

# BREVE PANORAMA DE LAS TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN

## por Marcelo Speranza

*Por genealogía se entiende a la rastreo del pasado, no como hechos históricos del ayer sino como productores del presente. Implica leer la historia desde el presente.*

Siguiendo algunos conceptos que Mauro Wolf proporciona en la introducción de su libro "La Investigación de la Comunicación de Masas", es importante señalar algunas presupuestas en este trabajo práctico.

- 1) que la comunicación es una realidad integrada.
- 2) que el objeto de los estudios mediológicos es proteiforme.
- 3) que el término "comunicación" no tiene un significado unívoco, sino una pluralidad de significados según las escuelas, corrientes, modelos y teorías. Sin embargo, la palabra *comunicación* tiene como raíz la idea de poner en común.
- 4) La investigación de la comunicación ha tenido básicamente dos grandes líneas: una administrativa, de corte americana, donde ha prevalecido la sociología del conocimiento, de carácter empírico, con objetivos cognoscitivos inherentes al sistema de los *mass media* y otra, crítica, de origen europeo, relacionando el orden social vigente y los medios de comunicación.

Mauro Wolf, docente e investigador italiano del Departamento de Comunicación de la Universidad de Bolonia, fue, hasta su muerte, en 1996, uno de los más importantes teóricos de la comunicación.

En franca manifestación de interés por los recientes acercamientos entre la sociología fenomenológica, la investigación semiótica y la *communication research*, Wolf llegó a la conclusión que el factor más significativo de este acercamiento es el esfuerzo de comprensión de dichas perspectivas teóricas por conocer los efectos y las influencias puntuales que de manera diacrónica o de largo plazo generan los contenidos del mensaje y los contenidos del discurso de los medios.

Diversos análisis han permitido comprobar que los estudios de los años '40 y '50 y parte de los '60 son definitivamente "conductistas". Pero las comunicaciones también pueden ser analizadas desde otros puntos de vista más cercanos como la comunicación alternativa latinoamericana y lo que se conoce como "Nueva Comunicación".

El estado de los conocimientos de este cronista en la materia, limitados por cierto, permitirán exponer brevemente las teorías más relevantes, las de los autores más conocidos o utilizados en los estudios mediológicos.

## PARADIGMA DE LA LINEALIDAD

### TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA ("BULLET THEORY")

*PALABRA CLAVE: MANIPULACION*

Esta teoría nace en 1930. La postura sostenida por este modelo, se puede sintetizar con la afirmación de cada miembro del público de masas recibe el mensaje que les llega en forma directa. A esta teoría también se le llama también del balazo, porque cada miembro del público es "atacado" por el mensaje. Históricamente, la teoría coincide con el peligro de las dos guerras mundiales y con la difusión de gran escala de las comunicaciones masivas.

Este modelo representa las primeras reacciones suscitadas entre los diferentes contextos y entornos sociales. Es más que un modelo sobre la comunicación, una teoría de y sobre la propaganda, tema central de los medios de esas décadas.

En esta teoría subyace la psicología conductista de la acción, cuyo objetivo es estudiar el comportamiento humano con los métodos del experimento y la observación, en relación con el organismo y ambiente al que pertenece. El par estímulo-respuesta es central en el conductismo. Los individuos son tomados como átomos aislados y carecen de tradiciones, reglas de comportamiento, líderes y estructura organizacional por lo que si son alcanzados por la propaganda pueden ser controlados, manipulados, etc.

Premisas: el aislamiento de cada individuo en la masa anónima, la debilidad de una audiencia indefensa y pasiva que se deriva en la disolución y fragmentación de la misma, omnipotencia de los medios. Concibe a la sociedad con relaciones interpersonales pobres y una relación social amorfa.

### EL MODELO DE LASWELL (1948)

*PALABRA CLAVE: MANIPULACION*

Harold Laswell (político), fue integrante de la universidad de Chicago y su principal obra de estudio son las técnicas de propaganda ("The Propaganda Technique in the World of War" 1927).

Sus estudios se centran principalmente en las estrategias y medios de esfuerzos utilizados, en donde define a la propaganda como el manejo de las actitudes colectivas mediante la manipulación de símbolos significativos. Subraya el gran papel desempeñado por los medios masivos de comunicación en la formación de la conciencia nacional y patriótica. Su estudio de la propaganda se centró en la comunicación, en el análisis de los procesos y de los efectos.

La fórmula de Laswell postula que: "una forma apropiada para describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas:

¿Quién	emisor
dice qué	contenidos
a través de qué canal	medios
a quién	audiencia
con qué efecto?	efecto

Si bien por un lado corrobora algunos de los postulados de la teoría hipodérmica, por otro amplía la visión del proceso comunicativo, proclamando la asimetría del modelo (emisor activo-receptor pasivo), la intencionalidad de la comunicación (finalidad: obtener un efecto observable y mensurable), la asepsia de los papeles de emisor y receptor, independientes de toda relación social, situacional, cultural en que se producen los procesos comunicativos. Este esquema organizó la incipiente communication research en dos ejes centrales: el análisis de los efectos y el análisis de los contenidos y a la larga el control de lo difundido por los emisores (control analyse).

### **TEORIA DE LA EFICACIA COMUNICACIONAL O MODELO MATEMATICO-INFORMACIONAL** **PALABRA CLAVE: LINEALIDAD**

Un antecedente obligado en el estudio de la comunicación, ha sido por mucho tiempo la llamada "Teoría de la Información", formulada a fines de los 40 por el ingeniero Claude E. Shannon. Su primera versión apareció en el Bell System Technical Journal de Octubre de 1948, perteneciente a la Bell Telephone Laboratories, organización a la que Shannon se encontraba profesionalmente ligado. Poco después el sociólogo Warren Weaver, redactó un ensayo destinado a enfatizar las bondades de esta propuesta, que fue publicado junto al texto anterior en Julio de 1949.

El trabajo de Shannon se titula The Mathematical Theory of Communication, y el de Weaver, Recent Contributions to the Mathematical Theory of Communication. En conjunto dieron lugar a un pequeño libro que tomó el título del primero de ellos. De este modo, la unión de dos textos y de dos disciplinas diferentes, produjo una obra de referencia duradera en el campo de la comunicación.

Lo habitual es que se aluda a estas concepciones como el modelo de Shannon y Weaver o como la Teoría de la Información.

La teoría, tiene una expresión gráfica de notable sencillez: la fuente de información, selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes, el mensaje deseado. El transmisor transforma el mensaje en una señal que es enviada por el canal de comunicación al receptor. El receptor hace las veces de transmisor al revés que cambia la señal transmitida en un mensaje y pasa este mensaje a su destinatario. "Cuando yo hablo con usted, mi cerebro es la fuente de información, el suyo el destinatario, mi sistema vocal es el transmisor, y su oído, con su octavo par de nervios craneanos, es el receptor". Sin embargo, es característico del proceso de transmitir la señal que se agreguen a ésta ciertos elementos que no son proporcionados deliberadamente por la fuente de información.

Estos aditamentos indeseados pueden ser distorsiones de sonido (en telefonía, por ejemplo), o estáticos (en radiotelefonía), o distorsiones de la forma o sombreado de una imagen (televisión), o errores de transmisión (telegrafía o facsímil). Todos estos cambios en la señal, pueden ser llamados *ruidos*.

"Los problemas que han de estudiarse en un sistema de comunicación, tienen que ver con la cantidad de información, la capacidad del canal de comunicación, el proceso de codificación que puede utilizarse para cambiar el mensaje en una señal y los efectos del ruido", asegura Shannon.

A lo largo de este movimiento orientado linealmente, se encuentra un conjunto de componentes que pueden ser distinguidos en forma precisa, por su ubicación y su función.

Fuente: Componente de naturaleza humana o mecánica que determina el tipo de mensaje que se transmitirá y su grado de complejidad.

Transmisor: Recurso técnico que transforma el mensaje originado por la fuente de información en señales apropiadas

Canal: Medio generalmente físico que transporta las señales en el espacio. Cumple una función simple de mediación y transporte.

Ruido: Expresión genérica utilizada para referirse a variadas distorsiones originadas en forma externa al proceso de comunicación.

Receptor: Recurso técnico que transforma las señales recibidas en el mensaje concebido por la fuente de información.

Destino: Componente terminal del proceso de comunicación, al cual está dirigido el mensaje. Es el elemento decisivo para pronunciarse sobre la fidelidad de la comunicación.

