado en la noción de Hegemonía; por la articulación de lo político y lo cultural (una idea muy importante en esta primera etapa del CCCS), no como opuestos, sino como complementarios.

Con este espíritu comenzaron los trabajos del CCCS, cuyo primer director CCCS fue Richard Hoggart (1964-1968) quien como Raymond Williams había sido profesor de literatura inglesa moderna. Desde los estudios literarios comenzó con la descripción de modos de vida y práctica de las clases obreras en las obras literarias. En *The uses of Literacy* (1957) muestra cómo las formas tradicionales de vida pueden resistir; describe los cambios que trastornaron el modo de vida y las prácticas de las clases obreras (el trabajo, la vida sexual, la familia, el ocio); su obra es según Mattelart y Mattelart (1997), un himno a las formas de vida tradicionales de las comunidades de la clase obrera de las que procede, que se resisten a las formas de las culturas dominantes.

Junto a Hoggart, otro de los “padres fundadores”, es Raymond Williams quien en 1958 había definido a la cultura como “algo común”, lo cual constituyó una forma protesta política contra las exclusiones que habían venido haciendo las “tradiciones selectivas” y elitistas de la cultura que por lo general establecían una frontera muy rígida entre el “ser” y “no-ser” de la cultura. Williams sostenía que la cultura comprendida como significados en negociación se encuentra en todo tipo de “textos”, en diferentes lugares e instituciones y sobre todo, en la vida cotidiana. Si Adorno y otros autores habían observado una división tajante entre “Alta Cultura” y “Cultura Popular”, Williams recordó que la cultura podía significar “cultivo”, “crecimiento” lo que le llevó a argumentar hacia una extensión democrática de la cultura como trabajo compartido y espacio común. La agenda entonces para el estudio de la cultura se volvió súbitamente, en extremo muy amplia, lo que desafió las restricciones implícitas en las divisiones de la organización académica y la producción del conocimiento. (Cf. Payne, 2002: 203).

Williams ofrece una visión de cultura desde los estudios literarios y de ahí con fuerte resonancia para la sociología cultural que él mismo desarrolla en obras posteriores. Williams ve a la cultura como ese proceso global a través del cual las significaciones se construyen socio-históricamente; la literatura y el arte no son más que una parte de la comunicación social (lo que aumenta de manera significativa el objeto de estudio en las teorías de comunicación), que pasa a entender como esos modos de producción social del sentido y no una actividad restringida a la mediación tecnológica. Este autor rompe con una concepción reduccionista del marxismo; en su lugar opta por un marxismo complejo que permita estudiar

la relación entre cultura y las demás prácticas sociales; inicia el debate acerca de la primacía de la base sobre la superestructura, que reduce la cultura al entenderla como determinada por las condiciones económicas.

El tercer “padre fundador” de esta vertiente contemporánea de los estudios sobre la cultura, fue Stuart Hall, quien sucedió a Hoggart en el puesto de director en el CCCS a partir de 1969 y hasta 1972. En esta época, el centro conoce su mejor época y comienza su internacionalización. Stuart Hall destaca la importancia de la ideología en la producción de la cultura y de sus determinantes sociales, materiales e históricos. Hall recoge las aportaciones diversas tradiciones (Althusser, Gramsci, Semiótica, Estructuralismo Francés). Se opone a una visión muy empírica de los hechos (y los medios) que vea los hechos aislados y que se centre únicamente en el estudio de los enfoques como los autores del *Mass Communication Research*. Hall parte de una perspectiva integral en la que producción y recepción no se pueden separar. En cuanto a la distancia que toman del enfoque funcionalista estadounidense destacan dos puntos: la primera se refiere al concepto de consenso, ya que para los enfoques funcionalistas, los grupos sociales que están fuera del consenso se caracterizan como “desviados” o “disfuncionales”; más tarde se le consideró como “sub-cultural”, pero su relación con la cultura dominante no estaba definida o no era tomado en cuenta como una expresión cultural legítima y válida. La segunda ruptura tiene que ver con la manera como definen la realidad social. Se asume por principio que los medios no sólo reflejan la realidad sino que la definen; el concepto de “representación” es muy diferente al de “reflejo” o efecto usado por los funcionalistas, puesto que implica un trabajo activo de selección y representación, de estructuración y encuadre, en el que el receptor de alguna manera participa en una negociación; se trata de una “lucha” de significados en donde se dirime la lógica del sentido.

Para Hall (citado por McQuail, 1997: 98) esta corriente se opone al papel residual y meramente reflejo que se asigna a lo “cultural”; en sus diferentes formas, concibe la cultura como entrelazada con todas las prácticas sociales. Hall se opone a la formulación de la relación entre fuerzas ideales y materiales en términos de “base” (o infraestructura) y “superestructura”, sobre todo ahí donde se define a la base por la determinación de lo “económico” en un sentido simple cualquiera. Hall define “cultura”, al mismo tiempo como

*medio* y *valor* que surge en el seno de grupos sociales y clases distintas las cuales a partir de sus condiciones y de existencia interpretan y construyen significados de sus prácticas.

Junto con esta superación del determinismo económico, los EC tratan de tomar un nuevo concepto de ideología, no ya en sentido restrictivo o peyorativo, sino entendido como la expresión de la relación del hombre con el mundo en la vida cotidiana. De Gramsci recupera la noción de “hegemonía”, asociada a la definición de “cultura popular”; la idea de hegemonía es la tensión, la lucha por el liderazgo intelectual (de las ideas, visiones) de la sociedad.

Hall maneja una nueva visión del poder (que es muy importante en los enfoques críticos) ya que también se ve como creación y refuerzo de valores políticos, sociales además de prácticas institucionales. La nueva visión para Hall abre una fase de estudio de los medios que se centrará en dar respuesta a dos tipos de cuestiones: **a)** cómo funciona el proceso ideológico y cuáles son sus mecanismos; **b)** cómo se concibe la ideología en relación con otras prácticas de formación social. La primera tiene que ver con la producción y transformación del discurso ideológico; la segunda, sobre los modos de definición de lo ideológico dentro de una sociedad. Cada cultura tiene un modo diferente de clasificar el mundo, que se refleja en las estructuras lingüísticas y semánticas, en modos de relacionarse, en tipos de medios informativos y contenidos, en acepciones compartidas y “sentido común” de aquellos aspectos que no son en absoluto tema de discusión. Ya hemos explicado en el capítulo 3 a propósito de los modelos críticos culturales el modelo *Encodificación / Decodificación* de este autor.

Se suele considerar como discípulo de Hall a David Morley quien va hacer a finales de los setenta uno de los hoy considerados estudios clásicos para el análisis cualitativo de las audiencias televisivas. El primer trabajo publicado del autor fue junto con Charlotte Brundson, Morley publicó *Everyday Televisión. Nationwide* (1978) que fue resultado de una investigación y marca el giro estrictamente sobre medios. Después del análisis de los programas de información general, de revistas políticas sobre las grandes cuestiones de la sociedad, sobre los “asuntos actuales” (*current affairs*) que se dirigen a un público de élite, la atención se centra en emisiones llamadas igualmente de “comunicación política” pero destinadas a un público más amplio, más heterogéneo, en términos de clase y sexo, como el programa *Nationwide*. Es el punto de partida de una reflexión sobre los géneros populares

(*Situation comedies*, deportes, variedades, telenovelas, series policíacas). *Everyday Televisión* pone en marcha la voluntad de explorar la forma en que estos programas de entretenimiento de masas tratan las contradicciones de la vida y de la experiencia de los hombres y mujeres de amplias capas sociales, y participan en la construcción de un sentido común popular, centrándose en el estudio de las representaciones del género femenino / masculino, de la clase social, de los grupos étnicos.

De las contribuciones de Morley, destacan la descripción de esos modos de recepción por grupos sociales, lo que nos ha revelado un mundo más complejo hasta entonces poco explorado: la recepción televisiva, los factores que en ella intervienen, sus rituales, las interacciones con el contenido y discurso de los medios. En ese sentido, desarrolla de forma empírica las orientaciones sobre el mundo de la apropiación, no precisamente como algo pasivo, sino como un conglomerado de fenómenos que un estudioso cultural de los medios debe prestar especial atención.

Morley (citado por Lozano, 1996: 171) destaca la dimensión de los mensajes transmitidos por los medios y su recepción por parte de las audiencias, lo cual apoya en tres premisas: **a)** el mismo evento puede ser interpretado en más de una forma; **b)** el mensaje siempre contiene más de una lectura; los mensajes pueden proponer o prefieren ciertas lecturas sobre otras, pero nunca pueden cerrarse completamente a una sola interpretación: permanecen polisémicos; **c)** la comprensión del mensaje constituye una práctica problemática, por más transparente y natural que parezca; los mensajes encodificados de una manera, siempre contienen formas alterna para ser leídos.

Las aplicaciones de los EC en el campo específico de la comunicación social, se ha centrado en el análisis de las prácticas de apropiación y los procesos de recepción de la audiencia, entendiendo el consumo como negociación entre prácticas comunicativas diferentes. En menor grado, estudios culturales significa un análisis de las representaciones en determinados cuerpos de mensajes, aun cuando este significado no se excluye, ya que los textos (una crítica periodística, por ejemplo) son también campos de tensión y lugar donde se negocian visiones del mundo; el análisis del texto justamente debe ofrecernos comprender la lucha por la interpretación. El binomio “estructura ideológica del código de

representación de la realidad / apropiación, interpretación o resignificación de significados” ha devenido casi en un modelo de análisis que a no pocos gusta usar. Una de las principales preocupaciones que convoca a estudios culturales y estudios de comunicación es sobre cómo los medios son interpretados y asumidos en la vida cotidiana de las audiencias, lo que para autores como Jensen (1997) es otra forma de estudiar la semiosis social.

Para Casetti y Di Chio (citados por Humanes e Igartua, 2004: 144) son tres las ideas básicas que recorren al análisis de los medios de comunicación desde la perspectiva culturológica de los EC: **a)** un texto no es sólo una construcción lingüística, sino también un acontecimiento que se enmarca en un contexto histórico, cultural y social que condiciona su propia existencia; al mismo tiempo, el texto está influyendo sobre el contexto; **b)** el texto facilita una propuesta que manifiesta las intenciones de quien promueve la comunicación y que se ofrece al ser interpretado por el destinatario, el significado del texto nace, pues, de la superposición de un “significado del hablante”, de un “significado intrínseco” y de un ‘significado del receptor’; **c)** el texto se puede utilizar, se le puede dar diferentes usos: ofrece imágenes de realidad, esquemas que explican, repertorios de expresiones, cuadros comunicativos que confirman o desmienten jerarquías sociales, interacciones personales y sugerencias para la acción.

Esta idea texto-contexto, así como la de cultura-subcultura son dos díadas para caracterizar a los medios, en primer lugar como lugar de tensión cultural, como un espacio de lucha a un tiempo político y cultural, como una forma de interacción mucho más compleja más allá de la interpretación individual o la difusión de contenidos; el mensaje y los medios son ahora lugares privilegiados para ver los modos de funcionamiento de la ideología, de la hegemonía; exponerse a los medios es un tipo de práctica cultural que nos dice algo sobre los medios, pero sobre todo, de la vida cotidiana de las audiencias. El análisis de los medios y sus productos, relevaría esas contradicciones, esas visiones del mundo.

La visión extensa de cultura se puede aplicar a una visión igualmente abierta de la comunicación mediada tecnológicamente. Además la comunicación (siguiendo la idea que tenía sobre cultural) se ve como acto de producción (o solo recepción), sino sobre todo como “práctica cultural”. Más que la recepción en tanto objeto, la perspectiva cultural se va

interesar por la vida cotidiana donde se encuentran esas prácticas y la materialización de la cultural. La comunicación pasa por extensión a verse como una serie de dinámicas de apropiación, en la que individualmente, familiarmente o en grupo se realizan prácticas de apropiación, semantización y vinculación con los esquemas referenciales que se poseen de la realidad.

En lo que toca a los medios como enfoque, más que algo separado en sí, lo que vemos es ahora ese mapa abierto de los estudios sobre cultural, poder, discurso, del cual ahora los medios forman parte. Más que un listado de temas o preocupaciones (aun cuando es inevitable identificar ejes dominantes en este enfoque), lo característico es el punto de vista, que supuso un contrapeso a la tendencia positivista y empírica que prevalecía en los EE.UU. y a la versión ajustada del marxismo que había imperado. Lo central de los EC radica en la articulación, en la construcción de relaciones significativas en la comunicación como proceso y práctica. De los temas recurrentes sobresalen el consumo, la identidad, la diferencia, las representaciones como problemas conceptuales; los medios en su interacción con públicos o audiencias, las culturas juveniles, las expresiones culturales emergentes, la ciudad, la vida cotidiana, dentro de un largo etcétera, al grado que en ocasiones la sola mención del tema lleva a pensar que se trata de un estudio dentro de este enfoque. Hoy día con la globalización y sus transformaciones culturales, este enfoque lejos de diezmarse, se ve avivado por una serie de interrogantes y preocupaciones que multiplica su proliferación y extensión.

#### **5.4 Dos definiciones de la comunicación social desde la semiótica.**

La semiótica se ha perfilado lo mismo como una teoría general de los signos que como el estudio de la significación y el sentido en ciertos contextos y fenómenos de comunicación. Ahí donde hay producción e interpretación de sistemas de signos la semiótica tiene algo que decir. La semiótica es el saber contemporáneo (aun cuando como veremos sus orígenes vienen de muy lejos) que específicamente pretende ocuparse del sentido; en otra acepción también se ve la semiótica como una teoría del signo. Para Greimas y Courtés (1982) la semiótica es aquello que permite las operaciones de *paráfrasis* (explicar o interpretar

“amplificativamente” un texto) o de *trascodificación* (traducir de un código a otro), aquello que fundamenta la actividad humana en tanto que es intencional.

En el estudio de la semiótica es posible encontrar perspectivas más duras (fuertemente ancladas en modelos lógicos, semánticos) y otras más interpretativas y hermenéuticas que consideran al sentido no como dato cuantitativo, sino como una construcción (comunicativa y dialógica); no se trata pues de un objeto, sino de un proceso. En los medios de comunicación se obtuvo un campo muy rico de aplicación de la semiótica al preguntarse sobre los contextos modernos de la comunicación colectiva y muy especialmente en su relación con la cultura; en este enfoque (a diferencia de algunas posturas más duras para las cuales todo el sentido reside sólo en el mensaje mismo), es importante el punto de vista y la posición de los participantes.

En realidad no existe una definición formal, “dura” sobre los medios desde la semiótica, sino aplicaciones de distintos modelos, abordajes generales o específicos. Así mostramos algunas viñetas, al estilo de lo que buscamos en estos acercamientos diversos.

