



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ACATLAN"

FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS, CIENTÍFICOS Y  
TECNOLÓGICOS PARA LA INTERPRETACIÓN DEL  
FENÓMENO COMUNICATIVO EN TRES PERÍODOS:  
PREHISTORIA, HISTORIA Y  
CONTEMPORANEIDAD

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN PERIODISMO  
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A :

MARCO ANTONIO DÍAZ QUINTANA

ASESOR: LIC. HECTOR JESÚS TORRES LIMA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## INDICE GENERAL.

INTRODUCCION. ....	1-12.
1. REVISION SOBRE LA TEORIA GENERAL DE LA COMUNICACION. ....	13
1.1. La Comunicación Animal. ....	14
1.2. La Comunicación Humana. ....	26
1.3. La Comunicación Interpersonal. ....	36
1.4. La Comunicación Social. ....	46
CITAS BIBLIOGRAFICAS. ....	55
2. DIAGNOSTICO DE LA TEORIA GENERAL DE LA COMUNICACION HUMANA. 58	
2.1. La Comunicación Interpersonal: Fundamentos Científicos- Epistemológicos. ....	61
2.2. La Comunicación Social Institucionalizada: Fundamentos Científicos-Epistemológicos. ....	74-
2.2.1. Características de la Comunicación Social Instituciona- lizada. ....	79
2.2.2. Comunicación Directa e Indirecta. ....	79
2.2.3. Comunicación Recíproca y Unilateral. ....	80
2.2.4. Comunicación Privada y Pública. ....	81
2.3. La Comunicación Pública. ....	84
2.3.1. Tipologías de la Comunicación Pública. ....	86
CITAS BIBLIOGRAFICAS. ....	99-101
3. COMUNICACION SOCIAL INSTITUCIONALIZADA: FUNDAMENTOS CIENTI- FICOS-EPISTEMOLOGICOS. ....	102
3.1. Comunicación Institucionalizada y su paradigma de aná- lisis. ....	103
3.2. Infraestructura de los Sistemas de Comunicación Institu- cionalizada. ....	109
3.3. Estructura de los Sistemas de Comunicación Instituciona- lizada. ....	112
3.4. División Social y Tecnológica de Trabajo de los Sistemas de Comunicación Institucionalizada. ....	114
3.5. El Mensaje Ideológico de los Sistemas de Comunicación - Institucionalizada. ....	117

3.6. Superestructura de los Sistemas de Comunicación Institucionalizada.....	127
CITAS BIBLIOGRAFICAS.....	128
4. FUNDAMENTOS EPISTEMOLOGICOS-CIENTIFICOS PARA LA TEORIA SOCIAL DE LA COMUNICACION.....	131
4.1. Las principales Corrientes y Escuelas del estudio de la Comunicación Social Institucionalizada.....	132
4.2. Funcionalismo.....	133
4.2.1. Teoría de las Diferencias Individuales.....	143
4.2.2. Teoría de las Categorías Sociales.....	144
4.2.3. Teoría de las Relaciones Sociales.....	145
4.2.4. Teoría de las Normas Culturales.....	146
4.2.5. Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.....	147
4.3. Estructuralismo.....	148
4.4. Marxismo.....	155
4.5. Escuela de Palo Alto.....	164
4.6. Escuela Inglesa.....	169
4.7. Escuela Francesa.....	182
4.8. Escuela de Madrid.....	192
CITAS BIBLIOGRAFICAS.....	202
5. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION Y EL ANALISIS DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION EN MEXICO.....	209
5.1. La Investigación de la Comunicación en México.....	212
5.2. Sistematización de la Producción de la Comunicación en México.....	226
CITAS BIBLIOGRAFICAS.....	241
CONCLUSIONES.....	243
BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	252

## INTRODUCCION.

Nota: Fundamentos Epistemológicos, Científicos y Tecnológicos (metodológicos) para la Interpretación del Fenómeno Comunicativo en tres períodos: Prehistoria, Historia y Contemporaneidad, fue el nombre de la tesis registrado en los oficios de tramitación para obtener el grado de licenciatura.

Aclararé de antemano que sólo los conceptos de Prehistoria, Historia y Contemporaneidad no serán desarrollados explícitamente en la estructura teórica del presente trabajo. Sin embargo, éstos al quedar incluidos en el título, solamente sugieren se clasifique así al Fenómeno Comunicativo para su estudio.

El Fenómeno Comunicativo es un conjunto de procesos producidos sea por animales u el hombre para intercambiar información, capaces de significar sus expresiones entre los de su misma especie o diferente a ella ocurridos durante cualquier momento de la evolución de la vida.