Estos términos, pasaron a formar parte de la jerga comunicacional y aún del lenguaje corriente, desarrollando una existencia propia, con independencia del marco explicativo en que tuvieron origen.

Comenzó a ser común hablar de fuente, emisor, mensaje, canal, destinatario o receptor.

Su representación gráfica, se ha usado una y otra vez, agregando o quitando algún elemento, pero siempre manteniendo su apego a una estricta causalidad lineal.

A partir de su concepción, Weaver, expresa: "El trabajo se aplica en primera instancia sólo al problema técnico, pero la teoría tiene una significación más amplia. Para comenzar, el significado y la efectividad están inevitablemente restringidos por los límites teóricos de la exactitud en la transmisión de símbolos. Más aún, el análisis teórico del problema técnico pone en evidencia que éste se superpone a los problemas semánticos y de efectividad más de lo que se podría sospechar".

Weaver, alude concretamente a los tres niveles en que tradicionalmente se abordan los problemas de la comunicación: técnico, semántico y pragmático. Cada nivel, se abre en una dimensión de análisis e interpretación diferentes.

En el nivel técnico se enfrentan problemas relacionados a la fidelidad con que cierta información puede ser transmitida desde un emisor a un receptor, en el nivel semántico, se estudian cuestiones relativas al significado e interpretación de un mensaje, y en el nivel pragmático, se enfoca la comunicación desde el punto de vista de sus consecuencias en el comportamiento manifiesto de las personas. Y agrega: "La teoría matemática de la comunicación es tan general que no es necesario decir qué clase de símbolos se consideran: Si se trata de palabras o letras escritas, de notas musicales, de palabras habladas, de música sinfónica o de imágenes. Las relaciones que la teoría revela se aplican a todas estas formas de comunicación y a muchas otras. La teoría está tan imaginativamente motivada que se ocupa del núcleo interior mismo del problema de la comunicación". Indudablemente una teoría optimista, por lo ingenua, de la comunicación.

Todo esto ocurre en circunstancias de que el propio Shannon, en su escrito original, había establecido expresamente el carácter restringido de su posición, atendiendo a su particular orientación profesional: "El problema de la comunicación, consiste en reproducir en un punto, sea exacta o aproximadamente, un mensaje seleccionado en otro punto. Frecuentemente el mensaje tiene significado; este se refiere o está relacionado con algún sistema con ciertas entidades físicas o conceptuales, estos aspectos semánticos de la comunicación son irrelevantes para los problemas ingenieriles. El aspecto significativo es que el mensaje actual, es seleccionado de un conjunto de posibles mensajes. El sistema debe ser activado para operar cada posible selección, no sólo de la que fue elegida, sino también desde una desconocida en el momento de ser activada".

## **PARADIGMA TRANSICIONAL**

### **CORRIENTE EMPIRICO-EXPERIMENTAL (O PSICOLOGICO EXPERIMENTAL)**

*PALABRA CLAVE: PERSUASION*

Se interesa en la formación de las actitudes y siendo jefe del departamento de guerra de estudios experimentales, se orientó hacia la investigación de la psicología social sobre los mecanismos de la persuasión, sobre todo en los efectos de documentos fílmicos en reclutas. Estudió la opinión de las variaciones individuales sometida a diferentes argumentaciones.

La persuasión como carácter característica principal de la audiencia o según la percepción del comunicador por parte del público. Uno de sus representantes es Carl Hovland (psicólogo).

El otro, Kurt Lewin (psicosociólogo), de la Universidad de Berlín, quien se dedicó a investigar sobre las dinámicas de grupo.

Su principal obra es "The Iowa Child Welfare Research Station", en donde se interesa en los problemas propios de la comunicación de grupo, en los modelos del grupo relativos a la comunicación. Inventó el término "campo psicológico" y se adentró en los problemas de la personalidad y de la interacción; definiendo como una totalidad de hechos coexistentes, interdependientes los cuales facilitan el estudio objetivo de los individuos.

### **TEORIA DE LOS INTERMEDIARIOS (CORRIENTE EMPIRICO DE ESTUDIOS SOBRE TERRENO O SOCIOLOGICO EXPERIMENTAL)**

*PALABRA CLAVE: INFLUENCIA DE LOS MENSAJES*

Las investigaciones realizadas por la Universidad de Columbia se centran totalmente en la propaganda, la persuasión, la opinión pública, los usos y efectos de la comunicación. A todas estas investigaciones se les llama los conflictos y los consensos de la comunicación, en donde el lado político es totalmente olvidado, siendo trabajos célebres de consolidación en la investigación de la comunicación, realizados por autores empíricos que pertenecen a la universidad mencionada: como primer estudio de investigación aparece "The Peoples Choice", un estudio esencial acerca del impacto fundamental de las campañas políticas y la reafirmación de cómo activar a los individuos mediante el mensaje político, viendo que reacción tenían unos y que predisposiciones se hacían notar en otros. Hay que subrayar la mirada sobre el efecto de los medios, ya que destacaban la importancia en atraer la atención de las masas. Es en este estudio que nace el líder de opinión sobre las masas.

Robert Merton, Lazarsfeld y Katz son los responsables de "Patterns of Influence" (1915). En este estudio, es donde dan a conocer los modelos de influencia en una comunidad. La investigación viene a ampliar el conocimiento sobre el líder de opinión y sobre la relación de éste con la comunicación masiva, con el fin de localizar personas influyentes o líderes encontrando dos clasificaciones de líder: líder local y el líder cosmopolita. Ambos tienen un comportamiento diferente en los diversos contextos sociales y con los medios masivos de comunicación, pero lo único en común que tienen es que son el centro de atención e interés.

El conocimiento sobre el liderazgo es el estudio que realizan Katz y Lazarsfeld en 1946 bajo el nombre de la Influencia Personal, el cual consiste en relacionar la comunicación interpersonal hasta llegar a la comunicación masiva, y donde los medios de comunicación causan impacto en el nivel de persuasión en la sociedad.

### **TEORIAS DE LOS PROCESOS SIMBOLICOS (ESCUELA DE CHICAGO)**

***PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO PROCESO DE INTERACCIÓN SIMBOLICA***

Los precursores de la investigación en comunicación residían en la Universidad de Chicago: Charles Cooley, John Dewey, Hebert Mead. El primer legado es el hacer énfasis en la interacción social, en la descripción y en las relaciones interpersonales ya que los investigadores proponen un proceso científico. La investigación en comunicación se ha podido beneficiar de los aportes de la sociología aplicada. Es decir, la fusión entre investigación teórica e investigación aplicada, que crea una base muy útil para el futuro de las ciencias de la comunicación.

Para los investigadores de la escuela de Chicago, la comunicación no se limitaba a la simple transmisión de mensajes, sino que la concibieron como un proceso simbólico mediante el cual una cultura se erige y se mantiene.

En Charles Cooley encontramos el Interaccionismo Simbólico, una teoría del ser social. A este precursor se le debe la corriente del pensamiento también conocido como análisis moderno (1910).

Los medios masivos de comunicación provocaron cambios significativos en las condiciones humanas. Cooley señala cuatro fuerzas que provocan la opinión pública: expresividad, aceptación permanente, rapidez y difusión. La nueva comunicación de masas ha representado una evolución en todas las fases de la vida. Propone una teoría del ser social, junto con la opinión pública en donde se agrupan actitudes y opiniones como una entidad social a través de la comunicación. La opinión pública no es un simple conglomerado de conclusiones del individuo, sino que es una organización, un producto cooperativo y una influencia recíproca.

Herbert Mead retoma la teoría del ser social elaborada por Cooley y aporta nuevas definiciones al interaccionismo simbólico; es decir, se interesa en el proceso de interacción social a través de símbolos y se concentra antes que nada en el acto de la comunicación. Sin embargo, Mead propone una teoría de la formación social del sí, en donde el individuo toma conciencia de sí mismo a partir de las funciones del lenguaje, tomando en cuenta el juego individual y el juego colectivo.

Según Mead, esta capacidad de jugar permite vivir en relativa armonía con los diferentes puntos de vista existentes dentro de las sociedades complejas. Dice Mead en su obra "La Filosofía del Presente": "La comunicación tal como la voy a usar, siempre implica la entrega de significado; y esto envuelve el despertar en un individuo de las actitudes del otro, así como su respuesta a estas respuestas. Como consecuencia, el individuo puede ser estimulado a desempeñar varias partes en el proceso común en que todos están envueltos; y puede, por consiguiente, encarar los variados futuros que estos diferentes papeles llevan en sí mismos, en el proceso de alcanzar finalmente la forma que su propio papel va a tomar".