#### **5.4.1 Una idea ampliada sobre comunicación social en Umberto Eco**

Sin duda uno de los intelectuales más prolíficos en estudios de comunicación es Umberto Eco, al grado que él mismo es un ejemplo de un intelectual arraigado en la Academia y figura de cierta presencia en los ámbitos relacionados con la semiótica, estética, comunicación social, arte, literatura y crítica literaria, por señalar algunos. Su formación es de filósofo y entra a la comunicación social desde el estudio de la estética. Su tesis doctoral había sido sobre la estética medieval (de hecho tiene un libro dedicado al tema). En los sesenta trabajó en la radio italiano y de ahí con erudición y vigor entró a la comunicación con fuerza.

La parte más conocida de Eco es la de semiólogo (o semiotista) consagrado. La semiótica no nació ni se desarrolló al servicio de la producción de mensajes, sino como un sistema de interpretación; esta disciplina se aproxima al objeto de la sociología de la comunicación y aparece en Italia y Francia como un instrumento de interpretación de la cultura de masas, de la concepción de esta como dominante y práctica; en ese sentido la semiótica y los métodos que pueda derivarse de ellas se vislumbran sobre todo —desde una perspectiva sociología y

política— como instrumentos útiles contra esta dominación. Así, gran parte de la idea que puede verter de los medios, la cultura de masas o las industrias culturales, se vincula con la descripción de esos dispositivos, sus códigos y modos de transmisión, y en el más extenso de los casos de la relación entre estos códigos y los modos de recepción.

Su primera obra importante sobre los medios masivos o más concretamente la cultura de masas la publica a mediados de los sesenta, *Apocalípticos e Integrados ante la cultura de masas*, que constituye un clásico por los análisis y sugerentes conceptos que entonces comienzan a formar un corpus, más allá del estrictamente estadounidense para discutir sobre los medios-cultura de masas. Uno de los principales aportes, es sobre todo la labor sintética que hace sobre esa serie de argumentos a favor y en contra de los medios. Eco sintetiza las críticas que se hacían a esta visión apocalíptica de los medios; conviene sobre todo para quien se introduce en el estudio de los medios tenerlas en cuenta, porque hoy día no es ajeno escucharlas en variantes y modos que si bien no son del todo condenatorios de los medios o nuevas tecnologías apunta un listado de tópicos a revisar con relación a algunos efectos nocivos que pueden tener los medios (1985: 46-50)

- a) Los *mass media* se dirigen a un público heterogéneo y se especifican según “medidas de gusto”, evitando las soluciones originales.
- b) En tal sentido, al difundir por todo el globo una “cultura” de tipo “homogéneo”, destruyen las características culturales propias de cada grupo étnico.
- c) Los *mass media* se dirigen a un público que no tiene conciencia de sí mismo como grupo social caracterizado; el público, no puede manifestar exigencias frente a la cultura de masas, sino que debe sufrir sus proposiciones sin saber que las soporta.
- d) Los medios tienden a secundar el gusto existente sin promover renovaciones de la sensibilidad. Homologados ciertos estilos y formas de difusión desempeñan un papel de pura conservación.

- e) Los medios simbolizan las cosas en lugar de representarlas, las provocan en lugar de sugerirlas. Dan los objetos y mensajes confeccionados.
- f) Los medios están sometidos a la ley de la oferta y la demanda, dando al público lo que desea o, peor aún, siguiendo las leyes de una economía fundada en el consumo sugieren al público lo que debe desear.
- g) El pensamiento masivo es resumido en fórmulas, los productos del arte son antologizados y comunicados en pequeñas dosis.
- h) Existe un equilibrio en los mensajes masivos entre los productos de la cultura superior y otros de entretenimiento o distracción.
- i) Los mass media alientan una visión pasiva y acrítica del mundo.
- j) El exceso de información sobre el presente entorpece la conciencia histórica.
- k) Hechos de entretenimiento son emitidos para atraer el sector superficial de nuestra atención.
- l) Los medios tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando “tipos” reconocibles de inmediato, reduciendo la individualidad y concreción de nuestras experiencias.
- m) Los medios trabajan sobre opiniones comunes y funcionan como una continua reafirmación de lo que ya pensamos.
- n) Se desarrollan bajo el signo del más absoluto conformismo. Favorecen proyecciones hacia modelos “oficiales”.
- o) Los medios se presentan como el instrumento educativo típico de una sociedad de fondo paternalista, superficialmente individualista y democrático.

Esta serie de imputaciones reales o ficticias a la cultura de masas no aclaran el problema, para tener una visión más amplia hay que recurrir a sus defensores. (Cf. Eco, 1985: 51-57),

- a) La cultura de masas no es típica de un régimen capitalista... nace inevitablemente en cualquier sociedad de tipo industrial.
- b) La cultura de masas no ha ocupado el puesto de una supuesta cultura superior; se ha difundido simplemente entre masas enormes que antes no tenían acceso al beneficio de la cultura. El exceso de información sobre el presente, en menoscabo de la conciencia histórica, es recibido por una parte de la humanidad que antes no recibía información ninguna sobre el presente y no poseía otros conocimientos históricos que nociones sobre mitología tradicionales.
- c) Es cierto que los medios proponen varios elementos de información en los que no se distingue el dato válido de la pura curiosidad o entretenimiento. Pero negar que esta acumulación de información puede resolverse en formación equivale a tener un concepto pesimista de la naturaleza humana y a no creer que una acumulación de datos cuantitativos pueda resolver en una mutación cualitativa.
- d) A la objeción de que los medios difunden productos de entretenimiento que nadie se atreve a considerar como positivos, se responde que, desde que el mundo existe las turbas han amado el "circo".
- e) Contra la homogenización del gusto se responde que, contribuye en el fondo a eliminar en ciertos niveles las diferencias de casta unificando la sensibilidad nacional.
- f) Es cierto que la difusión intensiva de los bienes culturales embota la capacidad de recepción. Pero esto constituye un fenómeno de "consumo" del valor estético o cultural que se da en todas las épocas, con la característica de que hoy día tiene una dimensión macroscópica. Incluso los productos derivados de la misma crítica contra la cultura de masas al ser realizada a través de libros de gran tirada, diarios, revistas, mesas redondas televisadas etc., se han comercializado como bienes de producto y como ocasiones de distracción esnob.

- g) Los medios, en definitiva, sensibilizan al hombre contemporáneo en su enfrentamiento con el mundo: ¿acaso las masas actuales no son partícipes, para bien y para mal, en la vida asociada, que las masas de la antigüedad propensas a una aceptación tradicional ante escalas de valores estables?
- h) Contra el conservadurismo de los medios, éstos han constituido un conjunto de nuevos lenguajes, nuevos modos de hablar, nuevos giros, nuevos esquemas perceptivos. Bien o mal se trata de una renovación estilística que tiene repercusiones en el plano de las artes, promoviendo su desarrollo.

La preocupación comunicativa por el estudio de la cultura siempre ha estado presente en el autor; por ejemplo al definir ésta en *La estructura ausente*: “La semiótica estudia todos los procesos culturales como procesos de comunicación”; tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay unos sistemas, la dialéctica sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje. La idea de comunicación de masas si bien se centra en los medios masivos, no queda de forma restrictiva a éstos, por ejemplo en *La estructura ausente*, Eco ensaya describir a la arquitectura como “medios de comunicación de masas”.

El estudio de los medios es el estudio de sus códigos generales y específicos, teóricos y aplicados. Se necesitan modelos que pueden ser construidos con base a una teoría (por ejemplo las teorías del código de corte más informacional, centrados en el estudio del mensaje). La preocupación de cualquier forma en este autor, ha estado más centrada en esos códigos que por ejemplo en la estructura institucional de los medios. Desde la estética del arte, Eco ha reflexionado —como queda claro en su libro de *Apocalípticos...*— sobre la estética de los medios y de manera especial el mensaje estético.

Junto con *La Estructura...* hay que mencionar también el *Signo* (1973) y el *Tratado de Semiótica General* (1976), donde aparecen sobre todo en el primero, ejemplos de aplicación a la comunicación de masas, aun cuando su contexto es mucho más amplio y se inscribe en una reflexión filosófica sobre el lenguaje. En esta última obra, Eco pone una amplia introducción en la que marcha hacia una lógica de la cultura. Define la semiótica, su objeto y límite. Toma en cuenta las dos grandes tradiciones (semiótica estadounidense, de corte pragmático y semiología francófona más lingüístico-antropológica). Analiza luego la

significación y la comunicación, presentando un modelo de comunicación tomado de la teoría de información en la que una fuente es usada por el transmisor que emplea un código para enviar una señal, por un canal, a un receptor que recibe esa señal como mensaje y es su destinatario; además la señal está expuesta al ruido o distorsión. Pasa a considerar los códigos que son indispensables para comunicar; allí incluye la teoría de la connotación y la denotación, como la teoría del sentido y la referencia. Viene en seguida una teoría de la producción de signos, aborda el problema de las ideas como signos y luego el tema de una tipología de signos que ya han recibido innumerables divisiones y clasificaciones. Cuestiona la tipología clásica de Peirce en índice, íconos, símbolos. Eco concluye este apartado en que se debe hacer una tipología de los signos no por sus modos de significar, sino por los modos de producción.

Un análisis más detallado a este autor nos ha mostrado varias formas de comprender a los medios masivos, en tanto objeto, signo, método. Por principio hay una vertiente que viene de la estética y el debate sobre la cultural, de ahí pasa a considerar (con un esquema donde aparece una teoría para cada subsistema dentro de la comunicación —producción, mensaje, interpretación— las cuestiones de la recepción, tanto para su teoría literaria y por extensión al estudio de la comunicación social, como se puede ver en artículo “¿El público perjudica la televisión?” (en Moragas, 1985, II: 172-196) donde se plantea ya la necesidad de contemplar al público como ente activo y se formula una dimensión para el estudio de los contenidos. En realidad Eco nos ofrece una metodología para el análisis de mensajes (principalmente estéticos, aunque en alguna medida se puede aplicar a cualquier expresión cultural en su sentido amplio) las cuales operan como un sistema de significación que se mueve en distintos niveles en las que sus denotaciones se convierten en connotación en una suerte de progresión infinita; como resultado de este mensaje que es al mismo tiempo hay proceso, nunca llegamos a la “decodificación final” o última lectura del mensaje estético, porque cada ambigüedad genera posteriores rompimientos de reglas a otros niveles.

Como todos los enfoques de corte semiótico, lingüístico, estructural o en colindancias con la teoría literaria, el proceso de la comunicación social parece verse desde una idea compleja del mensaje-código-signo-señal plasmada en el soporte de comunicación. Eco parece decirnos que el mensaje de los medios es aquello que por principio no es lo que aparenta y por tanto tenemos que ir a los modos de funcionamiento de sus códigos y signos para

conocer la medida en que ahí se cifra el proceso en el cual dicho mensaje se encuentra inmersa.

#### **5.4.2 La semiótica social de la comunicación de masas en Karl Bruhn Jensen**

Karl Bruhn Jensen (Aarhus, Dinamarca 1956) entró al estudio de la comunicación desde la lingüística y los estudios literarios; es doctor por la universidad de su ciudad natal en estudios de medios; se ha especializado en investigación de la recepción, teoría de la comunicación e historia de los medios; actualmente trabaja como profesor e investigador en el departamento de cinematografía y estudios de medios en la Universidad de Copenhague. Su propuesta de análisis de los medios la ha bautizado como “semiótica social de la comunicación de masas”.

La comprensión de las ciencias de la comunicación es una variante de la semiosis social y constituye un nuevo punto de partida para los estudios de la comunicación, ya que proporciona una especificación conceptual y una metodológica en el abordamiento de los fenómenos de comunicación social que es entendida como una práctica cultural y discursiva. Su propuesta se define como “semiótica social” y persigue entender los procesos de construcción del significado en tanto fenómeno social discursivo. Jensen define a la comunicación como una modalidad de encarnar los significados sociales, un fenómeno socio-discursivo que demanda para su estudio una doble mirada: humanista (semiótica) y socio-científica (ciencias sociales); el autor desea presentar una propuesta que use los repertorios de la semiótica y las ciencias sociales con la finalidad de tener un marco que le ayude en estudio empíricos de la recepción de medios.

Para cumplir el objetivo que se plantea (buscar una perspectiva semiótico-social de la comunicación para comprender la acción social) es necesario realizar un análisis de la *semiosis* vista como proceso discursivo inserto en prácticas sociales. Para Jensen el análisis de la comunicación colectiva no reside únicamente en los medios, sus organizaciones o discursos, sino en las prácticas sociales y culturales que constituyen la producción, transmisión y recepción de la información social. Ciertamente los medios masivos pueden usar recursos autoritarios para circular y legitimar determinados significados sociales; del

mismo modo, la producción de los medios y su recepción se encuentran sujetos a una serie de reglas de interpretación y conductas específicas en torno a los cuales esta teoría de la semiótica social debe discurrir y ofrecer elementos de análisis e interpretación.

La sociedad se define como “sociedad del significado”, lo cual se entiende esta preocupación de la semiosis, de los procesos de significación en contexto especiales, del sentido social producido, articulado o condensado a través de los procesos de los medios. Peirce entiende la semiosis como “un proceso y el análisis semiótica es el estudio del funcionamiento de esas semiosis, ya sea a posterior, en una obra acabada, ya sea en el acto mismo de creación de la obra, desde el interior mismo del proceso semiótico” (Deladalle, 1996: 101). La semiosis como un proceso complejo e infinito de sucesivos encadenamientos de procesos de significación; cambia las concepciones que tenían la antropología y sociología del conocimiento y la acción social como cuestiones separadas; para Peirce no hay división entre cognición y acción; el conocimiento no es algo previo a la acción, sino que tiene en sí mismo una especie valor *performativo*. (Sánchez Esteves, 2001).

La sociedad como tal se define como una entidad “material-social-discursiva-semiótica” en el sentido de la apuesta por un análisis de la semiosis de procesos discursivos en la prácticas sociales (ello para integrar el estudio socio-científico y humanístico de la sociedad, que como hemos visto son dos vectores que al autor le interesa unir).

Jensen recupera los conceptos teóricos del significado y la cultura para la investigación de la comunicación de masas. Su planteamiento es una teoría de la comunicación que contemple la producción del significado que surge, en parte, de la comunicación de masas. La influencia del filósofo Peirce va ser muy importante —de hecho es de los pocos autores que decididamente quiere colocarse en los hombros de este importante filósofo norteamericano; unas de las implicaciones es la preocupación por los impactos, efectos y usos pero no desde la sociología funcionalista, sino desde del pragmatismo en diálogo con los estudios culturales.