A John Dewey también se lo considera como uno de los pioneros en la investigación de la comunicación. Su concepción es que la comunicación es un instrumento de precisión social y como tal, fundamento de toda relación humana y de producción de bienes materiales y sociales que une a los individuos entre sí y permite la vida colectiva. Se inclina por el establecimiento de comunicación de masas, basado en el consenso a través de la institución de una prensa libre, capaz de transmitir los descubrimientos de la ciencia para proporcionar una comprensión de fuerzas que controlan la vida moderna; de este modo se origina un nuevo sistema de comunicación. Reivindica una ciencia que ilumine nuestros objetivos, nuestras comprensiones y que permita una acción cooperativa.

El pensamiento más profundo y original sobre el trasfondo socio-psicológico de la comunicación lo encontramos en la mencionada teoría del interaccionismo simbólico, a la cual contribuyeron, Durkheim y Simmel en Europa; y Cooley, Dewey, Mead y Burke, en América del Norte.

Ellos no llegaron a construir un "modelo" de comunicación y menos todavía a proponer un modelo gráfico simplificado.

Según algunos autores estas teorías recobra actualidad, en un momento en que se procura relacionar mejor la comunicación con la realidad social y con nuestra subjetividad por ella influenciada.

Básicamente, la idea que preocupaba a aquellos filósofos era el "orden social"; de ahí su interés por los "actos sociales", uno de los cuales es el "acto comunicativo".

## **TEORÍA DE LOS DOS PASOS (TWO STEP FLOW OF COMMUNICATION)**

**PALABRA CLAVE: INFLUENCIA DE LOS MENSAJES SOBRE LOS LÍDERES DE OPINION**

Esta teoría se le debe a Paul Lazarsfeld (matemático, sociólogo) y a los primeros estudiantes comunicólogos en los años cuarenta, quienes buscaban documentar empíricamente la manera en que los medios masivos de comunicación influyen en la presentación, selección y votación de candidatos presidenciales. Con el tiempo se convertirá en un estudio científico de las masas.

Utilizando una sofisticada encuesta (metodología en encuesta de panel), Lazarsfeld desarrolla el enfoque de la influencia personal. Lazarsfeld encontró que los medios no tenían influencia masiva en los votantes, sino que estos eran persuadidos por miembros de grupos primarios o referencias por los que se consideraban líderes de opinión. Así, los medios más que cambiar la actitud de los seguidores hacia ciertas personas, objetos y procesos, refuerzan predisposiciones, actitudes y valores preexistentes de los líderes de opinión. Es un período bajo el predominio del funcionalismo en la sociología, cuando las concepciones simplistas de la sociedad de masas (individuos como átomos), son rechazadas en favor de los lazos gregarios entre las personas.

Las características del líder de opinión son provocar tres clases de efectos: de activación, de reforzamiento y de conversión. Los líderes se exponen a los medios masivos de comunicación, influyen a las personas, poseen conocimiento del tema del que hablan y se relacionan con los demás en forma necesaria e inevitable.

Tras la invasión de los nazis a Austria, Paul Lazarsfeld emigró a los Estados Unidos y descubrió los valores fundamentales de investigación de la comunicación. Es una persona que poseía un gran conocimiento en investigación cuantitativa y cualitativa. Ya que fue capaz de modificar y unificar estos dos tipos de investigación para alcanzar objetivos en comunicación. Logró respaldar su trabajo en la obra "The Bureau of Applied Social Research of the Columbia University", que se convirtió en uno de los institutos más importantes hasta nuestros días en investigación de la comunicación. Estableció un puente entre la investigación académica y el interés comercial, combinando de esta manera la teoría y los problemas concretos (la práctica).

## **TEORIA FUNCIONALISTA DE LAS COMUNICACIONES DE MASAS**

**PALABRA CLAVE: FUNCIONES DESEMPEÑADAS POR LA COMUNICACIÓN**

La escuela funcionalista tiene como rasgo esencial preguntarse por las funciones desarrolladas por el sistema de comunicación masivo, La pregunta de fondo no es sobre los efectos sino por las funciones de la comunicación de masas. Las funciones analizadas son las habituales de los medios y no determinados contextos particulares. Esta teoría parte del conjunto de necesidades que existen en las masas y que deben ser satisfechos a través de las instituciones. La función de una institución tiene tres niveles:

Nivel 1. El modo de comunicación o los medios estandarizan los fenómenos sociales.

Nivel 2. Trata de esclarecer las condiciones de los modos de vida de la comunicación masiva.

Nivel 3. La organización institucional analiza las funciones de todas aquellas operaciones repetidas dentro de una institución.

Los conflictos y el equilibrio: las sociedades humanas poseen mecanismos para regular sus conflictos y sus disfunciones; las reglas con las que se conduce a los individuos están fijadas y podrán cambiar según los nuevos medios con que cuenta una sociedad, esto con el fin de relacionarse dentro de la sociología. El equilibrio, entonces, lo dan las reglas sociales que buscan satisfacer la identidad de una nueva función.

Estructura social: la sociedad humana es un organismo interrelacionado cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si cada uno deja de funcionar y puede considerarse su estudio como el conjunto de variables interrelacionadas que se dan en forma de escala que se dan jerárquicamente.

La Historia: puede estudiarse mediante la sociedad y sincronía de ver sus necesidades satisfechas por las instituciones, la historia va evolucionando según los individuos, puntos y lugares que en ella nos sirve de referencia para estudios de investigación.

Representantes de la teoría funcionalista: Charles Wright y Talcott Parsons.

## **TEORIA DE WILBUR SCHRAMM**

**PALABRA CLAVE: INTERDEPENDENCIA Y DELIMITACION EN UN SISTEMA**

Wilbur Schramm popularizó un modelo relacionado con los medios de comunicación de masas, el cual nos dice que si bien la audiencia inmediata de los medios son individuos, cada uno de éstos está conectado con un grupo, o con varios (pueden ser grupos primarios como la familia o los amigos íntimos o bien grupos secundarios, tales como los formados por los compañeros de trabajo o de escuela). Schramm aplicó los conceptos de otros autores a los procesos de comunicación humana. Pero introduce conceptos nuevos: codificador, decodificador, retroalimentación y campo de experiencia y rescata el concepto de audiencia, compuesta por individuos capaces de otorgar sentido a los mensajes de acuerdo a su propia experiencia.

Entiende a la recepción de la comunicación como resultado de una actividad individual ligada con los grupos de referencia, en cuyo marco se reinterpreta el mensaje de los medios según las normas y los valores dominantes.

Dice Schramm: "(...) hablaremos a menudo de sistemas nacionales y ocasionalmente de sistemas de comunicaciones. Por lo tanto, permítasenos comenzar indicando qué entendemos por *sistema*.

Cuando nos referimos a un sistema, queremos significar un conjunto delimitado de elementos interdependientes. Las palabras claves son *interdependencia* y *delimitación*. Por *interdependencia* entendemos una relación de partes, en las cuales cualquier cosa que le ocurra a un componente de un sistema afecta, aunque sea muy débilmente, el equilibrio y las relaciones de todo el sistema. Por *delimitado* entendemos un estado cuyos componentes se hallan tan relacionados entre sí que resulta posible indicar dónde termina el sistema y dónde empieza su contorno. Por lo tanto, las personas y los grupos organizados son sistemas, ya que todos son seres vivos. Las organizaciones configuran la condición de un sistema cuando sus diversos componentes están ampliamente reconocidos y se sienten estimulados a persistir, aun cuando los individuos que actúan en esos papeles puedan, por lo menos en teoría, ser remplazados; cuando las líneas de comunicación que unen a los roles entre sí están establecidas y reconocidas en general; y cuando los miembros se hallan compenetrados en alguna medida de los distintos aspectos de la organización. Ésta llega a ser algo más que armazón y algo más que líneas jerárquicas trazadas sobre un papel. Resulta algo semejante a un "organismo", con entrada y salida, un transformador de energía, un estado firme y las demás características de un sistema de comportamiento. Además, la organización desarrolla un modo característico de comportarse que aprendemos a reconocer (...)"