Para el estudio de los medios y la sociedad del significado hay que analizar el componente de *reflexividad*, donde aparece lo que Giddens llama “doble hermenéutica”; es doble porque involucra al mundo social del significado constituido por actores legos y a los metalenguajes

inventados por los socio-científicos: hay un constante “desplazamiento” entre unos y otros implicados en la práctica de las ciencias sociales. Otro componente de la “sociedad del significado” se refiere a las *prácticas sociales* insertadas a las distintas instituciones integradas en el mundo de la política, la economía y la cultura. Esta combinación agrupa el proceso de integración a la vida social y al hacerlo se contribuye a la construcción de identidades sociales.

Mediante el proceso de construcción social de la realidad o semiosis de la sociedad, se recontextualizan formas específicas de elaborar significados cuando los sujetos articulan y rearticulan la sociedad otorgando significado a los acontecimientos de su vida (desde ir al trabajo, participan en un mitin o ver la televisión con sus hijos). Los individuos dan significado a través de cuatro procesos o dimensiones: **a)** la *cognición* (las interpretaciones que los individuos hacen de todo cuanto les sucede); **b)** la *comunicación*, que se entiende aquí donde los sujetos que conocen los objetivos interactúan por medio de significados, es decir, la semiosis produce significados en común negociados en grados intersubjetivos; **c)** la *interacción* por medio de la cual los sujetos se redefinen mutuamente; y la **d)** *reflexividad*, donde el sujeto construye mediado por signos en otro tiempo por proceso análogo; es un segundo nivel de análisis de cuanto le sucede.

Es importante relacionar cómo una teoría sobre comunicación, con una perspectiva semiótica (o más exactamente de la semiosis social), tiene como objeto más que a los medios en sí, a la realidad social, al sentido social y a las prácticas culturales. Para desarrollar su teoría Jensen pretende un análisis integral de la audiencia de los medios masivos, esto lo hace al combinar a los enfoques que tradicionalmente estudian la recepción, los aportes de las metodologías para el análisis de contenido (orientación cuantitativa) y de discurso (orientación cualitativa) de los sistemas de mensajes. Jensen afirma que el punto focal de los estudios de recepción es justamente la interacción entre audiencia y mensaje, entendida como el lugar central de la producción de significado, de aquí la importancia de la caracterización que hemos hecho sobre lo que llama “sociedad del significado”.

En 1997 aparece en castellano su libro publicado dos años antes en inglés, en el que desarrolla las bases de su teoría socio-semiótica; se trata de una reflexión sobre cuestiones discursivas, epistemológicas y metodológicas en torno a la comunicación de masas. En su

enfoque trata de relacionar la idea de signo, individuo y sociedad y tiene una pretensión de una teoría semiótica de la comunicación (semiótica de primer orden) y una teoría general de la sociedad (semiótica de segundo orden). La comprensión de la comunicación de masas es una variante de la semiosis social, constituye un punto de partida novedoso para Jensen, en el objetivo de estudiar a la comunicación como modalidad de práctica discursiva en un contexto social determinado. (Jensen, 1997: 95).

El objeto principal de estudio son las audiencias pero en una perspectiva integradora y novedosa. El estudio de las audiencias tiene que pensarse como un proceso amplio en sí mismo. Al interpretar el mensaje mediático, las audiencias seleccionan y reformulan su propio mensaje, construyen su significado. Esta construcción de significado se ve como una práctica social que se piensa como una dimensión integrada al contexto social (en el que la producción del sentido por medio del lenguaje y procesos sógnicos es importante).

Jensen define tres máximas sobre el proceso de recepción que pueden ser útiles para

aclarar esta actividad de construcción de significado:

- a) *La recepción como fenómeno conformado socialmente* por varios factores. Hay que tomar en cuenta las formas de experiencia dentro de las cuales el receptor se ha socializado. Esta socialización es el antecedente que funciona como guía para la interpretación de los medios.
- b) *La recepción como manuscrito*. Jensen usa esta metáfora. La socialización constituye la formación del individuo por medio del lenguaje y de varias formas de interacción. De esta manera el individuo logra acceso a un conjunto de discursos (*manuscritos*) que comunican una versión de la realidad social y omiten otras. Los manuscritos pueden pensarse como formas generales de comprensión por medio de las cuales un individuo entra al orden social y comunicativo.
- c) *La recepción está constantemente en cuestión*. Los significados y las funciones ideológicas de los medios no deben definirse como estáticas. El significado y la cultura son fenómenos dinámicos y procesuales cuyas funciones sociales no están predeterminadas.

Todo significado se encuentra abierto al cambio y al desafío, dependiendo de la práctica social en la que se recibe y aplica.

El modelo que Jensen (1997: 106) presenta para organizar la investigación de los procesos de recepción descansa en su hipótesis de partida de incluir la teoría de la comunicación de masas dentro de la semiosis social. Los constituyentes de esa semiótica social son los *discursos* (que incluyen el uso social de los sistemas semióticos, porque las personas al utilizar el lenguaje actúan sobre el mundo, no sólo lo describen), la *recepción* (la interpretación y aplicación de la comunicación de masa) y las *instituciones* (los contextos y los constituyentes contextuales cierran el triángulo de la semiótica social).

Como vemos en obras producidas en los noventa, Jensen reconstruye su teoría tomando elementos y tradiciones anteriores, desde los cuales logra una nueva perspectiva y presenta nuevos detalles de su objeto: las audiencias, que ha estudiado en el caso de la prensa y de la televisión. Con la de Jensen tenemos otro de los objetos que intentan una teoría de la sociedad, de los medios y una metodología para su estudio. Esta triangulación es otra modalidad para definir y abordar el sentido social a través de la recepción como fenómeno múltiple y concebir los sistemas de la comunicación mediática de manera más compleja.

## **5.5. Dos nuevos enfoques culturales**

### **5.5.1 La comunicación social en la sociología cultural de Bourdieu**

Bourdieu es de los sociólogos que ha intentado una síntesis entre las perspectivas objetivistas y materialistas que han privado en la teoría social. También se ha caracterizado por ser una sociología que insiste sobre la revisión en sus propias determinaciones; esto hace señalar a Ritzer (2001) que la de Bourdieu es una meta-sociología. El sociólogo francés se ha ocupado con insistencia del modo como un etnógrafo puede conocer la cultura que está estudiando. No es suficiente, que el investigador se distancie de la realidad que estudia; también es necesario que haga una crítica sostenida de sus métodos y paradigmas. Al primer distanciamiento lo llama “objetivación participante”, al segundo “objetivación de la objetivación”. Aunque desdeña irónicamente la teoría, Bourdieu ha estado atento al modo como las teorías, a menudo inconsciente y acriticamente determinan las prácticas culturales

de la vida cotidiana. Este ha sido un autor de intereses muy diversos que va de la teoría sociológica y la educación a la literatura, la teoría sociológica, las artes visuales y la filosofía (Cf. Payne, 2002: 57)

La obra de Bourdieu ha sido catalogada como un “constructivismo estructuralista” (o bien “estructuralismo constructivista”), lo que significa en el autor la idea por subrayar las estructuras objetivas independientes de la conciencia y voluntad de los agentes en el mundo social. El abordaje de Bourdieu parece deudor de autores como Elías, Giddens o Berger y Luckmann. Pretende superar las dicotomías heredadas de la vieja sociología (sujeto / objeto, colectivo / individual...), desea aprehender las realidades sociales como construcciones históricas y cotidianas de actores individuales y colectivos, construcciones que tienden a sustraerse a la voluntad y control de los mismos actores. Las realidades sociales son a la vez objetivadas e interiorizadas, de modo que el principio de la acción sea la relación de determinación objetiva entre lo objetivo y subjetivo, es decir, entre las formas objetivadas (reglas, instituciones) y las subjetivadas (representaciones, formas de sensibilidad) (Cf. Giménez 2002).

Tres nociones parecen centrales en las aplicaciones más comunes que suelen hacerse del pensamiento de Bourdieu (“campo”, “habitus” y “capital”) y que ahora retomamos como categorías explicativas, sobre todo en un autor que en sus investigaciones dio importancia al estudio del campo científico, cultural y artístico. La noción de Habitus permite articular lo individual y lo social, las estructuras internas de la subjetividad y las estructuras sociales externas; permite comprender que ambas formas de estructuras, lejos de ser ajenas entre sí y excluirse, constituyen más bien dos estados de la misma realidad. El habitus es definido por Bourdieu como un sistema de disposiciones durables y transferibles: estructuras estructuradas que pueden funcionar como estructuras estructurantes; funciona para el individuo como una matriz organizadora y estructurante de percepciones y acciones del individuo, éste ayuda a producirlas o bien las modifica; además dota al individuo de esquemas prácticos de percepción y apreciación.

Por su parte el “Campo”, como noción medular en su sociología se vincula a la idea de espacio social en tanto sistema de posiciones sociales que se definen las unidas en relación con las otras (por ejemplo la posición del patrón con relación al empleado). El espacio social

es multidimensional y se presenta como un conjunto de campos relativamente autónomos y articulados entre sí (campo económico, político, religioso, intelectual, literario...). Un campo es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y recursos propios, diferentes a los de otros campos. Bourdieu evoca la “metáfora del juego” como primera imagen para describir lo que se entiende por campo: una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones diferenciadas, socialmente definidas y en gran medida independientes de la existencia física de los agentes.

El sociólogo francés se refiere a la cultura de masas como un macro-campo donde se tejen y destejen desniveladamente la complejidad de las relaciones sociales. A propósito del “campo mediático” (que Bourdieu llama “campo periodístico”) en *Sobre la televisión* (Cf. Bourdieu, 2005), el autor define algunas reglas de este campo: la vinculación del medio y sus actores a un criterio de mercado. En este texto, señala tres ejes de análisis:

- a) La secuencia articulada en el discurso televisivo, ausencia que él a lo sumo concede como sustitución por un discurso de la fragmentación que resulta contrario a las formas de resistencia contra la manipulación, y además resulta un atentado a la libertad de pensamiento.
- b) Las reglas mismas del discurso televisivo que se encuentran insertas de manera estructural y dependiente.
- c) Las reglas del “campo mediático” que a su vez se articulan estructural y dependientemente también con las reglas del “campo social” dominante.

El campo mediático se estructura a partir de dos procesos que conviene reflexionar. El primero de ellos se refiere a la vinculación del medio y sus actores a criterios de mercado (por una parte por la propia naturaleza del medio televisivo que “llega” a un gran número de individuos, y por la otra los criterios de rentabilidad comercial regidos justamente por lo anterior. Entre las consecuencias de este primer aspecto se puede encontrar el *fast thinking* y la dramatización de la información transmitida en función de la escenificación literal de un suceso real, que redundando en el tratamiento exageradamente emotivo de dicho suceso. Esto

lleva a un tipo de comunicación instantánea que borra la dimensión temporal intrínseca en todo pensamiento. La comunicación instantánea no es en absoluto comunicación.

El problema para el análisis de la comunicación masiva se agrava en la medida que se entiende que el problema no parte de la información transmitida, sino de la estructura al interior del discurso televisivo y de la estructura misma del campo mediático como un sistema miembro de una constelación de sistemas interrelaciones. La TV, que es el medio que ocupa a Bourdieu en el libro citado, se encuentra estrechamente vinculado con las condicionantes del campo que son factores que según el sociólogo, impiden el ejercicio autónomo de los actores y que se transmite en lo que se conoce como la “autocensura” que por ejemplo ejercen los propios periodistas. El discurso-fragmento de los medios no solo fragmenta lo que se dice sino la estructura misma del discurso. La fragmentación como mecanismo no coadyuva a la concentración, genera dispersión, desestructuración de la lógica estratégica de las formas de pensar y de construir conocimiento. La información mediática resulta una especie de *fast food* cultural que precisa, a su vez de *fast thinkers* para ser recibida como tal. Esto hace que la comunicación sea solamente aparente, centrándose en el acto mismo de la comunicación, es decir en la fatigación del acto más que en el intercambio de mensajes o información.

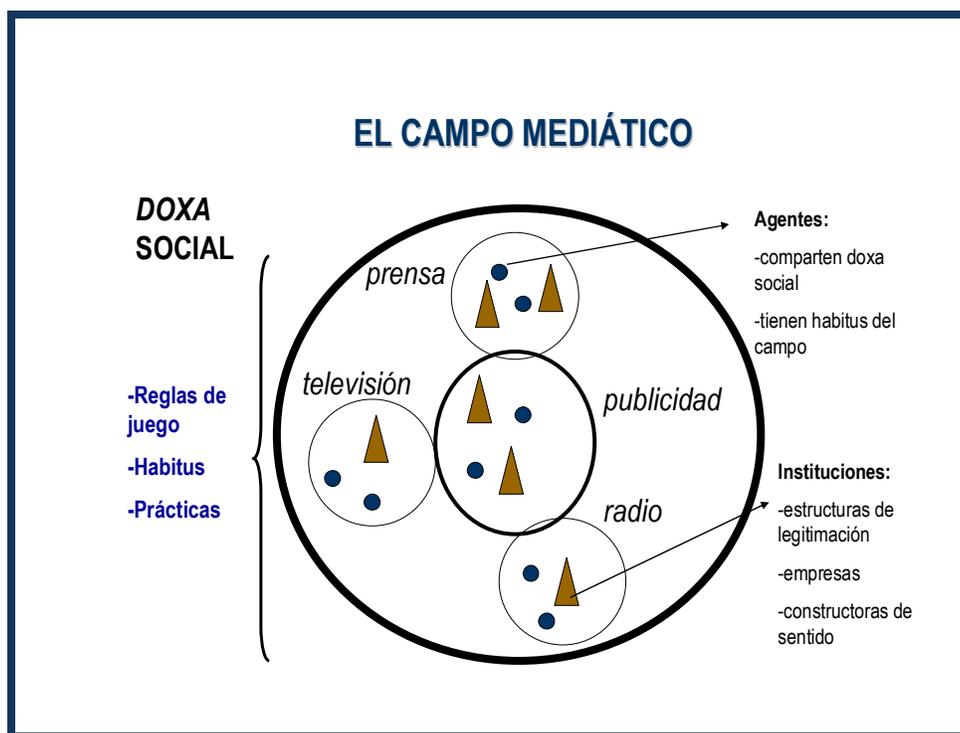
El segundo proceso es el mecanismo de circulación de la información que no sólo atañe a ésta, sino a las propias reglas de legitimación del campo. Este elemento estructural conlleva un efecto de homogenización y/o nivelación tanto de la información de la importancia de la misma. Esto hace que el campo mediático en realidad sea muy homogéneo (y usa una expresión fonéticamente produce ese efecto, “circularidad circular”).

En la Figura 5.1, Rizo (2000) explica cómo el “campo mediático” tiene agentes que comparten una *doxa* y poseen un *habitus*. La *doxa* es el sentido común; siempre implica un orden de dominación, un sentido impuesto, implica una aceptación del orden social como algo evidente e incuestionable. En nuestros discursos sociales hay elementos comunes, compartidos, incuestionados y no reflexionados que forman el esquema interpretativo de esa *doxa* que es como un esquema de interpretación de primer orden, generalmente irreflexivos, aprendidos y vividos como naturales, obvios y evidentes. Éstos operan en la base de toda práctica y se aprenden o asumen por simple familiarización.

El discurso mediático, media realidades alejadas (no sólo geográficas) para los individuos; proporcionan actitudes, información y campos de representación; es un posibilitador (motivador) para la acción social; además que puede coadyuvar (con otras instancias) a la formación de identidades grupales. Los discursos mediáticos socializan a los individuos, crean estilos de vida, difunden pautas de comportamiento y son instrumentos de reafirmación de la estructura social. El análisis del discurso mediático implicaría considerar y estudiar los siguientes componentes: la doxa social (imaginario social); el *Habitus* de los periodistas (imaginario individual); las reglas de campo mediático; las reglas de la empresa (ideología y organización de la redacción); el habitus de los periodistas (proceso de socialización de los periodistas) y las formas de trabajo de los periodistas

En la Figura 5.1 puede observarse un segundo nivel que corresponde a las instituciones que son empresas con un determinado discurso sobre el orden social y constructoras de sentido. Rodeando al campo mediático tenemos la doxa social que a nivel más amplio dicta la reglas del juego y las prácticas que a un nivel medio realiza la institución y a nivel micro, reproduce los individuos.

Figura 5.1



En suma los medios se definen en la sociología de Bourdieu como “estructuras estructuradas y estructurantes de sentido”, vehículos de representaciones sociales (*doxa*). En ellos hay agentes especializados que dotan de sentido a la interpretación de su realidad y que entrevén las relaciones individuos-instituciones.

### 5.5.2 La mediatización de la cultura en la obra John B. Thompson

Las primeras obras de Thompson se centran en el ámbito de la cultura moderna, pero apunta que si bien en todas las sociedades la producción y el intercambio de formas simbólicas son parte sustancial de la vida social, con el advenimiento de la comunicación de masas la naturaleza y extensión de estos procesos se transformaron cualitativamente.

Una de las contribuciones de este autor es que relaciona las características y desarrollo de los medios con el movimiento de la modernidad, lo cual no es común cuando se tocan estos temas de transformación más amplia. Desde sus primeros trabajos sobre la ideología (1993), Thompson se ha sentido preocupado por el análisis y las metodologías para el estudio de cómo la cultura se forma mediante estos intercambios simbólicos, y la manera en que los medios modificaron la cultura, la idea de las relaciones sociales, la sensación de tiempo y espacio.

A Thompson (1991: 5-6) le interesa el estudio de los medios en tanto generan tipos de interacción en la vida cotidiana. Para ello, en primer lugar distingue la comunicación social de las interacciones en la vida cotidiana. Las diferencias que señalan son:

a) Mientras que los mensajes de la comunicación masiva son producidos para una audiencia, los individuos que componen esa audiencia no están físicamente presentes en el lugar de la producción y transmisión o difusión del mensaje; la comunicación masiva implica lo que podemos describir como un *rompimiento instituido entre la producción y la recepción*. De ahí que las personas involucradas en la producción, transmisión o difusión del mensaje no tengan a su alcance fuentes de retroalimentación inmediata y continua, como es característico en la interacción cara a cara.

**b)** A diferencia de la interacción cotidiana en la que el típico intercambio de mensajes ocurre a través de enunciados verbales o signos visuales efímeros en la comunicación masiva los mensajes están inscritos en textos y codificados en materiales como filmes, cintas, o discos. Estos y otros mecanismos de registro de información afectan la naturaleza de los propios mensajes y les proporcionan una perdurabilidad que no tienen los enunciados intercambiados en la interacción cotidiana.

**c)** En la comunicación colectiva los mensajes por lo general se convierten en mercancías, es decir, se constituyen como objetos intercambiados en un mercado. Se puede considerar a la comunicación masiva como la producción y difusión institucionalizada de bienes simbólicos a través de la transmisión y almacenamiento de información/comunicación.

**d)** En cuanto a la disponibilidad de los mensajes se establece otra diferencia. Los mensajes de los medios, se encuentran disponibles potencialmente para una audiencia muy extensa, que es en todos los aspectos diferente a los interlocutores en una interacción cara-cara. La fijación y transmisión o difusión de los mensajes masivos extiende su disponibilidad en el tiempo y en el espacio, permitiéndoles permanecer y alcanzar un gran número de receptores dispersos. Las correlaciones tiempo y espacio son diferentes en la comunicación mediada a distancia y en la comunicación cara-cara.

**e)** Por último se cuenta la capacidad que tienen los mensajes de los medios para circular entre una audiencia extensa; ésta es una de las características por las que se habla a menudo, de comunicación *masiva*, lo que significa, comunicación para una audiencia masiva, para las masas. Pero el término "masa" puede ser engañoso ya que connota no sólo amplitud de audiencia sino también, una forma indefinida de la misma, una multitud inerte e indiferenciada. Sin embargo, los mensajes que transmiten los medios masivos son recibidos por individuos específicos situados en contextos socio-históricos definidos.

Una de las características del proceso mediático es la ruptura estructural entre producción y recepción que conduce a una experiencia de discontinuidad espacio temporal (Thompson, 1998: 129). Los espectadores deben ajustar a unas coordenadas espacio-temporales diferentes a las de su vida cotidiana y relacionar ambas experiencias. El carácter monológico

de la TV afecta la naturaleza de la interacción de la acción entre emisores y receptores. Los primeros tienen el privilegio de determinar el contenido y desarrollo de la interacción sin tener que estar atento a la respuesta de los otros; pero en contrapartida la distancia implica la pérdida del control reflexivo sobre las respuestas y conlleva, por lo tanto, una fuente de incertidumbre al no tener información sobre la recepción y comprensión de los mensajes.

Los medios han venido a ofrecer nuevas dimensiones (de producción-expresión y recepción) a un mundo complejo; han ayudado a crear una variedad de formas de acción a distancia, permitiendo a los individuos actuar para otros no presenciales y permitiendo a otros responder de manera incontrolable a acciones y acontecimientos que tienen lugar en espacios remotos y lejanos. El desarrollo y acción de los medios ha dado lugar a nuevos tipos de interconectividad e indeterminación en el mundo moderno. Los medios pueden establecer distintos tipos de interconectividad como **a)** las acciones orientadas hacia el receptor de forma directa, cuando éste es interpelado (le hablan directamente), o indirecta (diálogo entre personas); **b)** cuando los medios presentan fenómenos simulando que son parte de la vida diaria; **c)** y la “construcción” de acontecimientos mediáticos como sucesos planificados (Juegos Olímpicos, evento deportivos importantes, etc.) que los medios someten a rituales, tiempos, horarios, discursos; **d)** La acción ficcionalizada o construcción de narraciones, como la serie de ficción, programas cómicos con esquetch, etc. Los tipos de programas que transmiten los medios se pueden analizar por estas modalidades de interconectividad.

El análisis de los medios implica nuevas formas de acción, interacciones y de relaciones sociales que son parte también de su objeto de estudio. A este autor le interesa estudiar cómo los individuos experimentan y viven el mundo en el que se encuentran; y las diferencias que hay en las sociedad en las que reina la localidad de las interacciones (no existe separación espacio-temporal). Estas sociedades se bastaban con los canales de información interpersonal o intergrupala para abastecerse de la información y el conocimiento necesarios para el mantenimiento del grupo. Con la difusión de noticias a través de las publicaciones periódicas que fueron apareciendo de manera sostenida a partir del siglo XVI (primero con una periodicidad muy extendida y lentamente hacia las publicaciones diarias que hoy conocemos con tirajes industriales) las fronteras de la localidad rompieron; cada vez era necesario saber más sobre necesidades lejanas, primeros sobre aspectos estrictamente

de transportación y comercio, luego fue extendiéndose otros temas y preocupaciones por parte de las metrópolis europeas.

Los medios masivos (primero la prensa, luego el cine y finalmente el radio y la TV) modificaron las relaciones tradicionales que existían entre lo público y lo privado. Tradicionalmente lo público se relacionaba con la co-presencia, de modo que la propiedad pública de los individuos, acciones y acontecimientos dejan de vincularse a un lugar común. Con la publicidad surgen nuevas formas de propiedad pública mediática de acontecimientos y acciones o acontecimientos distintos. Se modifica la forma de percepción: no se necesita ver (presencia). Pero sobre todo la TV va transformar la visibilidad de los acontecimientos públicos, que ahora son manifestados para un mayor número de personas, aunque el campo no pueda ser controlado por el receptor y la visión sea unidireccional. Los medios afectan igualmente a la tradición entendida como el conjunto de asunciones históricas, prácticas sociales que se dan por supuestas en la conducta cotidiana. Con la modernidad y la aparición en escena de los medios, las tradiciones no desaparecen, sino que se desvinculan de los espacios compartidos de la vida cotidiana, se desubican, pierden las raíces con lugares concretos. De este modo, las tradiciones perduran si se reincorporan a nuevos contextos y unidades territoriales (por ejemplo, el nacionalismo) y esto se realiza en conjunto con los medios. Esta relación tiene importantes consecuencias porque las tradiciones se des-ritualizan, se despersonalizan.

Thompson (1998: 304) se pregunta sobre cómo los medios han creado nuevas formas mediáticas de vida pública: se trata de una propiedad pública de apertura y visibilidad ya no implica el hecho de compartir un espacio común. Esta vida pública es de alguna forma indeterminada, no se refiere a situaciones concretas o a interacciones que hablen sobre ciertas cosas (como se puede caracterizar generalmente a la opinión pública), es una ética adaptada a las circunstancias actuales de extensión del mundo más allá de cualquier experiencia local.

Los medios de comunicación se consideran como instituciones paradigmáticas encargadas de ejercer el poder cultural o simbólico, es decir, la “actividad productiva, transmisora receptores de formas simbólicas significativas”. En las sociedades modernas, los medios han desplazado a las iglesias o sistemas educativos en el rol de proveer a la sociedad de esas

formas simbólicas significativas. ¿Cuál ha sido las consecuencias de la intervención de los medios en las sociedades modernas? Para Thompson ha habido dos grandes ámbitos: la acción e interacción social y las formas de conocimiento de la realidad. Juntos forman el proceso de mediatización de la cultura moderna.

Como algunos autores, junto a la concepción sobre los medios y la comunicación social se coloca una propuesta metodológica que enmarca en lo que llama “hermenéutica profunda”, la cual considera el marco ideal para el análisis cultural, de la ideología y la comunicación. Este análisis tiene tres grandes fases para su estudio (1991: 8-10):

- a) El *análisis socio-histórico* que tiene por objeto el estudio de los contextos o campos históricamente específicos y socialmente estructurados. Estos campos se caracterizan por relaciones sociales e instituciones que involucran asimetrías de poder y recursos.
- b) El *análisis de los objetos* y enunciados significativos que circulan en los campos sociales; ello hace necesaria la segunda fase de análisis, una fase que podemos describir como *análisis formal o discursivo*; su objetivo consiste en explicar los rasgos estructurales y las relaciones de los objetos y los enunciados significativos. En tanto construcciones simbólicas complejas, estos objetos y enunciados están estructurados de varias maneras, de acuerdo a esquemas, tales como, reglas gramaticales, lógica narrativa o la sistemática yuxtaposición de imágenes.
- c) Finalmente la interpretación que se construye sobre la base del *análisis histórico y discursivo*; retoma los hallazgos aportados por estos análisis y los emplea como elementos de una interpretación creativa y constructiva.

En la concepción sobre la acción de los medios de información en tanto creadores de nuevas formas de interacción. En Thompson hay una referencia a temas sobre los que se ha trabajado mucho, pero tiene el mérito de incorporar algunos aspectos y matices que se prestan para el análisis; ofrece un marco explicativo integral de los medios el cual recupera sobre todo las tradiciones interpretativas a las que combina con su preocupación por los fenómenos culturales.

En estas dos viñetas, de cualquier forma, advertimos claras diferencias entre el enfoque cultural de Thompson y los Estudios Culturales que hemos estudiado atrás, sobre todo por la perspectiva “estructural” que recupera de la “teoría de la estructuración” de Giddens. Esto hace que haya una idea de generalización, de estudiar a los medios en el marco más amplio de lo cultural (pero no tanto desde la sociología crítica a la Birmingham, sino más desde los enfoques interpretativos de Geertz y Gadamer) y los grandes procesos dominantes. Sus preguntas son de mayor rango y si bien puede interesarle el estudio de procesos “micro-sociales”, siempre lo hace con relación a procesos de más extensión, como el caso del vínculo medios masivos y modernidad; aquí es donde tal vez radique su mayor importancia, al colocar los medios como categoría central en la constitución y consolidación de la modernidad.

## **5.6. Perspectivas ecológicas y mediológicas para el estudio de los medios y las tecnologías**

### **5.6.1 La teoría ecológica**

Muchas de las teorías que hemos visto parten de considerar los contenidos y efectos que tienen los medios, pero otras teorías lo hacen a partir de la configuración, constitución y característica central del medio como un vehículo que predispone o genera determinadas consecuencias. Neil Postman sugirió el término *Media Ecology (Ecología de los Medios)* para designar la escuela que recupera las principales ideas de McLuhan y desde él, tanto la de sus maestros (sobre todo Innis), como de sus discípulos o colegas que comparten la importancia por el estudio sobre como ciertos medios y formas configuran la idea de comunicación, la interacción social, cultura con relación a los medios y dispositivos tecnológicos para su almacenamiento, difusión e interpretación.

Considerado como el “gurú” de la comunicación del siglo XX, la gran proyección pública de McLuhan, contribuyó a la divulgación de la reflexión sobre los medios como fenómeno central de la modernidad. Sus reflexiones e intuiciones, sus provocaciones y extravagancias intelectuales estimularon el debate académico y sacaron al espacio público el debate de la comunicación y de los medios. Sus títulos se convirtieron en “best-sellers”, como *El Medio es*

*el mensaje, La Galaxia Gutenberg, Guerra y Paz en la Aldea Global, Comprender los Medios de Comunicación, La Aldea Global, etc.*

Discípulo de Innis, McLuhan, elaboró su teoría de los medios “como extensión de los sentidos”. En 1951 este autor publicó su primer libro, de crítica cultural inspirado en la obra de Leváis quien introdujo a McLuhan al estudio de la ecología cultural (*media ecology*). En 1962 apareció el segundo, *La galaxia Gutenberg* y dos años después, uno todavía más celebre que es *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* (1964).