"En todo momento, en la historia de la sociedad, la función de las comunicaciones consiste en hacer cualquiera de estas cosas que la sociedad requiera. La estructura de las comunicaciones sociales refleja, así, la estructura y el desarrollo de la sociedad. El volumen de la actividad de las comunicaciones - el desarrollo de los medios de masa y sus audiencias, la transferencia de los roles de comunicación individual de la sociedad tradicional a las organizaciones, la extensión y multiplicación de las cadenas de comunicaciones- refleja el crecimiento económico de una sociedad. La propiedad de las facilidades y servicios de comunicación, el uso intencional de las comunicaciones, los controles de las comunicaciones, todo ello refleja el desarrollo político y la filosofía de una sociedad. El contenido de las comunicaciones en un momento dado revela la pauta de valor de una sociedad. Los tipos de redes de comunicaciones que determinan por dónde circulan las informaciones y quién las comparte con quién, reflejan la homogeneidad de la cultura y de la geografía dentro de una sociedad. Desde luego, hay también personalidad e idiosincrasia en todo sistema".

Sólo mediante una disección muy brutal, por lo tanto, es posible separar la comunicación social de la sociedad y, una vez completada esa disección ambas partes del organismo habrán muerto. En efecto, las facilidades y servicios de comunicación integran la estructura viviente de la sociedad, y el acto de la comunicación forma parte de la función viviente de la sociedad. Las comunicaciones crecen y cambian con la sociedad, porque son un producto que la sociedad hace.

## **PARADIGMA DE RUPTURA CON LA LINEALIDAD**

### **TEORIA CRÍTICA (ESCUELA DE FRANKFURT)**

**PALABRA CLAVE: IDEOLOGIA / MANIPULACION**

La Teoría Crítica se identifica con la llamada Escuela de Frankfurt (Institut für Sozialforschung de Frankfurt, 1923) marcó una diferencia conceptual con las otras escuelas y corrientes de la comunicación, una ruptura. Influenciada por el pensamiento marxista crítico, las principales preguntas eran: ¿cómo es? ¿quién controla la comunicación? ¿por qué? ¿en beneficio de quien?. Los defensores de esta escuela desaprobaban el lado administrativo y funcionalista de la corriente empírica, a tal grado que les reprochaban otorgar demasiada importancia a lo que generaban las masas. Según sus principales representantes (Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, entre otros), los empiristas desatendían el contexto histórico y cultural.

La ignorancia por el contexto desnaturaliza la realidad de la comunicación, porque es un contexto social determinado en el que se desarrolla el acto comunicativo. La investigación social practicada por la Teoría Crítica se propuso como teoría de la sociedad entendida como un todo, polemizando con las disciplinas sectoriales y que diferencian los campos de competencia.

La Teoría Crítica cuestiona la función ideológica de las ciencias, subordinadas a la razón instrumental, que terminan siendo sostenedoras y conservadoras del status quo.

La originalidad de la Escuela de Frankfurt radica en el abordaje de temáticas epocales: el totalitarismo, la industria cultural como sistema, los conflictos sociales en las sociedades capitalistas altamente industrializadas, la adhesión acrítica a los valores impuestos, etc.

Su propuesta fue sacar a la luz los aspectos que la sociedad niega o posterga, con una valoración crítica.

Uno de los "productos" derivados de esta escuela fue la Teoría de la Acción Comunicativa, elaborada por el filósofo Jünger Habermas, la búsqueda de un nuevo modelo, más ajustado con los desarrollos de las ciencias sociales durante estas últimas décadas, que toma en cuenta la relación que hay entre la sociedad, la cultura y la personalidad, en sus aspectos más básicos y elementales, pero enmarcada en una visión comunicativa de la acción humana.

### **TEORIA DE LOS "CULTURAL STUDIES"**

**PALABRA CLAVE: PROCESO SOCIAL Y CONTEXTO HISTORICO**

Estudios Culturales es una corriente de estudios sociales fundamentalmente inglesa en sus inicios, a mediados de los '50 y su impulso inicial se encuentra en la obra de Raymond Williams y Richard Hoggart -que a su vez se inspira en el legado de Leavis- quienes se preocuparon, ante todo, de la reivindicación de la cultura popular (propia de la clase obrera británica) frente a la cultura dominante o de élite. Stuart Hall, es el principal exponente de la Cultural Studies.

Este movimiento se produjo en el contexto de una estructura de clase modelada por el capitalismo industrial y por un sistema cada vez más comercializado de producción, distribución y consumo cultural. Pero no se trataba simplemente de la reivindicación de la cultura popular en sí misma.

Era un movimiento político de oposición, básicamente socialista, que consideraba la lucha cultural como parte de una lucha política más amplia cuyo objetivo era cambiar las relaciones sociales capitalistas en favor de la clase obrera. En consecuencia, los estudios culturales debían por sentada una estructura particular de dominación y subordinación, y consideraban que la suya era una tarea ideológica de legitimación y movilización. En la medida que se fue desarrollando como modelo de estudios sociales, contribuyó a desplazar el análisis de las prácticas culturales dominantes o de élite, típicas del marxismo "ortodoxo", hacia el análisis de las prácticas culturales populares.

El enfoque de la cultural studies, al igual que la Teoría Gramsciana (en el que los media forman una parte importante), la Escuela de Frankfurt y la Teoría culturológica francesa, se apartan del determinismo económico con que había sido interpretado el pensamiento marxista, al incorporar a la cultura como parte integrante de la superestructura ideológica en el análisis medial y de la vida cotidiana.

Define la "cultura" al mismo tiempo como medio y valores que surgen en el seno de grupos sociales y clases distintas, sobre la base de sus condiciones y su relación histórica, a través de la cual "manipulan" e interpelan a las condiciones de existencia. La cultura es una fuerza poderosa en la determinación de la conducta humana, principalmente por la fuerza que le dan los valores (según la tradición funcionalista); solo recientemente se ha dicho que aparte de los valores culturales también la comunicación intersubjetiva forma parte del quehacer conductual, solo que ésta puede nacer de cualquier cosa que sea significativa para la mente humana.

De manera que podemos entender a la cultura como una fuerza autónoma del quehacer colectivo, que junto a las motivaciones intersubjetivas, históricamente formadas, están presentes y dando forma al quehacer de la sociedad. La sociedad moderna no escapa a la influencia de la cultura.

A partir de la descripción que se hace de la *cultural studies* como modelo, se interpreta que la cultura es mediadora en el profesional de los media, quien analiza y opina en los medios de comunicación de masas para interpretar los conflictos de los estratos de trabajadores, desde su realidad profesional históricamente construida, readecuando o colaborando en la tarea de reducir los conflictos sociales al estado culturalmente aceptado para la mayoría o para la cultura oficial.

De todos modos uno es llevado a pensar que la modelo de la cultural studies tiene el mérito de haber iniciado estudios serios y profundos de la estrecha relación existente entre la comunicación de masas y la cultura. El tema central de los estudios culturales, la relación entre los medios de comunicación masivos y la cultura, sigue estando vigente y planteando nuevos desafíos de investigación ante las nuevas dimensiones que van adquiriendo tanto los medios masivos de comunicación como la cultura en que vivimos.

El modelo elaborado por Hall instalará el reconocimiento de la comunicación como un proceso en el que intervienen estructuras complejas de relaciones. Supera la idea de linealidad y de atribución personal y fija al proceso de la comunicación, planteando en vez momentos de producción, de circulación, de distribución, de consumo y de reproducción, cada uno de ellos articulado por un proceso de producción de significados. Considera que si bien todos son relevantes en el proceso de la comunicación el predominante es el último.

Los sujetos son reconocidos como productores de significado, operando a través de un sistema de codificación- decodificación en los que se organizan sentidos.

Existen sentidos preferenciales o lecturas preferentes, constituidos por un conjunto de códigos, lenguajes, valoraciones propias de cada cultura y de cada sujeto.

Hall plantea tres posiciones del sujeto, en cuanto sujeto de una cultura en relación con la decodificación de los medios:

A - Una posición hegemónica-dominante: Se decodifica el mensaje en los términos de referencia en que fue codificado. Existe una clausura de sentido, que hace transparente la comunicación. Se acuerda y cierra un mismo sentido.

B - La posición de negociación del código: implica una cierta mezcla de elementos aceptados y otros oposicionales, donde aparecen cortes con los sentidos dominantes por los sentidos atribuidos en los contextos restringidos situacionales locales y las lógicas valorativas particulares. Hay aspectos que se aceptan y otros que son interpretados de modos diversos.

C - una posición oposicional o de código oposicional. El mensaje se decodifica de modo contrario.

### **TEORÍA CIRCULAR DE LA COMUNICACIÓN (ESCUELA DE PALO ALTO, 1942)**

**PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN EN SITUACION**

La escuela de Palo Alto (California, 1942), instala a través de sus investigaciones y trabajos una visión circular de la comunicación, entendiendo a esta como los procesos de relaciones e interacciones.

Este grupo pondrá énfasis en los contextos sociales y culturales de los intercambios de la cotidianeidad. Reconocen que la esencia de la comunicación reside en dichos procesos de

interacción, interesándose por los múltiples comportamientos como son la palabra, la gestualidad, el espacio interpersonal, "los lenguajes silenciosos de la cultura"

Para captar las significaciones describirán los modos de comportamiento de los sujetos en contextos determinados. El sujeto en el contexto predomina por sobre el contenido. Por así decirlo: no nos interesa el proceso comunicativo en sí, nos interesan las consecuencias que tiene sobre el individuo.

Sus trabajos son actualmente de referencia para la perspectiva de procesos comunicacionales institucionales.

Autores como P. Watzlawick, J.H. Weakland o J. Helmick Beavin, trabajaron en esta nueva acepción del hecho comunicativo, especialmente en pacientes que mostraban disfunciones de relación personal. Estos estudios (y prácticas) se llevaron a cabo en el Mental Research Institute (MRI) y dieron lugar a lo que hoy conocemos como *Nueva Comunicación*.

Si inicialmente los estudios del MRI estuvieron orientados hacia la terapia familiar, hoy sus conclusiones han sido aplicadas a todo tipo de situaciones en las que la comunicación es un hecho fundamental, especialmente en la empresa o en cualquier tipo de organización.

Se complementarán con los aportes del interaccionismo simbólico (estudia las representaciones que los actores se forman del mundo social a través de la interacción), la etnometodología (desarrolla metodologías para el análisis de las actuaciones habituales de los actores sociales en sus acciones cotidianas) y los estudios etnográficos (analizan la cotidianeidad mediante un rastreo y descripción exhaustiva).

La premisa básica que caracteriza el concepto de "nueva comunicación" radica en suponer que ésta, la comunicación, no es un hecho voluntario. Se da la comunicación cuando dos o más personas están en "situación" de relación, por limitada que ésta sea. Dos personas absolutamente desconocidas, que se hallan momentáneamente en una parada de autobús, están en situación relacional y, en consecuencia, se establece una comunicación entre ellas. Lógicamente esta comunicación no es más que la interpretación subjetiva que cada uno hace de las "manifestaciones" (vestido, cara, gestos, movimiento, miradas, etc.) del otro. Esta interpretación es, por otra parte, involuntaria. Estamos obligados a comunicarnos, dirán los estudiosos de Palo Alto: la comunicación es obligatoria y no podemos huir de ella. No existe, en consecuencia, un emisor y un receptor, ambos elementos actúan como tales de forma simultánea.

Naturalmente, la interpretación que realiza cada uno pertenece a un particular código de valores. Si bien es cierto que existe, culturalmente, un código "superior" que enmarca las interpretaciones de un determinado colectivo, la decodificación se realiza a través de la pura subjetividad de cada elemento. Cada individuo realiza una adaptación particular del código que podíamos llamar "social" según su experiencia personal. El "receptor" está obligado a interpretar "lo que ve", las señales que recibe.

Si el "emisor" es hábil puede determinar la interpretación del otro, y si éste también lo es puede intentar "leer" entre líneas buscando lo que debe surgir por debajo de la apariencia significativa del primero. No obstante, sea como sea, se ha producido un proceso de interrelación comunicativa tanto más superficial o profunda como sea el carácter observador de los participantes y cuanto mayor sea la "sensibilidad" emisora/receptora de los elementos.

Por caso, un participante puede suponer que "da" una determinada imagen comunicativa y ésta es interpretada radicalmente al revés por el receptor. Ante esta nueva situación, duda ante la interpretación por parte del "otro" de la imagen emitida y deseada, lo que obliga al emisor a una "constatación" de los efectos producidos. En este momento, el emisor debe interpretar las manifestaciones del receptor que son respuestas al estímulo por él emitido. El círculo comunicativo se cierra.

En la comunicación "objetiva" (por denominarla de alguna manera), la transmisión del signo estrictamente codificado (lenguaje "hablado") suele tener importancia relativa en el proceso general de la comunicación. La escuela de Palo Alto indica que éste no supera, en la totalidad del proceso, más de un 20% de la comunicación total.

## **TEORIA DE LA COMUNICACIÓN LATINOAMERICANA**

**PALABRA CLAVE: CRÍTICA AL DISCURSO DOMINANTE DESDE CATEGORIAS PROPIAS**

Para Marques de Melo, ésta se caracteriza por su mestizaje teórico, su hibridismo metodológico, su compromiso ético-político y su dimensión extranacional. Empero, para el Dr. Guillermo Orozco Gómez, impulsor de los estudios cualitativos en México, pone en duda la posibilidad de hablar de una Escuela, pues conllevaría a algunas homogeneidades de que la comunicología latinoamericana, afirmó, carece. Apoyó, en cambio, otras alternativas, también aportadas por Marques de Melo, como la de "Vía Latinoamericana de Comunicación", previa a una Escuela Latinoamericana en torno a la propuesta de Martín Barbero, quien ha revolucionado los abordajes teórico-metodológicos de los procesos comunicacionales a partir de los medios y las mediaciones. Martín Barbero menciona que el campo de estudios y, en particular, el desarrollo y la aplicación de las teorías de la comunicación en América Latina se formaron prácticamente durante el periodo de los sesenta y hasta mediados de los ochenta por el "efecto cruzado" de dos hegemonías teóricas: la del pensamiento instrumental de la investigación norteamericana y la del paradigma ideologista de la teoría social latinoamericana.

Si la teoría debe ser concebida en función de la investigación que se está realizando, esto es, dirigida a la experiencia de lo real en el cuál ella se confronta con los hechos que esta misma suscitó con sus hipótesis, la situación de las teorías de la comunicación en América Latina a

diferencia de las tres grandes “orientaciones conceptuales” (la orientación europea clásica histórica y filosófica, la orientación positiva norteamericana y la orientación europea moderna –semiótica y estructuralista-) actualmente esta situación se encuentra en una polarización de fundamentos epistemológicos, teóricos y conceptuales (más no metodológicos) de aproximación a la realidad que se concentra, según Fuentes, en dos paradigmas (en la actualidad las “etiquetas” de los enfoques positivistas y críticos resultan poco útiles para denotar y caracterizar los postulados teóricos en ambas corrientes; porque en las teorías de comunicación positivistas que actualmente tienen vigencia en Latinoamérica, el establecimiento de la agenda y de la sociología de la producción de mensajes, consideran la influencia de los mensajes y perciben algunas de sus claras insuficiencias)

- **El paradigma positivista:** relacionada con el enfoque positivista, funcionalista y empirista en su abordaje científico de la construcción de la realidad social y, aquella que, por el contrario, parte de una visión crítica y dialéctica para entender los fenómenos sociales y comunicacionales.

En este enfoque, el científico social no constituye un agente de cambio. Es un observador objetivo que desde afuera analiza causas y leyes que rigen los fenómenos y procesos comunicacionales utilizando para ello estrategias metodológicas basadas en el método empírico y sistemático para tratar de separar el conocimiento científico de los sentimientos subjetivos y filosóficos.

- **El paradigma crítico:** aunque tiene origen en Europa, analiza, previo análisis de los procesos comunicacionales, las características de las condiciones económicas, sociales, de educación, de poder y hegemonía en los diferentes sistemas contemporáneos para cuestionar los roles que juega la comunicación en la preservación del sistema social y el papel de los mensajes en la difusión de la ideología dominante.

En este enfoque, el científico social se concibe como un agente de cambio, comprometido ética y socialmente. Los teóricos críticos se caracterizan por situar el estudio de los procesos comunicacionales dentro del más amplio contexto social y analizarlos no en forma aislada sino como organizaciones dedicadas a la producción y distribución de significados sociales en sus relaciones integrales dentro de la sociedad, la cultura, la modernidad y la globalidad, mediante la estrategia metodológica histórica, crítica y dialéctica e implementando, por lo general, técnicas cualitativas (entrevista a profundidad, historia oral, observación participante y análisis semióticos y estructuralistas).