En general, los medios masivos son vistos como tecnologías; extensiones ortopédicas, potenciadoras del sistema sensorial biológico, pero, a la vez, como elementos determinantes de la comunicación. Los medios audiovisuales representan la expresión envolvente de la comunicación sensorial plena, resultante tecnológica que supera el espacio restrictivo y convencional de la cultura escrita

McLuhan anticipó el tránsito a lo que llamó la “aldea global”, afirmó que “el medio es el mensaje” lo que en realidad quiere decir que el medio afecta sobre el mensaje, imprime una huella indisociable del mensaje mismo; señaló que las tecnologías son de alguna manera prolongaciones de nuestros cuerpo y sentido, que los medios de comunicación electrónica admiten ser considerados extensiones de nuestro sistema nervioso central y que es posible hacer una tipología de los medios masivos en “fríos” y “calientes” a partir del tipo de datos que transmiten y el grado de participan en las audiencias. Un medio frío es la escritura jeroglífica o con ideogramas, la cual tiene efectos muy distintos a los del “medio caliente” y explosivo del alfabeto fonético. El alfabeto llegó a un alto grado de intensidad visual abstracta y luego llegó a la tipografía. En la Edad Media, la palabra impresa hizo estallar los vínculos entre las cofradías corporativas y los monasterios. El calentamiento de la escritura hasta la intensidad repetible de la imprenta desembocó en el nacionalismo y las guerras de religión en el s. XVI. (Cf. McLuhan 1996: 44).

El concepto de “*sense ratio*” (sentido de la razón) le permite establecer una clasificación de los medios en relación con los sentidos que implican tanto en su difusión como en su recepción. Así en la cultura tradicional la gente utilizaba los cinco sentidos para obtener información y procesarla, pero con la invención de las nuevas tecnologías unos sentidos

adquieren más importancia que otros y modifican la forma de conocer al mundo. La letra impresa obligó a desarrollar una forma de pensamiento lineal, secuencial y racional, que a nivel personal condujo al hombre al individualismo y a nivel social a los nacionalismo, es decir a la separación del uno o del “nosotros” por encima de otro y los otros. Los medios han devuelto el protagonismo a los otros sentidos y motivan la participación. McLuhan se refiere a los medios que requieren la atención de varios sentidos como medios calientes, mientras que los fríos son los que precisan un único sentido.

Una fotografía por ejemplo, tiene mucha información, el dato es de alta definición por tanto es un medio “caliente”; mientras que una caricatura, tiene baja definición porque proporciona poca información visual. El teléfono es un medio frío, es de baja definición debido a que se da al oído una cantidad mezquina de información y el habla es un medio frío de definición baja, debido a que es poco lo que se da y mucho lo que el oyente tiene que completar. Los “medios cálidos” son de poca o baja participación, mientras que los “medios fríos” son de alta participación porque es necesaria una mayor participación de los interlocutores para completar la información restante.

Cada tecnología tiene un uso diferencial y afectó la organización de los sentidos humanos y las estructuras de la cultura. Más que los contenidos lo que interesa a este autor es cómo se experimenta el mundo, por ello afirma que “el medio es el mensaje”, haciendo hincapié sobre el hecho de que los efectos de la tecnología no se reflejan en las opiniones sino en la forma de percibir y de pensar. Esta idea quiere decir que todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física: la rueda es una extensión del pie, la cámara una prolongación del ojo y la ropa una prolongación de la piel.

Para McLuhan la historia de la humanidad se divide en tres grandes etapas, la oral, la escrita y la electrónica. Cada una de ellas, se caracteriza por una forma pensamiento, de comportamiento y comunicación. En las sociedades caracterizadas por la oralidad, la perdurabilidad de las ideas depende de la memoria viva de la gente. Son culturas cerradas en dos sentidos: porque la comunicación requiere de presencia física de las personas y porque son limitadas, dado que las nuevas ideas o las ideas complejas tienen pocas

posibilidades de encontrar un lugar. Son además tradicionales, es decir, el cambio social se produce muy lentamente.

En las sociedades con cultura escrita encontramos dos fases de desarrollo; en la fase de transición, la escritura produce la ruptura de las formas de pensar propias de la oralidad y de los contenidos que se difunden (la ciencia, la literatura y los filosofía sustituyen a los mitos, las canciones). La invención de la imprenta inicia una segunda fase de las sociedades con cultura escrita, que se caracteriza por minar la importancia de las comunidades locales. La posibilidad de difundir el mismo texto a través de vastos territorios y de modificarlos y corregirlos amplió el nivel de conocimiento y favoreció ciertas transformaciones sociales. La llevada del libro impreso modificó la forma en que la gente se reunía y pasaba su tiempo libre; hasta la llegada de la imprenta lo habitual eran reuniones en espacios abiertos y en contacto con otros, a través de la actividad física, en fiestas, ferias o reuniones religiosas. El libro como artefacto permitió no sólo poseer y conservar información, sino que promovió una actitud más reflexiva, a partir de una lectura individual y aislada; ayudó a la reflexión, a la jerarquización según el propio interés, el desarrollo de puntos de vista privadas. Este conjunto de transformaciones es lo que McLuhan llamó “la era Gutenberg”.

El periodo de los medios electrónicos ha supuesto en algunos aspectos una vuelta a la cultura oral por cuanto se caracterizan por la simultaneidad en la acción, la percepción y la reacción ante la realidad. Por otra parte, existen grandes diferencias entre ambos tipos de culturas. En primer lugar, las limitaciones físicas de la oralidad desaparecen con los medios electrónicos. El espacio y el tiempo no son barreras para la difusión de conocimientos. En segundo lugar, en las sociedades tradicionales de la división entre el “nosotros” y el “ellos” estaba muy marcado, mientras que los medios crean una gran comunidad.

Las ideas de McLuhan han dado pie a lo que se conoce como *ecología de los medios* (*media ecology* o “teoría del medio”) que estudian sobre todo la manera como éstos afecta la percepción humana, la comprensión, los sentimientos y los valores y cómo la interacción con los medios facilita e impide nuestras oportunidades de supervivencia. El medio y la tecnología logran imponer un modo de percibir y entender el entorno; cuando una cultura es testigo del advenimiento de una tecnología, el equilibrio entre sus formas de percepción queda trastocado, dando una nueva importancia o ascendencia a uno u otro sentido.

A McLuhan se le he criticado mucho, prácticamente desde la publicación de sus ideas, tanto por su forma de escribir, la contundencia de algunas de sus ideas, como por suponer que niega el contexto social o más aún las contradicciones sociales. Más allá de las críticas (sobre todo) ideológicas de las que ha sido objeto, en contraposición (o quizá por eso) ha sido abrumadoramente citado o mencionado. Una de las críticas más sopesadas la realizan los profesores salmantinos Igartua y Humanes (2004: 136-137) quienes señalan cómo muchas de sus ideas no pueden ser probadas empíricamente, sobre todo porque habla de efectos socio-culturales a largo plazo. Es cierto que este aspecto no importaba a McLuhan quien, al provenir de las humanidades y la literatura, tenía otra perspectiva de la evolución socio-cultural, la cual no es siempre susceptible de someterse a métodos experimentales. Moragas (citado por Islas, 2004) por otra parte, se ha lamentado cómo los aspectos ideológicos separaron algunos de las ideas de McLuhan: *“El interés preferente por los aspectos ideológicos de los discursos sociales impidió a muchos analistas comprender la validez de las principales intuiciones de McLuhan respecto de los cambios en los usos de los medios, o de las distintas relaciones culturales que pueden establecerse entre los medios y sus receptores”*. Su principal contribución es haber mostrado una forma original para entender la relación medios, cultura y tecnología, una perspectiva que guiña con aspectos multidisciplinarios como son las ciencias de cultural, la psicología (cognición, percepción) e historia.

Esta escuela canadiense es original en muchos sentidos: Ofrece los elementos para relacionar las ciencias de la cognición, con las ciencias de la cultura y el estudio de las tecnologías. El enfoque sobre cómo afectan las tecnologías de información es original y si bien puede tener algunos nexos con los enfoques funcionalistas, no pueden ser subsumidos. El que una obra como la de McLuhan tenga tantas repercusiones habla de su importancia; no solo por el hecho de un repertorio más o menos novedoso por entonces, sino porque desde esta perspectiva la tecnología se ve de una forma distinta: con relación a su estructura más amplia (como lo hace Innis) y como elemento configurador de la cultura, la cual es más que un esquema referencial del mundo, para convertir en un punto medio entre la estructura de las macro-instituciones sociales y la manera como se dirime la vida privada y cotidiana.

### 5.6.2 La perspectiva mediológica de Régis Debray

En una línea parecida, aunque no identifica a la anterior vale la pena agrupar dentro de las teorías mediológicas la propuesta del célebre intelectual francés, vinculado algún tiempo con las luchas revolucionarias en América Latina, Régis Debray. Nacido en el seno de una familia de alta burguesía, se formó en la prestigiosa Escuela Normal Superior y fue discípulo del filósofo marxista Louis Althusser. En 1961 viajó por primera vez a Cuba, con cuya revolución se identificó. Tras haber recogido información sobre los movimientos revolucionarios de varios países latinoamericanos. Detenido en Bolivia en abril de ese mismo año y acusado de haber participado en la guerrilla de Guevara, fue condenado a treinta años de prisión en noviembre, poco después de la muerte del Che. Fue amnistiado en diciembre de 1970, tras el golpe de Estado izquierdista del general Torres. Posteriormente adoptó posiciones políticas más moderadas e ingresó en el Partido Socialista Francés.

En sus primeras obras (*Revolución en la revolución*, 1967; *Crítica de las armas*, 1974; *La política del Che*, 1974) defendió la tesis según la cual los grupos guerrilleros, en los que habían de integrarse las clases campesinas, debían constituir las fuerzas revolucionarias. Debray reflexionó sobre los límites de la teoría revolucionaria y centró su pensamiento en la filosofía política (*Crítica de la razón política*, 1981) y en trabajos teóricos sobre el papel de los medios de comunicación (*El poder intelectual en Francia*, 1979). Sus progresos en la categorización científica de este nuevo método para el análisis de la evolución de las mentalidades y la preservación cultural (mediología) culminaron con la publicación de *Curso de mediología general* (1991) y *Vida y muerte de las imágenes* (1992), y La creación en 1996, de la revista ‘Cuadernos de mediología’ accesible a través de Internet<sup>10</sup>.

En 1993 publicó *El Estado seductor*, en el que contribuyó a documentar el papel de la comunicación como nueva e insustituible arena en la formación de consensos y la edificación, lo mismo que la demolición, de figuras políticas. En esta obra se refiere al “estudio de las mediaciones materiales que permiten a un símbolo inscribirse, transmitirse, circular y perdurar en la sociedad de los hombres”. En este libro reflexiona sobre el concepto

---

<sup>10</sup> En francés, estos cuadernos se pueden ver en (Cahiers de Médiologie, 1996)

de poder en la era de la imagen, obsesión del autor sobre todo en la relación *imagen-habla-mediación material* (o forma como se sostienen los mensajes). Esta transformación tiene que entenderse también dentro de los cambios en la idea del estado, y cómo ha cambiado el papel que jugaba el símbolo escrito; hoy tenemos un “tele-Estado” y Estado seductor.

Un año después publica *Vida y muerte de la imagen* (1994) en la que propone una especial de historia de occidente, desde su forma de mirar; la evolución de la imagen (máscara, pintura, foto, video) cumple en cada etapa y momento una función de sostén y mensaje; la imagen tiene un lugar importante en el desarrollo histórico y cubre las fases de evolución de pensamiento; su análisis puede ofrecer claves para la comprensión de procesos más complejos.

Ya desde principios de los noventa había comenzado a escribir sobre la mediología. En 1996 lanza sus cuadernos de mediología, proceso que culmina con la publicación en francés de su *Introducción a la Mediología* y un año después en castellano (Cf. Debray 2001). Con desparpajo, repleto de invocaciones embrolladas, ese autor declara el nacimiento de la “mediología”. La noción “medio” no existe por sí misma; designa varias realidades (no únicamente sociológicas). La sociología no basta para entender el significado de los medios porque registra realidades temporalmente estáticas y la mediología, asegura, coexiste con la historia al registrar las interacciones, ahora y antes, entre técnica y cultura.

La mediología de Debray forma parte de una exploración y consiste en la posibilidad de establecer una ciencia de la difusión que dé cuenta del estudio en el cambio de las mentalidades a partir de los principales medios de difusión; aquí la palabra “medios de difusión” no quiere decir “medio de comunicación” en el sentido tradicional del término, sino vector o vehículo tecnológico para la transmisión-reproducción de esquemas y marcos del mundo.

La mediología es la ciencia de la transmisión, y en ello se incluye a la memoria humana en un sentido histórico general. La comunicación sólo es un momento del fenómeno cultural general de la Transmisión. El texto es una propuesta programática, define su objeto como relaciones, no como cosas, su trayecto como el mundo de la subjetividad cargada de significado, su proyecto como una perspectiva emergente para mirar al mundo social y su

movimiento. Una nueva ciencia no por su objeto sino por su perspectiva, la transmisión como constructora de la subjetividad humana, de la cultura, de la continuidad y la discontinuidad de la vida social. Somos lo que ha sido transmitido, seremos lo que llegue o continúe de un sistema de sistemas de transmisión. El proyecto científico incluye el enfrentamiento a la confusión cosmológica de la apreciación de los medios como aprendizaje y aplicación técnica, con una reconstrucción del sentido de la mediación en una dimensión ética. Si la comunicación es espacial, situacional, la transmisión es temporal, contextual. La comunicación hace el suceso de la vida social, la transmisión posibilita, promueve y condiciona que la vida social suceda.

Debray (2001) entiende la historia de la cultura es como una historia de la “*medio-esfera*” que estudia el medio tecno-social de transmisión y transporte dotada de espacio tiempo propio o de los dispositivos para reencuadrar dichas coordenadas. En general uno de los principales acontecimientos de la civilización es el paso de la *grafósfera* a la *videósfera*. Dicho de otra forma, es el paso de la importancia de la letra impresa a la imagen.