Dentro del enfoque crítico hay, al menos, con cuatro corrientes:

- 1) La escuela crítica de Frankfurt (neomarxistas como Adorno, Horkheimer, Benjamín, Marcuse, Althusser, Murdock y, principalmente, Habermas).
- 2) La escuela europea estructuralista y semiótica (Gramsci, Foucault, Chomsky, Eco y Wolf)
- 3) La escuela de los Estudios Culturales donde sobresalen Williams, Fiske, Morley, Jensen y Stuart Hall que, junto con otros teóricos actuales como Green, Giddens, Douglas & Ischerwood, J. B. Thompson, Morley y Certeau. Esta escuela ha inspirado fuertemente a
- 4) La corriente crítica culturalista latinoamericana. Esta última, también llamada Escuela Culturalista Latinoamericana ha hecho aportaciones teóricas, conceptuales y de investigación empírica en el plano internacional. Entre sus teóricos más representativos figuran: Martín Barbero, N. García Canclini, Guillermo Orozco, V. Fuenzalida y J. A. González.

Desde los procesos de recepción y apropiación del mensaje -inspirados en primera instancia por las aportaciones hechas a fines de los setentas por los estudios críticos culturales (individuos y su pertenencia a subculturas), sobre la polisemia del mensaje de los medios (existencia de significados hegemónicos y alternativos en un mismo contenido), que aplicó Stuart Hall, el enfoque de los estudios culturales en Latinoamérica, ha restituido a las audiencias un rol activo y una mayor capacidad de rechazar o negociar los mensajes hegemónicos de los medios, principalmente como un correctivo a los enfoques críticos tradicionales como el de la economía política y el imperialismo cultural, los cuáles tienden a concebir de una manera simplista e ideologizada a los receptores como entes pasivos y manipulables.

Actualmente, las principales corrientes de este enfoque en Latinoamérica son las siguientes:

- El uso social de los medios, propuesta de estudio que encabeza de J. Martín Barbero.
- El consumo cultural, propuesta de estudio desarrollada por Néstor García Canclini.
- La recepción activa, propuesta de estudio desarrollada por Valerio Fuenzalida.
- Los Frentes Culturales e Identidades Complejas, corriente que precede Jorge A. González.
- El modelo de multimediasiones, que desarrolla Guillermo Orozco.

### **COMUNICACIÓN POPULAR, ALTERNATIVA Y PARTICIPATIVA**

**PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO RESISTENCIA**

La comunicación popular y alternativa tiene como objetivo conocer los procesos de relación con carácter empático entre los grupos sociales, desarrollando formas alternativas y recursos comunicacionales alternativos a los tradicionalmente vigentes.

Surge en los años 80 como una actitud contestataria e ideológica ante el avasallamiento y predominio de los medios de comunicación masiva, si bien sus antecedentes se remontan a la Escuela de Frankfurt, a las formulaciones sobre el papel de los medios de comunicación

realizados por el Concilio Vaticano II (1962-1965) planteando evangelizar con contenidos cristianos y anteponer el bienestar común al interés personal y a la corriente revolucionaria, cuyas tareas son la propaganda y la agitación, en tanto difusión, concientización y organización en torno a un partido revolucionario.

La información debe ser representada de modo honesto respetando la verdad y la justicia.

La comunicación popular se postula como modelo antagónico al modelo de comunicación vigente.

La comunicación alternativa y popular trata de rescatar y recuperar la cultura popular convirtiéndola en sujeto de información, en donde se busca la empatía, es decir la participación afectiva y por lo común emotiva, del sujeto agente del cambio.

Para la comunicación popular alternativa el mensaje crea vínculos, conciencia, promueve la socialización, educa y entretiene, pero su función principal es la de recuperar la memoria, la historia y las tradiciones del pueblo, espacios, en definitiva, de presencia, aportando conocimientos, elementos para elevar el nivel del lenguaje. La comunicación popular, genera espacios democráticos y participativos, de inclusión.

Es una comunicación comunitaria colectiva que revaloriza a la cultura popular, transmisora de valores humanos, sociales, democráticos, de equidad de género, identidad y derechos, rescatándolas para crear conciencia. Sus temas son los que interesan a los sectores excluidos: salud, vivienda, economía, educación, ecología, empleo, etc.

Es un modelo no destinado para el consumo y el lucro; sino para el servicio y la concientización. Al personalizar a su receptor, estimulando su capacidad de respuesta, tiene también carácter de contestataria.

Los comunicadores de medios pequeños encuentran que hay otras vías y métodos más adecuados para llegar a su público, y plantean que es necesario salir de los marcos de la ideología dominante. Partiendo del uso de micromedios, hacen hincapié en lo local para satisfacer las necesidades de comunicación y en que la población es protagonista y no receptor pasivo.

Para lograr la participación se desarrollan una serie de técnicas, instrumentos, metodologías que incluyen el diagnóstico de la investigación, la planificación y la evaluación participativa, tanto en la etapa de la producción del mensaje, como en los contenidos de la programación, el manejo de los aspectos administrativos, financiero y organizativos del medio y en la planificación, diseñando planes y programas conforme a los objetivos propuestos. Desde esta perspectiva la participación de la gente se considera como un elemento central del proceso de transformación de la sociedad.

Las radios mineras de Bolivia (Radio Sucre, Catavi, Siglo XX, La Voz del Minero, entre otras), son consideradas las pioneras en el ámbito de la comunicación popular en América Latina y generadoras de una comunicación alternativa al igual que la radio Sutatenza (Colombia).

### **TEORÍA DEL REFUERZO O EFECTOS A CORTO PLAZO**

***PALABRA CLAVE: VIOLENCIA Y SOCIEDAD***

En la década de los sesenta el medio más importante era la televisión y los participantes más visibles era la juventud de 18 a 33 años, dejando a un lado a los niños y adolescentes. El tema de la violencia imperaba en esta época debido a los movimientos sociales que existían en los Estados Unidos.

La televisión exige muy poco en comparación con la lectura y habilidades dentro del tema de la educación por lo que resalta el contenido televisivo respecto a la violencia con un 70% y un 30% a los programas infantiles. El presupuesto central de esta teoría especifica los efectos de la violencia en la televisión refuerza las pautas establecidas de conductas violentas en los espectadores.

Klapper propone principalmente esta teoría y sostiene que la violencia en la televisión y otros medios no produce habitualmente ni aumentos ni disminuciones de importancia en la probabilidad de una agresión por el público.

Los teóricos del refuerzo examinan factores como las normas y valores culturales, los papeles sociales, las características de la personalidad, las influencias de la familia.

Las conductas violentas de los padres, amigos, vecinos, etc, éstos y otros factores psicológicos y sociales determinan los efectos de los medios y en los medios. Por lo tanto, las normas y actitudes con reacciones violentas de los personajes de televisión refuerzan y apoyan la violencia del público, en la transmisión y percepción del mensaje. Para obtener resultados de esta teoría se debe utilizar como técnica; la encuestas de investigación con un grupo seleccionada de personas que conteste el cuestionario y de esta manera, se obtengan los resultados en cuanto a la violencia generada en el seno familiar, movimientos sociales que son reforzados por los medio masivos de comunicación.

### **TEORÍA COMUNICACIONAL DE CHAFEE Y BERGAN (1986)**

***PALABRA CLAVE: PRODUCCION SIMBOLICA***

El objeto de la ciencia de la comunicación, según Chafee-Bergan en 1986 es la producción, el tratamiento y los efectos de los símbolos que se encuentran en los sistemas de signos mediante teorías analizables, incluyendo generalizaciones legítimas que permitan explicar dichos fenómenos asociados a la producción, el tratamiento y los efectos.

Existen cinco niveles (o modelo piramidal):

- Nivel intrapersonal. Se relaciona consigo mismo.
- Nivel interpersonal. Se relaciona con otras personas.
- Nivel medio. Se relaciona con grupos y el individuo.

- Nivel medio superior. Relaciones entre grupos.
- Nivel concniente. Medios masivos.

### **TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES.**

**PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO ELECCIÓN**

El enfoque toma como punto de partida al consumidor de los medios masivos de comunicación, más que los mensajes de estos en función de sus experiencias directas. Contempla a los públicos de los medios como usuarios activos de los medios, antes que pasivamente influidos por ellos. Por lo tanto, no presume una relación directa entre mensaje y efecto, sino que postula como los públicos hacen uso de los mensajes y como esta utilización actúa como una variable en el proceso del efecto.

1. Concibe al público activo.
2. En el proceso de comunicación masiva es el miembro del público el que activamente selecciona los mensajes.
3. Los medios compiten con otras fuentes de necesidades al igual que se da a la competencia entre ellos, para captar la atención de la audiencia.
4. Las personas son suficientemente conscientes de lo que seleccionan, lee ven y oyen.
5. La calidad y la relevancia social de los mensajes no debe juzgarse, ya que los usos que le da el público es superfluo.

La audiencia escoge selectivamente los medios masivos de comunicación y juzga los mensajes según sus usos y convivencia. Los medios masivos de comunicación pierden su influencia. Los mensajes satisfacen, proporcionan gratificaciones.

Usos de los medios masivos de comunicación:

- Información (necesidad cognitiva). Implica información sobre el entorno, consejo sobre decisiones prácticas, satisface curiosidad, autoaprendizaje, seguridad a través del conocimiento.
- Identificación: (necesidad intrapsicológica). Reafirmación de convicciones, modelos de conducta, identificación con otros, autoconocimiento.
- Integración (necesidad interpsicológica). Empatía, pertenencia, intercambio social, reemplazo de genuina compañía.
- Entretenimiento (necesidad evasiva) Olvido de problemas, descanso, escape de la rutina, desahogo emocional, ocupación del tiempo ocioso.



El estudio de las audiencias dentro de la tradición denominada "usos y gratificaciones" se opone a la idea de pasividad de la audiencia y se basa en una serie de supuestos, dentro de los cuales cada individuo de la audiencia realiza una selección conciente motivada por circunstancias personales.

Se produce así un cambio de paradigma respecto a los enfoques de investigación. La pregunta tradicional disparadora de hipótesis "¿qué efectos producen los medios en las audiencias?", se reemplaza por su inversa: "¿y qué es lo que la gente hace con los medios?".

Denis McQuail (1983) apunta que esta pregunta aparecerá en diferentes contextos y que pondrá en juego diversos conceptos de actividad, aunque en términos generales se refiere a determinar el grado en que la audiencia selecciona los contenidos mediáticos, la intensidad en la exposición, así como la motivación que predomina al utilizar un medio de comunicación en particular.

McQuail habla de una pirámide con diferentes tipos de comunicacional: intrapersonal, interpersonal, grupal, pública, privada, unidireccional, bidireccional, visual, publicitaria, persuasiva, urbana, rural, educativa, etc.



### **TEORÍA ANTROPOLÓGICA (LEVI-STRAUSS)**

**PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO LECTURA**

Aunque desde sus comienzos la antropología se interesó por los procesos de comunicación involucrados en la vida social de las culturas estudiadas (lengua, leyendas, mitos, alfabetos, etc.), le tocó a Levi- Strauss en la década del 30 elevar el papel de la comunicación a un grado de máxima importancia explicativa, al elaborar, según Eliseo Verón "una teoría general de los fenómenos sociales como procesos de comunicación definidos por sistemas de reglas".

El origen del descubrimiento de que los fenómenos sociales responden a "códigos" de comunicación fue la investigación que Levi-Strauss realizó sobre las estructuras del parentesco en el Brasil, a partir de 1935. Levi Strauss extendió su descubrimiento a otras áreas de la vida social y llegó a distinguir, de acuerdo a Verón, tres niveles de comunicación social:

A) comunicación de mensajes, "esto es, todos los productos simbólicos que operan sobre la base del lenguaje o de algún sistema codificado de signos"

B) comunicación de mujeres, "las formas de organización del parentesco y el intercambio matrimonial"

C) la comunicación de bienes, que equivale a la economía.

Esto, en cuanto al contenido de los mensajes.

En cuanto a la naturaleza de las estructuras de codificación y su relación con la vida de las personas de una sociedad, Levi-Strauss distingue también:

- las estructuras vividas: normas que rigen la conducta de los individuos, tales como las del intercambio matrimonial

- las estructuras actuadas: reglas de la conducta ritual, donde las significaciones se desdoblán en secuencias temporales de conducta simbólica (por ejemplo, las danzas Indígenas para atraer la lluvia).

- las estructuras concebidas: sistemas de significación contenidos en 'textos' o mensajes que circulan en la sociedad y objetivamente diferenciables de la conducta

Eliseo Verón advierte que "es fundamental tener presente que los sistemas de reglas que definen la comunicación social son inconscientes", y que, en muchos casos, "la significación consciente del comportamiento social oculta, en mayor o menor grado, los verdaderos mecanismos reguladores".

En síntesis, debemos a Levi-Strauss y a su "Antropología Estructural" una iluminación muy penetrante del papel de la comunicación como el instrumento fundamental de la organización de los componentes culturales, como auxiliar indispensable de la lógica inherente a la razón humana, sea de pueblos llamados "primitivos" o de sociedades llamadas "desarrolladas o modernas".

Por primera vez se extendió el concepto de comunicación a todo lo que el hombre hace o deja de hacer, concepto que Watzlawick y sus colaboradores resumieron en la frase taxativa: "Es imposible no comunicar".

### **TEORÍA SOCIO-PSICOLÓGICA DE ANTONIO PASQUALI**

**PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO PROCESO SIMBOLICO**

Pasquali presenta un enfoque socio-psicológico de la comunicación en el cual distingue claramente la relación de comunicación de la relación de información, así como también estos dos

tipos de relación de la relación de conocimiento. Dice Pasquali: "por comunicación o relación comunicacional entendemos aquella que produce (y al mismo tiempo supone) una interacción biunívoca del tipo del consaber, el cual solamente es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional (transmisor--receptor) funciona una ley de bivalencia: todo transmisor puede ser receptor; todo receptor puede ser transmisor".

De acuerdo a esta definición, *comunicación* es, pues, término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas o entre personas éticamente autónomas, y señala precisamente el vínculo ético fundamental con el 'otro' con quien 'necesito comunicarme': 'el estado de abierto' como "apertura a", o descubrimiento-aceptación de la alteridad en la interlocución, y, reflejamente, de una conciencia de mí mismo.

Para distinguir comunicación de información, Pasquali introduce el coeficiente de comunicabilidad de los polos presentes (transmisor y receptor) entendiéndolo como la carga potencial transmisor-receptor presente en cada polo del campo relacional, carga que debe verificarse tipificable e inclusive cuantificable. En este sentido, comunicación definirá "el intercambio de mensajes con posibilidades de retorno no mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad" e información "el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente". El término información, por consiguiente, "connotaría la principal diferencia específica de comunicación: esto es, aquella relación que se establece entre polos con bajo coeficiente de comunicabilidad".

En la relación de conocimiento, Pasquali asimila el concepto de transmisor al de persona que conoce y receptor al del objeto conocido, de una manera un poco artificial, justificando su procedimiento por el hecho de que "aun cuando en una relación de conocimiento no hay auténtica bipolaridad del tipo intercomunicacional, el sujeto cognoscente no deja de actuar, en una perspectiva trascendental, como algo pensado que va al encuentro del objeto, equipado de 'formas de conocimiento', las cuales funcionan a manera de enfoque, esto viene a ser una manera de transmitir algo al otro término de la relación, mediante una operación que en ciertos contextos filosóficos se indica con la expresión literal de informar".

De la oposición entre la comunicación y la información, Pasquali deriva un exhaustivo y demoleador ataque al carácter unilateral y masificador de los medios equivocadamente llamados de comunicación de masas.

Según Pasquali "solamente la relación de información admite a rigor el uso de la expresión medios de masas, pues únicamente la preponderancia de interrelaciones informativas se torna masificante" en cuanto a "la relación de comunicación limitada que está al nivel del diálogo entre polos bivalentes, repugna el uso de tal expresión".

## **TEORIA DE LA SEMIOSIS SOCIAL**

***PALABRA CLAVE: COMUNICACIÓN COMO PROCESO SIMBOLICO***

La noción de semiosis que Peirce construye a partir de su teoría sobre el pragmatismo "La semiosis es un proceso y el análisis semiótico es el estudio del funcionamiento de esas semiosis, ya sea a posteriori, en una obra acabada, ya sea en el acto mismo de creación de la obra, desde el interior mismo del proceso semiótico. El propio análisis es proceso semiótico", rompe con un conjunto de visiones tanto funcionalistas como estructuralistas, pues caracteriza a la semiosis como un proceso complejo e infinito de sucesivos encadenamientos de procesos de significación.

Hay también una ruptura con las concepciones que desde la antropología o la sociología ubicaban al conocimiento y la acción social como momentos separados, en una relación causal o lineal, donde era necesario poseer un conocimiento para después actuar.