Debray señala que hay una moral de los materiales, nosotros decimos que el canal en tanto soporte material agrega elementos a la interacción, se convierte en otro componente que determinó lo que los actores pueden hacer y decir. Por ejemplo, no es lo mismo la imprenta como ejercicio de lecto-escritura, la cual modifica los modos de razonar y pensar (por ejemplo véase las consecuencias que esto tuvo para la contrarreforma, las cuales también han sido estudiadas por McLuhan en *La galaxia Gutenberg*) o bien los usos de la imagen que los conquistadores hicieron cuando llegaron a América.

Debray diferencia el *medium* (como dispositivo vehicular) de los *mass media* (como antes lo hizo entre ‘Transmisión’ y ‘Comunicación’). Aquí nos interesa subrayar el carácter de matriz de sentido: el *medium* es configurador de un determinado tipo de relación. La idea al partir del “medio” designa una serie de propiedades: **a)** Procedimiento general de simbolización (palabra articulada, signo gráfico, imagen analógica); **b)** Un código social de comunicación (lengua); **c)** Soporte físico de almacenamiento (piedra, papiro; soporte magnético...); **d)** un dispositivo de difusión.

La historia de la humanidad puede estudiarse como estos procesos de transmisión. Las etapas de la humanidad se pueden ver desde este criterio como medio-esferas (es como el equivalente que para la economía política tenía los modos de producción):

- a) *Mnemo-esfera*: que va del periodo de las artes no escritas de la memoria.
- b) *Logo-esfera*: medio cultural creado en el cual la palabra sigue siendo el principal medio de comunicación.
- c) *Grafo-esfera*, periodo iniciado por la imprenta.
- d) *Video-esfera*, la imagen sonido es el medio dominante.
- e) *Hiper-esfera*, esfera más englobante y más estable, surgida de lo numérico y su mayor realización de la digitalización de todas las operaciones de expresiones.

Una medio-esfera nueva no ahuyenta la anterior (eso lo sabemos después para la historia social de la tecnología); se reestructura de acuerdo con sus propias condiciones. Opera un principio de eficacia (*minimax*), el medio más efectivo es el que puede vehicular el máximo de informaciones, destinatarios (lo podemos ver en el proceso de evangelización y el papel que tuvo la imagen, o también en el caso de la imprenta con las ideas religiosas que hace añicos la idea de la unidad de la cristiandad... cabe preguntarnos que se potencia o facilita en el caso de la imagen: foto, cine, TV, video...).

Para pasar de una medio-esfera a otra es necesaria una revolución técnica que pide un medio cultural propicio. Por ejemplo en la historia de la logo-esfera hubo una serie de virajes importantes como fueron los cambios paulatinos en la utilización del soporte; la sustitución del volumen por el códice (siglo II y IV), la intervención de la minúscula (siglos VIII y IX), la lectura silenciosa que con el arribo y comercialización del papel se hizo un medio de consumo más ligero y fácil. Todo cambio de medio-esfera es un cambio de correlación; la iglesia se congratuló cuando apareció la imprenta, pero no se dio cuenta de las implicaciones que tendría como el hecho que la propia difusión de la imprenta modificó la idea de autoridad y redundó en fuente de cuestionamiento para la institución y poder eclesial. A las taxonomías

ideal típicas (*'logos'*, *'grafos'*, *'video'*...) el sufijo “*esfera*” connota el desarrollo, entorno, atmósfera, sistema que posibilidad, organización, configuración. Por lo general tomamos conciencia de la mediosfera cuando esta se ve amenazada; cuando se desplazan o cuestionan sus coordenadas, tal como ahora podemos decir en el caso de la comunicación social como asistimos a una transposición de medio-esferas en fenómenos más complejos o nuevas realidades que sintetizan de alguna forma las nuevas tecnologías; además las medio-esferas no necesariamente se excluyen; en un tiempo, subsisten vestigios de medio-esferas anteriores.

Para el especialista de comunicación social reviste especial interés el estudio de la *video-esfera*, historia que comienza de alguna forma con la invención del daguerrotipo, con la impresión de la fotografía-signo como índice de un proceso de realidad. En la relación imagen-poder, durante la evolución de la video-esfera, las insignias y símbolos del Estado se van relajando, mutan los significados como proceso genético; se imponen las visiones locales a las grandes concepciones del universo, lo urgente priva sobre los principios del orden y la seguridad. La referencia del Estado como producto en la era de la escritura y la simbología del poder, cede ante el embate de la imagen, se pasa de los conceptos tradicionales (programas y proyectos sociales) a unos nuevos, como perfiles profesionales. (Cf. Sánchez R: 2004)

A partir de la mediología, tenemos elementos para una revisión sobre la historia de los medios y las maneras producir y recibir información. Por encima de la nueva nomenclatura y lenguaje, se entrevé una idea del medio social como un vector complejo que permite la relación social, la transmisión de valores y la construcción social de una idea del tiempo y el espacio. No hay que olvidar que el autor es un filósofo, especialista en historia de las mentalidades y que por tanto tiene una visión mucho más amplias que una perspectiva sociológica de los medios o la comunicación; su preocupación se centra en ver los elementos de recurrencia: qué hace que los sistemas de creencias y pensamiento permanezcan.

De toda esta perspectiva nos parece sobresale una idea provocadora y sugerente para el estudio de los medios y una “nueva ciencia” que estudiará las mediaciones de los signos usados por los medios en relación tanto con el poder como la cultura y la educación.

### **5.7 La idea de comunicación social en Luhmann**

La obra de Luhmann se resiste a clasificaciones. Original en todo sentido pide una mención aparte que si bien guarda relación con influencias del propio Luhmann (como la de Parsons), tiene distancias que la hacen única en la reflexión sociológica, al grado que no pocos consideran que la de Luhmann no es propiamente sociológica, y en algunos manuales de teoría sociológica apenas es mencionado.

Este autor intenta crear una teoría general de la sociedad que se base en la cibernética y que se convierta en un paradigma; tiene en algún sentido una presentación muy amplia de una teoría general científica de la sociedad. Su formación original es en Derecho, pero también despunta en filosofía y teoría social; su teoría es una de las características e influyentes en los últimos tiempos por su lenguaje, alcance y pretensión.

A diferencia de otros enfoques que hemos visto no tienen por objeto reflexionar directamente sobre los medios masivos, aun cuando su teoría implique una visión novedosa y deslumbrante de la sociedad desde la comunicación en la que ésta no es más un referente empírico. Más aún, su teoría es un tanto abstracta, que dificulta su lectura, sobre todo para quien inicia en la sociología o la teoría de la comunicación; es una “teoría pura”, sin ejemplos ni explicaciones detalladas, lo que presupone muchas nociones de su lector (cibernética, teoría de sistemas, sistémica...) y en la que no describe aspectos concretos.

La sociedad es un sistema. Por sistema se entiende "un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes, que forman un todo complejo o unitario". Existe una diferencia conceptual entre “sistema” (hay orden y organización) y “agregado” (no hay organización); dentro de los ejemplos de sistemas en el mundo se puede señalar los sistemas físicos, físico-biológico, demográficos, comunicacionales. Ningún sistema existe aislado y siempre tiene factores externos que lo rodean.

Todo sistema implica un conjunto de elementos con distintas relaciones entre ellos y entre sus propiedades. “Conjunto de entidades que caracterizadas por ciertos atributos, que tienen relaciones entre sí y están localizadas en un cierto ambiente de acuerdo con un objetivo.

Toda sociedad es un sistema social, para que todos los sistemas funcionen necesitan de comunicación; no es propiedad exclusiva del social. El concepto de sistema social tiene como marco de referencia a la teoría general de sistemas. El sistema social es algo que se diferencia de su entorno; es operacionalmente cerrado, es decir, capaz de producir por sí mismo los elementos propios y las estructuras propias.

Luhmann establece diferencia entre “sociedad” y “sistema social” que es algo más amplio y abarca otras formas como son la “organización” y la “interacción”. La sociedad es un tipo particular de sistema social, es el sistema social el que comprende internamente todas las comunicaciones; no existe comunicación fuera de la ciudad, que es la que marca los límites de la complejidad. (Cf. Corsi, Esposito y Baraldi, 1996: 152 y ss.).

La sociedad es pura comunicación. Luhmann no cree que sea posible eso de estar tomando acuerdos permanentes (como quiere Habermas); en ese sentido todas esas teorías que parten de la sociedad como un contrato y acuerdo entre los seres humanos, han caído en desuso para Luhmann porque no alcanzan a explicar su complejidad. Los seres humanos no son dependientes de los otros, sino de un “orden superior” que es justamente el sistema de comunicación llamado la sociedad. Esto le da un cierto aire que puede ser considerado como cinismo, porque lo que cuenta es el sistema, ese conjunto de operaciones, ese flujo de información, más allá de la decisión personal de los individuos.

Los medios se definen como “todas aquellas disposiciones de la sociedad que se sirven para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva”. La diferenciación se fundamenta en la producción maquinal de la comunicación que rompe el contacto directo entre emisor y receptor. Su función consiste por sobre todo, en dirigir la auto-observación del sistema de la sociedad. Hay que anotar que la naturaleza de la realidad construida por los medios difiere del conocimiento procedente de otros sistemas como la educación o la ciencia.

Luhmann se refiere a los “medios de comunicación simbólicamente generalizados” (Cf. Corsi, Esposito, Baraldi, 1996: 106) como estructuras particulares que aseguran las probabilidades de éxito en la comunicación, porque transforman en probable un hecho improbable de que una selección de Alter (un receptor cualquiera) sea aceptada por Ego (un

emisor cualquiera); y por otra parte, ‘medios de difusión’ que podemos asociar con prensa, cine, radio, etc.

En la idea de la comunicación como estructura, el tema de la codificación del lenguaje (información) hace posible la comprensión y la aceptación o rechazo de la comunicación; el éxito de base en la aceptación que Ego pueda hacer de una propuesta por alter (un acto de habla cualquiera: orden, petición, suplica, pregunta...) como premisa para la propia selectividad ulterior. No todas las comunicaciones lingüísticamente codificadas tienen necesidad de un medio de comunicación para su éxito; en las sociedades orales, la posibilidad de un rechazo se afronta con base en experiencia común (e indiscutida) del mundo. La comunicación a distancia se dirige sobre todo al receptor no presente de manera física y se relaciona con hechos futuros ignorados sobre los cuales el medio alerta o advierte.

Cuando Luhmann habla de la “realidad de los medios” lo hace en un doble sentido: el primer orden o análisis de los medios como realidad existente y la realidad que aparece representada en ellos o de segundo orden. A Luhmann no le interesa si los medios masivos manipulan o distorsionan la realidad; en su lugar, el autor se plantea dos cuestiones: cómo construyen los medios la realidad, o de manera más compleja, cómo podemos nosotros (los estudiosos de los medios por ejemplo), descubrir la realidad de su construcción de la realidad. La primera cuestión tiene que ver con la capacidad de los medios para definir temas mientras que la segunda se relaciona con las funciones de los medios.

Uno de los aportes de Luhmann a la teoría de los medios, es la reflexión sobre la *tematización*. Los temas organizan la memoria de la comunicación, resuelven la necesidad de recursividad pública y sirven para que los medios se acoplen con otros sistemas de la sociedad. Frente a la teoría de la *Agenda Setting*, los temas se conciben aquí como estructuras del sentido que se concretan en diversas comunicaciones, es decir, pueden darse diferentes tipos de discursos sobre un mismo tema. La opinión pública, entendida como una estructura de temas, es una forma de reducir la complejidad que caracteriza la realidad social.

La actualidad adquiere un valor determinante. En un sistema cuyo corazón y dinámica es la comunicación, la actualidad filtrada, construida y distribuida se convierte en la oportunidad de

decir lo que se puede o no hacer. El sistema se auto-regenera con una demanda de nueva información, de información actualizada, que entierra a la histórica y se convierte en la memoria que identifica, da sentido y diferencia la función especializada de un sistema o subsistema dentro de un sistema social complejo.

Para Luhmann la principal característica estructural de los medios es la presencia de un código esquematizado binariamente, que es como los medios construyen la realidad; el código no es sólo *simbólico*, sino también *dia-bólico*<sup>11</sup>, ya que produce una distinción entre dos valores, por ejemplo entre una idea de verdadero y otra de lo que no es verdadero para cada medio de comunicación; a través de la distinción entre los dos valores de su código, cada medio de comunicación crea información de cada evento y de cada situación: tal situación “tiene” rasgos de verdad o tal situación “no tiene” rasgos de verdad. Cada medio tiene un código que se caracteriza por la preferencia social por un valor (definido como positivo) con respecto a otro. Esta autocolocación de los medios genera las expectativas de aceptación: se acepta lo que está indicado como valor positivo (por ejemplo, el dinero = algo bueno, deseable, sinónimo de poder...); el valor negativo (lo contrario), sirve en cambio para la reflexión, ya que subraya la contingencia del dinero.

Para Luhmann, los medios proveen el imaginario de la realidad, de eso que se entiende por real y se acepta como tal. Pero no necesariamente la realidad de los medios expresa lo que se entiende por ‘lo real’, esto es, por lo que verdaderamente ocurre. Desde el punto de vista de quien observa, que es la actitud distante que adoptada por el pensador alemán, el sistema de medios opera, como el resto de los sistemas, en clave autorreferente; se autoalimentan con lo que son los valores específicos de su función. Los medios constituyen un sistema cerrado y no están llamados a hacer justicia (lo que correspondería al sistema judicial), o a ofrecer valores estéticos (que sería parte del sistema del arte) a servir a determinados principios (que sería del sistema político). Su función es simplificar la complejidad a términos que sean inteligibles para el sistema social en su conjunto y que garanticen su equilibrio y supervivencia.

---

<sup>11</sup> Tómese en cuenta la etimología de los términos “sim” significa unión, simultaneidad; mientras que “dia” es a través de o en este caso por oposición puede significar el opuesto, la separación.

La falsedad, el engaño, la simulación pueden formar parte de la realidad de los medios. Esa es su realidad y no lo que podría entenderse como una crónica objetiva y exacta de lo que acontecer. La reducción de la complejidad del sistema mediático pasa por una labor de selección, por la construcción de la agenda —de lo que se informa y de lo que no—, por la acción de quienes en el mundo de la comunicación se han conocido como ‘*gatekeepers*’ o ‘guarda barreras’<sup>12</sup>. Selección determinada por los valores diferenciales del sistema social en el que opera, por la dialéctica que se establece entre el sistema de medios y el resto de sistemas especializados que configuran una realidad social compleja. La simplificación mediática y su propia invención de la actualidad hacen que se asuma la pertenencia a un sistema y reduce la incertidumbre. La información seleccionada y presentada en ciclos que autodestruyen la memoria y construyen la realidad como actualidad, independientemente de su veracidad o bondad, constituye una realidad: la realidad de los medios.