Para Peirce no existe división entre la cognición y la acción; es decir, se opone a las visiones que ubican al conocimiento como factor que es previo a las actuaciones, su propuesta permite pensar que se puede encontrar como dos dimensiones del proceso de la semiosis al hecho cognitivo y a las acciones. Precisamente porque significar, atribuir un sentido, representarse un objeto en los términos peircianos es ya actuar.

El modelo construido por Peirce explica que no es posible considerar por separado la existencia de los elementos que componen a la semiosis: "... (ésta) signo triádico, es indescomponible. Sus componentes están subsumidos; son aquellos sin lo cual la semiosis no existiría" (Ibíd., Pág.:87). Esta tríada, rasgo constitutivo del pensamiento peirciano, está compuesta por el representamen, el interpretante y el objeto, donde el "signo, o representamen, (...) es algo que está para alguien en lugar de algo bajo algún objeto o disposición. Se dirige a alguien, es decir, crea en la mente de esa persona un signo equivalente o tal vez más desarrollado. Lo que se crea, lo denomino el interpretante del primer signo. Este signo está en lugar de algo: su objeto".

Según Deladalle, "Peirce distingue la 'aplicación denotativa' de un signo de su 'función representativa'. Una es real; la otra, simbólica. La aplicación denotativa de un signo es el hecho, para ese signo, de estar ligado físicamente a su objeto (...) en cuanto a la función representativa, ésta 'no reside ni es su cualidad material, ni en su pura aplicación demostrativa, porque es algo que el signo es, no en sí mismo o en una relación real con su objeto, sino respecto de un pensamiento' que lo interpreta". Por lo que define este autor que el interpretante de un signo es otro signo: "El mundo pensado es un mundo de signos. Cada signo es a la vez interpretante e interpretado: interpretante del que antecede, e interpretado por el que le sigue".

El planteamiento de esta relación triádica, donde el signo Primero se convierte en representamen de otro signo más complejo, que a su vez vuelve a ser representamen, para dar inicio a otro proceso de semiosis, da cuenta de la complejidad del desarrollo infinito de la semiosis.

Es importante considerar que se debe ubicar a la semiosis en las tres dimensiones de las que habla Peirce: la primeridad, la segundidad y la terceridad: "La categoría lo Primero es la idea de aquello que es tal como es sin consideración a ninguna otra cosa. Es decir, es la Cualidad de Sentimiento. La categoría lo Segundo es la idea de aquello que es tal como es en tanto que Segundo respecto a algún Primero, sin consideración a ninguna otra cosa, y es particular, sin consideración a ninguna Ley, aunque pueda ajustarse a una ley. Es decir, es la Reacción como elemento del Fenómeno. La categoría lo Tercero es la idea de aquello que es tal como es en tanto que Tercero, o Medio, entre un Segundo y su Primero. Es decir, es la Representación como elemento del Fenómeno.

La categoría de representación de Peirce "se opone radicalmente a una idea 'representacional' de los signos, es decir, a la idea de que los signos representan a algo, un objeto o sus atributos" (Mier), para Peirce existe la significación porque existe la verdad, por ello el sentido atribuido no puede orientarse hacia cualquier lugar, sino que es la realidad la que ejerce una presión para ser conocido. Por lo que la utilización del término "representación" debe ser considerado, bajo estas premisas, como uno de los momentos de la semiosis, junto con la interpretación y la atribución.

Para entender la relación entre signo, inferencia y semiosis: el signo es una representación en el sentido de 'función de delegación' para el objeto cuyo mandatario es el signo. Sólo es representación en el sentido de 'imagen perceptiva' para quien percibe el signo, como caso particular de la función de delegación".

La acción debe ser entendida como parte intrínseca del proceso de semiosis, como un momento o una dimensión de este proceso, no separada de él, en este sentido, también existe una ruptura con la caracterización de la determinación de las estructuras sociales sobre la acción social. No hay una relación causal entre estructura y cognición y por lo tanto entre estructura y acción. Esta ruptura con la idea de representación, tiene un proceso paralelo en la antropología. Geertz quien reformula una tesis de Sapir de los años treinta, señala que "toda acción es un comentario acerca de las estructuras sociales", con lo que se aleja de la concepción que ubica a las acciones como simple reflejo de la estructura social, como un efecto siempre condicionado o determinado por las relaciones sociales.

Por lo que la tesis de Sapir, permite volver a plantear la indeterminación y la libertad de la acción, en una doble relación de autonomía y de confrontación y permanente tensión con las estructuras sociales y simbólicas (Mier).

La caracterización de las dimensiones del proceso de semiosis, permiten pensar en las posibilidades de creación y continua transformación social, con lo que se abandona la visión simplista de la historia como repetición. Existe una relación dialógica, no determinista, entre el ritual y el vínculo simbólico, las relaciones sociales y la estructura social, por el contrario, las colectividades tiene la capacidad de crear modos nuevos y variaciones en los rituales, cada vez que éstos se llevan a cabo.

Por último, como señala Raymundo Mier, citando a Jakobson, para entender la complejidad de los procesos de significación, es necesario plantear un modelo dinámico, comunicativo, cognitivo, social, pero a la vez individual, articulado sobre la acción, pero que permita vislumbrar cómo la acción produce un efecto de sentido llamado estructura y cómo a su vez las estructuras no son estáticas, sino que están articuladas en la misma dinámica social.

### **LA TEORÍA DE LA CONSTRUCCIÓN DE AGENDA ("AGENDA SETTING")**

**PALABRA CLAVE: LOS MEDIOS IMPONEN SU AGENDA**

Las teorías sobre los efectos de los medios en las audiencias, vuelven a girar significativamente hacia la consideración de las posibilidades manipuladoras de las audiencias. Sin embargo, estos efectos, serían predominantemente de tipo cognitivos y se describen en lo que se ha dado en llamar "teoría de la construcción de agenda" (*agenda setting*).

Los medios de comunicación social, realizan una cobertura de los acontecimientos de la actualidad, realizando una jerarquización. De acuerdo a la teoría de *agenda setting* este temario configurado por los medios, tendrá, necesariamente, un impacto en la audiencia. Esta línea, que ha generado el movimiento más significativo dentro de la mass communication research, fue introducida en 1972 por Mc Combs y Shaw, en su artículo The agenda Setting Function of the Mass Media.

De esta forma, han proliferado numerosas investigaciones acerca de las relaciones entre los temas que han sido enfatizados como destacados por los medios y los temas que se instalan como significativos para la opinión pública. En otras palabras, se considera que es muy posible que los medios carezcan de la capacidad necesaria para indicarle a la gente cómo debe pensar (puesto que influir en la opinión es mucho más complejo, ya que esta se encuentra afectada por múltiples variables, entre ellas, las socioculturales) pero sí, es factible que impongan determinados temas, dejando otros en segundo plano, logrando así una manipulación indirecta.

### **TEORIA DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO**

**PALABRA CLAVE: TEMOR AL AISLAMIENTO**

"El temor al aislamiento (no sólo el temor que tiene el individuo de que lo aparten sino también la duda sobre su propia capacidad de juicio) forma parte integrante (...) de todos los procesos de opinión pública. Aquí reside el punto vulnerable del individuo; en esto los grupos sociales, pueden

castigarlo por no haber sabido adaptarse. Hay un vínculo estrecho entre los conceptos de opinión pública, sanción y castigo" (Noelle Neumann, 1974).

Mientras que la teoría de *agenda setting* limita en parte el poder de los medios como formadores de opinión a la jerarquización del temario, el enfoque de Noelle Neumann parte del supuesto que la mayor parte de las personas, temen naturalmente al aislamiento y, al manifestar sus opiniones personales, tratan de identificar la opinión de la mayoría para luego sumarse al "consenso general". Los medios de comunicación, operan como formadores del consenso, los periodistas tendrían la autoridad necesaria para diagnosticar el "clima de opinión".

La lógica de este modelo, conforma una espiral silenciosa dado que, cuanto más se difunde una opinión dominante, más se silencian, las individuales voces minoritarias en disidencia, con lo cual, se acelera el efecto de las opiniones mayoritarias construyendo un proceso de retroalimentación ascendente: basándonos en el concepto de un proceso interactivo que genera una "espiral" de silencio, definimos opinión pública como aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones (...) según este mecanismo psicológico que hemos denominado "espiral del silencio", conviene ver a los mensajes como creadores de opinión pública. Constituyen el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión y el silencio.