Los medios de comunicación auto-describen la sociedad, son sus valores de memoria dinámica. A ello contribuyen no sólo las noticias, sino también la publicidad, los programas de ocio, etc. Luhmann observa cómo el predominio de los valores mercantiles impregna el sistema de medios y lo convierte en una extensión cultural del mercado; como la cultura no se puede transformar en dinero, el dinero se reviste con la cultura y la reduce a mercancía, a manufactura. En este sentido, la realidad de los medios aparece como una manufactura relacionada con los valores e intereses dominantes, cuya auto-referencia busca el mantenimiento del equilibrio.

Más allá de las consecuencias para la transformación de la comunicación, los medios de difusión moderna han ampliado las posibilidades de comunicación dentro del sistema social. Hoy no parece posible sustraer nada de la comunicación: de lo cual se siguen importantes transformaciones sociales; también se sigue una discrepancia entre comunicación actual y

---

<sup>12</sup> Un guarda-barreras es una persona que, ya sea que interactúan dentro de los canales formales o informales de comunicación, puede determinar si un mensaje puede transmitirse y cómo hacerlo. Según esta definición, todos podemos en alguna medida ser “guardabarreras”. En cualquier punto de la cadena de información (producción, distribución), alguien tiene derecho de decir si un mensaje será recibido y retransmitido. En otras palabras, en todo el curso de la cadena hay una serie de guardabarreras que tienen derecho a abrir o cerrar el acceso a cualquier mensaje (Blake y Haroldsén, 1977: 122 y ss.)

comunicación potencial y por tanto una mayor restricción a la selección (*complejidad*). Junto a la ampliación de las posibilidades de comunicación vienen una necesidad de selección; por tanto los medios desarrollan su propia selectividad que condiciona las posibilidades de comunicación influyendo sobre los contenidos. Los temas de la comunicación deben adaptarse a la selección de lo que puede comunicarse y que puede ser comunicado adecuadamente conforme a las técnicas de los *media* (prensa, cine, radio y TV).

Luhmann nos presenta, sin ser su intención principal, reflexionar sobre los medios, una idea de estos un tanto cínica, en la cual a los medios como sistemas, sólo les interesa su autorreproducción; una especie de “máquinas” en las que en realidad no les interesa el otro, y cuenta los modos de interacción estructural más amplia. De hecho la idea comunicación, al provenir de una concepción un tanto “dura” de la teoría de sistemas no se refiere a sujetos empíricos, a situaciones concretas, sino a referencia a un diagrama de funcionamiento y operaciones, donde no importan quiénes en concreto las ejecutan.

### **5.8 Cierre o una nota sobre el profesional de la comunicación en el siglo XXI**

Con esta revisión hemos hecho una mirada básica pero no por ello menos incompleta sobre las formas nombrar a los medios de información y a las nuevas tecnologías. El lector comprobará cómo desde el funcionalismo en los treinta y cuarenta, las corrientes y sus derivaciones, llegamos a formas integrales que postulan la necesidad de una comprensión holística de los procesos que se implican en la comunicación masiva. Aparecen en el espectro teórico nuevas formas para conceptualizar a las tecnologías novedosas que irrumpen el espectro cultural. Hipertextualidad, inteligencia artificial, neo-narratividad, ciber-pragmática, interacciones digitales, meta-cognición, entornos virtuales, forman parte de un vocabulario cada vez más extenso y en el que los profesionales académicos de la comunicación encuentran una verdadera activación de una agenda nueva que lleva prácticamente a reinventar nuestra profesión.

Si bien muchas de las teorías y modelos que hemos mencionado pueden haber quedado atrás para dar cabal cuenta de los fenómenos que ahora enfrentamos, constituyen una base imprescindible, una terminología más que fundamental que nos permite incursionar en las

nuevas realidades que ahora nos interpelan y cuestionan. En ese sentido, si alguna ventaja tiene el dedicarse profesionalmente a la enseñanza-aprendizaje de las teorías de comunicación, es justamente la necesaria actualización, pero más aún, la observación a la que nos impelen las transformaciones culturales que vivimos.

Hemos ya mencionado los retos que creemos para las teorías de comunicación y quienes las estudiamos. Queremos igualmente hacer una mención sobre el profesional de la comunicación del s. XXI que percibimos como un analista simbólico en el sentido que Brünner lo ha explicado: La producción de conocimiento en red y las interconexiones sin tiempo ni espacio que se establecen entre los analistas simbólicos es un rasgo central de la Sociedad de la Información. Puede por tanto esperarse a que la globalización, la creciente interconectividad y la multiplicación de flujos empujen hacia una reorganización de las actividades más avanzadas de conocimiento y a la creación de un profesional (en el más amplio sentido del término) que se caracteriza por su flexibilidad. Este profesional del siglo XXI se enfrenta a una serie de contextos no menos complejos y difíciles como son el sistema creciente de información, los vaivenes del mercado y las crisis en los modos de vida.

Al respecto y tomando en cuenta estos tres contextos y procesos Brünner (2003) hace una mención o análisis que mencionamos rápidamente:

**a) Información no es lo mismo que conocimiento.** Éste implica información (aunque va más allá), y por otro, el manejo de la información sobre el conocimiento, que en sí es una suerte de conocimiento especializado. A lo largo de la historia el tener información no fue privilegio de todos. La imprenta modificó un poco; pero también libros y periódicos tardaron algún tiempo en masificarse. Los tiempos cambian: la Biblioteca de la Universidad de Harvard demoró 275 años en reunir su primer millón de volúmenes; el último lo reunieron solo en 5 años. Según ATT en 2002 se esperaba existieran 8 mil millones de páginas electrónicas. Es decir, necesitamos un profesional que sepa moverse en escenario de transformación

**b) Entendemos al profesional de la comunicación como un analista simbólico** lo que incluye personas con alta formación que identifican problemas complejos y resuelve o arbitran soluciones mediante la manipulación de símbolos (tales como investigadores, científicos, ingenieros de computación y sonido, ejecutivos, banqueros de inversión, consultores de *managment* e impuestos, urbanistas, especialistas en sistemas de desarrollo). Los analistas

simbólicos requieren el más alto capital cultural aunque no importe su institucionalización mediante certificados académicos, ni el vínculo educación-trabajo-mérito que se manifiesta en la clásica “carrera profesional”; el analista simbólico opera en una situación de frontera, en el espacio de problemas no identificados, de las soluciones no conocidas. Los analistas simbólicos pueden aprovechar los cuerpos establecidos de conocimiento mediante el golpe de una tecla de su computador. Hechos, códigos, fórmulas y reglas son fácilmente accesibles. Lo que es más valioso es su capacidad de usar creativa y efectivamente dicho conocimiento. La posesión de una credencial profesional ya no es garantía de eso.

Este analista tiene por lo general trabajos y ocupaciones “temporales”, forma parte de grupos o equipos de tarea que se arman y desarman continuamente, al ritmo de las tareas que realiza; corresponde a un modo de trabajo caracterizado por los siguientes rasgos:

- El conocimiento es producido dentro de contextos de aplicación.
- Carácter transdisciplinario y se encuentra regido por el “problema a la mano” más que por la disciplina.
- Gran diversidad institucional.
- El conocimiento se asume además en un mayor grado de responsabilidad social en el sentido que las actividades de conocimiento se articulan entorno a problemas de alto perfil público (salud, medio ambiente, pobreza, procreación).
- Control de calidad más diversificado, a la evaluación colegiada de los pares.

**c) Crisis en el *mundo de vida*.** La formación en comunicación es algo más que haber recibido mucho conocimiento en la adquisición de competencias; envuelve valores, crea un horizonte de sentido compartido e introduce a las personas a un orden moral. Por lo mismo debe hacerse cargo de las transformaciones que experimenta el contexto cultural inmediato, del contexto de sentido. En la actualidad vivimos un quiebre de dicha función que Tudesco (citado por Brünner, 2003: 101) llama “déficit de socialización”; se puede decir es una pérdida de capacidad educadora de las agencias tradicionales; al deterioro de maestro como agente de socialización y a la aparición de nuevos medios competitivos de socialización. Este “déficit” no tiene solamente que ver con debilidades de los agentes de socialización, sino por un lado, con el problema de debilitamiento de los ejes básicos sobre los cuales se definían las identidades sociales y personales y por el otro, con la pérdida de ideales, la

ausencia de utopía, la falta de sentido. Aquí encuentra uno de sus principales retos el profesional de la comunicación.

Vivimos en un mundo cercano a la anomia, a un estado de extrema incertidumbre, en el cual nadie sabe qué comportamiento esperar de los demás en cada situación. Las sociedades contractualistas, atomizadas sin un fondo común de creencias encuentran dificultad para regular normativamente el comportamiento con la gente. Vivimos en un mundo en el que el orden social del Estado nacional, la clase, la etnicidad y la familia están en decadencia; la ética de la realización del triunfo individual es la corriente más poderosa. Las redes y los vínculos sociales no vienen dadas por la estructura, sino que corresponde al individuo satisfacer sus necesidades, construir sus propias geografías. Esta situación obliga no solo a las sociedades sino a los individuos a una mayor reflexividad, lo que Guiddens llama un “monitoreo reflexivo de la acción”. Todo esto genera gran presión sobre la educación al descentrarla de sus funciones normalmente conservadoras en la realidad. Nuevas series de preguntas surgen. ¿Cómo organizar la educación vista a los cambios en la familia? ¿Cómo proceder frente a una cultura pluralista, donde distintos valores comanda la lealtad de diferencias grupos y personas? ¿Qué puede hacer la educación para mitigar los efectos de la anomia (como la droga o la criminalidad)?

La Universidad y de manera especial en América Latina ha observado una incapacidad para “pensar” y “expresar” la transformación de la sociedad y lo que trae consigo. La universidad que tenemos responde al mundo de los últimos dos siglos, pero probablemente está muriendo ante nuestros ojos. ¿Por qué? Porque ella ya no mantiene ninguna relación creativa, productiva, real, relevante con los desafíos externos (con los cambios en el entorno y su capacidad de respuesta). La Universidad se está convirtiendo en algo fantasmagórico que puede educar, sin duda, y hacer otras cosas interesantes aún valiosas, pero que no es capaz de expresar reflexiva e institucionalmente los mundos de posibilidades que se están formando a su alrededor y encarnarlos en una nueva concepción de sí misma y en nuevas prácticas y modalidades de trabajo. Así, este profesional de la comunicación puede también devolver mucho de lo que la universidad —si la entendemos de acuerdo al paradigma de la complejidad de Morin o las nuevas propuestas cualitativas que se han hecho para la educación—, como espacio de socialización y encuentro, como lugar de resignificación en muchas prácticas sociales.

¿Y todo esto, qué tiene que ver con las teorías de comunicación? que tal vez éstas son un espacio privilegiado por su gran apertura, por versar sobre las tecnologías y la expresión humana, la interacción social y las nuevas formas cognitivas, por ser un espacio multidisciplinario no reducido a señales, signos, canales o producción. La teoría es un espacio dinámico que solamente tiene sentido si es “problematizador” (en el sentido que Freire lo quería para la educación en nuestra región), si sabe generar debate y nos enseña a pensar. A final de cuentas ésta es la finalidad, como Pasquali (2005: 7-18) lo ha dicho en su reciente colección de ensayos: pensar es hoy día, un privilegio, porque en nuestro entorno todo es fascinante y espectacular, todo es tan atractivo y sencillo, al alcance de la mano. Pensar parece ser el último reducto para la intimidad y la creación, para el placer y la realidad, para el quehacer político y la dimensión lúdica. Por ello las teorías, si no nos ayudan a ser más reales, no nos sirven de mucho y esto, es al menos para nosotros, un cambio de actitud: si ésta cambia, todo lo demás lo habrá hecho. La teoría es una forma de mirar al mundo pero interactuar con él porque puede modificar nuestras disposiciones. Es mucho más que simples doctrinas o cuerpo de conceptos (como por desgracia suele ser reducido en los sistemas escolarizados), es una forma de estar y ver, de actuar. Ello justifica, nos parece la dimensión profesional del comunicador-comunicólogo que esperamos con estas líneas si no generar, al menos invitar a pensar y a imaginar, donde radica el origen de todo cambio.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Alfaro, Rosa María. (2001). *Culturas populares y comunicación participativa. En la ruta de las redefiniciones*.  
En <http://www.ourmedianet.org/papers/om2001/MariaAlfaro.om2001.pdf> (mayo 2005)
- Alonso C.M. y Galleho D.J. y Money (1995). *Los estilos de aprendizaje*. Bilbao. Mensajero.
- Althusser, Louis (1998). *Ideología y aparatos ideológicos del estado*. México. Quinto Sol.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). En <http://www.anuies.mx> (diciembre de 2009)
- Barthes Roland (1976). “*La actividad estructuralista*” en *Ensayos Críticos*, Barcelona. Seix Barral.
- ----- (1980) *S/Z. Siglo XXI*. México.
- Bateson Gregory. y Ruesch John (1984) *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*, Barcelona. Paidós.
- Beltrán Luis Ramiro (1993) “Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo”. Lima: Instituto para América Latina (IPAL). En <http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/Beltrán1.htm> (enero 2007)
- Berger Peter y Thomas Luckman (1999). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires. Amorrortu Ediciones.

---

**Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social**

- Bernal Sahagún Victor (1983). *Anatomía de la publicidad en México*. 6ª ed. México. Nuestro Tiempo.
- Bertalanffy, Ludwig, Von (1976) *Teoría General de Sistemas*. México, FCE.
- Benassini, C. (2000). “Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social? Revista Mexicana de comunicación México. N°. 63 FMB Pág. 19-26.
- ----- (2001). “La formulación académica de profesionales ante las tecnologías informativas”. Revista Mexicana de Comunicación. México. N° 69 FMB. Pág. 30-34.
- Benito Ángel (1996). “La teoría general de la información, una ciencia matriz” en CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación 3*, Otoño. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Beuchot Mauricio (1997). *Tratado de hermenéutica analógica*. México: FFyL-UNAM
- ----- (1997b). *Perfiles esenciales de la hermenéutica*. México: IF-UNAM.
- Bisbal Marcelino. (1989). *La comunicación interrumpida*. Caracas. Universidad Central.
- Blake, Reed H. y Edwin Harolden (1977) *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. México. Nuevomar.
- Boff, Leonardo (1980). *Teología y Gracia en América Latina*, México. Parroquial.
- Brünner, José Joaquín (2003). *Educación e Internet. ¿La próxima revolución?* México: FCE (Breviarios 376)
- Bourdieu Pierre (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona. Compactos Anagrama.

- Cáceres, María Dolores (2003). *Introducción a la comunicación interpersonal*. Madrid. Síntesis. Madrid.
- Cahiers de Médiologie. (1996). *Cuadernos de mediología*. En <http://www.mediologie.org/collection/revue.html> (2009)
- Calandria. (s.f.). *Asociación de Comunicadores Sociales Calandria*. En [http://www.calandria.org.pe/presentacion\\_a.html](http://www.calandria.org.pe/presentacion_a.html) (2009)
- Cardona, Diana y Norma Macías (2007). *Comunico-metodología. Intervención social estratégica*. México. Universidad Intercontinental.
- Castillo, Emilia y Manuel Tapia (1996). *La formación de comunicadores ante los nuevos retos*. En Ponencia presentada en coloquio “Tradición y Modernidad en la Sociedad Mexicana...”. Universidad de Sonora (México). En [www.cesu.unam.mx/lreste/revistas/perfiles/perfiles/75-html/75-07.htm](http://www.cesu.unam.mx/lreste/revistas/perfiles/perfiles/75-html/75-07.htm) ( mayo 2003)
- Chandler, Daniel (2005). *Semiotics for beginners*. Universidad de Oslo. En <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html> (2005)
- CONEICC. (2009). *Consejo Nacional para la Enseñanza E investigación de las Ciencias de la Comunicación*. En <http://www.coneicc.org.mx/> (01/12/09)
- Corral, Manuel (1986) *La ciencia de la comunicación en México, origen, desarrollo y situación actual*. México. Trillas.
- Corsi, Giancarlo, Elena Esposito y Claudio Baraldi (1996). *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. México. UIA / ITESO /Antropos.
- Debray, Régis (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona. Paidós.
- ----- (2001) *Introducción a la Mediología*. Barcelona. Paidós.

- De Fleur Melvin y Ball Rokeach S.J: (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- De Fleur Margaret, Patricia Kearney, Timothy G. Plax y Melvin De Fleur (2005). *Fundamentos de la comunicación humana* (3ª ed.) (Sergio Nájera Trad.). México. Mc Graw Hill.
- Deladalle, Gerard (1996). *Leer a Peirce hoy*. Barcelona. Gedisa.
- Documentación en Ciencias de la Comunicación. En <http://ccdoc.iteso.mx/> (2009)
- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1971) *Para leer al pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. México. Siglo XXI.
- Eco, Umberto (1985). *Apocalípticos e integrados ante la cultural de masas* (8ª ed.). Barcelona. Lumen.
- Ensenzberger, Hnasd Magnus (1974) *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona. Anagrama.
- Ferrater Mora, José (1979) *Diccionario de Filosofía* 4 tomos. Barcelona. ARIEL.
- Ferrer, Eulalio. (2001) *Información y comunicación*. México. FCE.
- Fuentes Navarro, Raúl (1992) *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América latina*. Lima. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- ----- (1996) *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. Guadalajara. UdeG-ITESO.

- ----- (1997) *Retos disciplinarios y postdisciplinario par la investigación de la comunicación*. Comunicación y Sociedad 31. Septiembre-Diciembre Guadalajara. Pág. 215-241
- ----- (2001) *Investigación y utopía de la comunicación*. Comunicación utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980-1996. Guadalajara. ITESO. Pág. 139-146
- Fuentes Navarro, Raúl (comp.) (2004) *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*. Guadalajara. ITESO.
- Galindo Cáceres, Jesús (2002) *Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica*. En <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm> (30/11/02)
- ----- (2005). *Hacia una comunicología posible*. México. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- ----- (2005b). *Notas al I Seminario Interno de Comunicología*. México. UACM. En <http://www.geocities.com/seminariocomunicologia/> (2005)
- Galindo, Jesús; Karam, Tanius; Rizo, Marta (2005), *Cien libros. Hacia una comunicología posible*. México. Universidad Autónoma de la Ciudad de México
- García Canclini, Nestor (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Grijalbo.
- ----- (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México. Grijalbo.
- Garfinkel, Harold (1967). *Studies in ethnomethodology*. New Jersey. Prentice Hall.

---

**Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social**

- Giddens, Anthony (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para una teoría de la estructuración*. Buenos Aires. Amorrutu.
- Giménez, Gilberto (2002). *Introducción a la sociología de Pierre Bourdieu. Colección Pedagógica Universitaria* 37-39. enero-diciembre.  
([http://www.uv.mx/ie/Coleccion/N\\_3738/B%20Gilberto%20Gimenez%20Introduccion%202.pdf](http://www.uv.mx/ie/Coleccion/N_3738/B%20Gilberto%20Gimenez%20Introduccion%202.pdf))
- Golding, Peter y Murdock, Graham (1993). Culture, communications and political economy. Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.) *Mass media and society*. London. Edward Arnold.
- Greimas, Algirdes (1993). *La semiótica del texto: ejercicios prácticos*. Análisis de un cuento de Maupassant. (2ª ed) Barcelona. Paidós.
- Greimas, Algirdes y Courtés J., Joséph (1990). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje* T. I, Madrid. Gredos.
- Gutiérrez, Silva; Guzmán, Luis y Sefchovich, Sara (1988). Discurso y Sociedad. De la Garza, et all. *Hacia una metodología de la reconstrucción. Fundamentos críticos y alternativa a la metodología y técnicas de investigación Social*. Porrúa, México. UNAM.
- Hall, Stuart (1980) .Encoding / Decoding. Hall ,Stuart; Hobson, Dorothy; Loews, Andrew y Willis, Paul (eds.).*Culture, media, language*. London. Hutchinson.
- Harnecker, Marta (1981). *Conceptos elementales del materialismo histórico* (46ed), México. Ed. Siglo XXI.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor (1971). *La Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires. Sur.

- Igartua, Juan Ignacio y Humanes, María Luisa (2004). *Teoría e investigación en comunicación de masas*. Madrid. Síntesis
- Infoamerica. (s.f.). *infoamerica.org*. En <http://www.infoamerica.org/teoria/bateson1.htm> (2009)
- Jakobson, Roman (1975). *Lingüística y poética*. Ensayos de lingüística general. Barcelona. Seix Barral. Pág. 79-94
- Jensen, Klaus Bruhn (1997). *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona. Bosh.
- Karam, Tanius (2004). *El cuarto modelo de enseñanza en las ciencias de la comunicación*. *Revista Mexicana de Comunicación* 89. México. Fundación Manuel Buendía.
- ----- (2005) Una introducción al estudio de la epistemología de la comunicación desde la obra de Manuel Martín Serrano. *Cinta de Moebio* 24. Chile. Universidad de Chile. ( <http://csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/24/karam.htm>)
- Klapper, Joséph. T. (1974) *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Madrid. Aguilar.
- Klein ,Naomi (1999) *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona. Paidos
- Klinenberg, Otto (1992) *Psicología social* (1ª ed. 10 reimp). México. FCE.
- Lasswell, Harold (1985). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. Moragas, Miquel de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Gustavo Gilli.
- Littlejohn, Stephen (1992). *Theories of Human Communication*. (4 ed.) California. Wadsworth Publishing Company.

- López Eire, Antonio y de Santiago Guervos, Javier (2000). *Retórica y comunicación política*. (Col. Signo e Imagen N° 56). Madrid. Cátedra
- Lucerga, María José (2003). *Gregory Bateson: lectura en clave semiótica de una aventura epistemológica del siglo XX*. Revista Electrónica de Estudios Filológicos V, 5. Abril 2003. (<http://www.um.es/tonosdigital/znum5/perfiles/bateson.htm>)
- López Veneroni, Felipe (1997). *La ciencia de la comunicación. Método y objeto de estudio*. (2ª ed). México. Trillas
- Lozano, José Carlos (1995). *Teoría e investigación de las teorías de comunicación*. México. Alambra.
- Martín-Barbero, Jesús (1984). *Comunicación popular y modelos transnacionales. Seminario. Movimiento popular y modelos transnacionales*. Alajuela (España). CSUCA.
- Martín-Serrano, Manuel (1978). *Métodos actuales de investigación social*. Madrid. AKAL.
- ----- (1989). *Conferencias dictadas en el seminario de doctorado*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid. No impreso. Notas de los alumnos.
- ----- (2004). *Aportaciones de la Teoría de la Comunicación*. Revista *TELOS* 33. ([http://www.campusred.net/telos/anteriores/num\\_033/cuaderno\\_central5.html](http://www.campusred.net/telos/anteriores/num_033/cuaderno_central5.html))
- Martínez. Miguel (2003). *La Etnometodología y el Interaccionismo Simbólico. Sus aspectos metodológicos específicos*. En <http://prof.usb.ve/miguelm/laetnometodologia.html>. (enero 2003)

- Martín-Serrano, Manuel; Piñuel, José Luis; Gracia, Jesús y Arias, María Antonia (1982) *Teoría de la Comunicación* (2ª ed.) Madrid. Universidad Complutense de Madrid
- Mattelart, Michelle y Mattelart, Armand (1997) *Historia de las teorías de la comunicación en América Latina*. Barcelona. Paidós.
- McLuhan, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona. Paidós.
- Mc Quail, Dennis. (1997). *Introducción a la teoría de comunicación de masas* (2ª ed.) Barcelona. Paidós.
- Mello, Anthony de (1982) *El canto del pájaro*, (Jesús García Abril Trad.) Santander. Sal Térrea
- ----- (1985). *¿Quién puede hacer que amanezca?* (Jesús García Abril Trad.) Santander: Sal Terrae
- Mieke, Bernard (1996). *El pensamiento comunicacional*. México. UIA.
- Millet, Louis y M. Varín d'Ainville (1972), *El estructuralismo como método*, Madrid. EDICUSA.
- Moragas, Miquel de. (1981) *Teorías de la Comunicación de Masas. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Moragas, Miquel de (ed.) (1985). *Sociología de la Comunicación de masas*. 4 tomos Barcelona. Gustavo Gili.
- Morin, Edgar (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona. GEDISA.

- Muñoz, Blanca (2002). *Comunicación de masas (sociología de)*. Reyes D. Diccionario crítico de ciencias sociales. Madrid. UCM. ([www.ucm.es/info/eurotheo/d-bmunoz2.htm](http://www.ucm.es/info/eurotheo/d-bmunoz2.htm))
- Nombre Falso. (2003). *Nombre Falso Comunicación y Sociología de la Cultura*. En <http://www.nombrefalso.com.ar/apuntes/html/images/hall.gif> (2009)
- Oliveira Soares, Ismar (2002). *Edu-comunicación. Un concepto y una práctica de red y relaciones*. OCLACC. *Redes, Gestión y Ciudadanía*. Quito. Abya Yala.
- Pasquali, Antonio (1969). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas. Monte Avila.
- ----- (2005). *18 ensayos sobre comunicación*. Caracas. Debate.
- Payne, Michel (comp.) (2002), *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales*, Paidós. Barcelona.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María (1984). *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México. UAM-X-Terranova.
- Piñuel, José Luis y Lozano, Carlos. (2006). *Ensayo general de comunicación*. Madrid. Paidós.
- Prieto, Daniel (1984). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México. Premia Editora.
- Prieto Daniel (1984b). *Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación*. Fátima Fernández y Margarita Yopez (comps.) México. UNAM
- Propp, Vladimir (1985). *Morfología del cuento ruso*. México. Colofón.
- Ritzer, George (2001). *Teoría sociológica clásica* 3ª ed. Mac. Graw Hill. Madrid.

- Rizo, Marta (2000). *Notas sobre Comunicación y Cultura*. Veracruz. Postgrado en Comunicación. Universidad Veracruzana. Notas no impresas.
- ----- (2005). *Manuales en Teorías de Comunicación*. Monográfico Portal de Comunicación. Barcelona. INCOM.  
([http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest\\_comunicologia.html](http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_comunicologia.html))
- Roda Fernández, Rafael (1989). *Medios de Comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en las culturas contemporáneas*, Madrid. Siglo XXI España / CIS (Cuadernos CIS 106).
- Rodrigo-Alsina, Miquel (1995). *Los modelos de la comunicación*. (2° ed.) Madrid. Tecnos.
- ----- (2001) *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona. UAB/UJ/UPF/UV.
- Sánchez Esteves, Reyna (2001) “Los procesos de semiosis y la acción social”. Revista electrónica *Razón y Palabra* 21, México  
([www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n21/21\\_rsanchez.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n21/21_rsanchez.html))
- Sánchez, Roberto (2004) “Aproximación a la génesis de la mediología”. *Portal Códice*. Yucatán (México). (<http://codice.unimayab.edu.mx/mediologia.htm>)
- Sánchez Ruiz, Enrique (1997) “Algunos retos para la investigación de la comunicación....(en diálogo con Raúl Fuentes)”. *Comunicación y Sociedad* 30. México, mayo-septiembre
- Santos, Boaventura de Sousa (2000) *A crítica da razão indolente. Contra o desperdício da experiência*. Oporto. Afrontamento.
- Saussure, Ferdinand de (1985) *Curso de lingüística general* (Mauro Armiño trad.). México. Planeta (Obras Maestras del Pensamiento Contemporáneo 12)

- Schütz, Alfred (1972) *Fenomenología del mundo social: Introducción a la Sociología Comprensiva*. Buenos Aires. Paidós.
- Sirol, Jean (1964) *Historia del pensamiento económico*. T. II. México. UIA.
- Sosa, Gabriela (2000) "Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI" . Revista electrónica *Razón y Palabra* N° 17. En [www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17gsosa.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n17/17gsosa.html) (diciembre 2000)
- Thompson, John B. (1991) *La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología. Versión. Estudios de comunicación y política*, 1, México. UAM-X. (<http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=32>)
- ----- (1995) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México. UAM
- ----- (1998) *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, (2ª ed.) Barcelona. Paidós.
- Toussaint, Florence (1975), *Crítica de la información de masas*. México. Trillas.
- University of Twente. (2005) En <http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Levels%20of%20theories/index.html> (2009)
- Valderrama, Carlos Eduardo (ed.) (2000) *Comunicación-Educación. Coordinadas, abordajes y travesías*, Bogotá: Universidad Central-DIUC. Siglo del Hombre Editores
- Wallerstein Emmanuel (coord.) (1996) *Para abrir las ciencias sociales*. México. Siglo XXI.

- Watzlawick, Paul, Janet Beavin y Don Jackson (1981). *Teoría de la Comunicación Humana*. Barcelona. Herder.
- Winkin Yves. (ed.) (1990) *La nueva comunicación* (3ª ed) (Jorge Fibla Trad.). Barcelona. Cairós
- Wright Charles (1985). Análisis funcional y comunicación de masas. *Sociología de la Comunicación de masas*. T.II. Barcelona: Gustavo Gilli.