En el ámbito de la comunicación humana, los comportamientos comunicativos han evolucionado desde modalidades muy primitivas hasta aparecidas las expresiones científicas del estudio de la comunicación en sus múltiples aspectos. Estas expresiones científicas forman parte del Fenómeno Comunicativo, al tomarse así mismas como objeto de estudio. El significado de éstas sólo puede ser comprendido en la medida que se reúnan y clasifiquen en un saber comunicativo general sistematizado en áreas de conocimiento.

Este es el objetivo de la presente tesis: 1) Rastrear la evolución comunicativa de los seres vivos hasta aparecida la --

comunicación humana. 2) rastrear la evolución comunicativa humana hasta producida la comunicación social institucionalizada. 3) Recopilar a un conjunto de teorías, métodos y disciplinas que fundamenten a la comunicación social institucionalizada en algunos de sus aspectos, y al ser integrados en un sólo trabajo, - puedan ofrecer algunos fundamentos epistemológicos, científicos y tecnológicos para clasificar a sus saberes comunicativos, en torno a este tipo de comunicación.

La posible sistematización de los saberes comunicativos sugerida en el índice de la presente tesis, es sólo una forma aproximativa de proponer se clasifique así a un saber comunicativo - general a manera de ejemplo. Su orden no es generalizable ni absoluto, sino solamente un intento de ordenar a un fenómeno indefinido, disperso y desarticulado entre sí. En suma: se procura realizar una posible fundamentación científico-epistemológica - para la interpretación del saber comunicativo en sus múltiples modalidades en un sólo tratado, y en concreto el social.

La estructura de la tesis se conforma en tres partes fundamentales: a) Primer y segundo capítulo rastrea la evolución comunicativa de los seres vivos hasta llegada la comunicación humana. Segundo capítulo y siguientes, describen las teorías que versan sobre el estudio de la comunicación humana en dos de sus modalidades: interpersonal y social institucionalizada. b) Tercero y cuarto capítulo describe y fundamenta a la Comunicación Social Institucionalizada en base al paradigma de la Teoría Social de la Comunicación. c) Quinto capítulo ofrece algunos antecedentes de la Investigación y Producción de la Comunicación en México, que aunque no obedece al paradigma de la Teoría

Social de la Comunicación, si se orienta sobre una perspectiva de lo social, que con el andar del tiempo si es sistematizada, puede llegar a estudiarse en base a ese paradigma.

Todos los capítulos de la presente, se caracterizan porque se anteceden unos con otros a manera de hilo conductor en el sentido de la evolución comunicativa producida para significar las expresiones. Este es el énfasis que se intenta dar sobre todo a la comunicación humana, cuyo sentido sirve para comprender concretamente al capítulo de la Comunicación Social Institucionalizada.

La Comunicación Social Institucionalizada está fundamentada en el paradigma de la Teoría Social de la Comunicación, modelo que dota de especificidad a este tipo de comunicación como hecho social entre el conjunto de las Ciencias de la Comunicación, propuesto por Manuel Martín Serrano.

En este sentido, la estructura de la presente tesis se inspiró en los planteamientos de la "Fundamentación epistemológica y paradigmática de la Teoría Social de la Comunicación, para definir su orientación científico-epistemológica. (\*)

La Comunicación Social Institucionalizada (objeto de estudio central de este trabajo) es desarrollada solamente en algunas de sus categorías fundamentales propuestas por el paradigma y no a todas las que propone. Su fundamentación se nutre a partir de un conjunto de teorías, métodos y disciplinas ya existentes en la producción teórica del estudio de la comunicación social.

(\*) Martín Manuel Serrano., La Producción Social de la Comunicación, capítulo: Presentación de la Teoría Social de la Comunicación., p.22-26.

Las Teorías para la fundamentación de algunas de las categorías del paradigma (que serán citadas en su momento oportuno), no son quizá las más importantes y fundamentales, sino solamente las disponibles pero suficientes para ejemplificar a su posible fundamentación.

La selección teórica, en muchos de los casos, puede resultar contradictoria y disímbola entre sí, debido a que cada disciplina pertenece a perspectivas distintas de estudio. Sin embargo, todas ellas se caracterizan por algo en común: estudian a la comunicación social institucionalizada desde una perspectiva sociológica.

Sobre ese enfoque, la tesis no busca obtener conclusiones absolutas, ni polemizar a favor o en contra de una u otra teoría, sino solamente describir con qué teorías, métodos y disciplinas ha sido estudiada este tipo de comunicación, que en el último de los casos, deja a juicio del lector especialista obtener sus propias conclusiones. El contenido de la tesis presenta vacíos de conocimientos en torno a su fundamentación, porque debe interpretarse como tema para la reflexión más que para la precisión exhaustiva, su estructura es horizontal y no vertical.

La fundamentación no pretende resolver problemas de carácter epistemológico, ni esclarecer áreas no indagadas en este saber, sino solamente reunir algunos elementos que puedan servir a ésta, cuyo tema corresponde ser desarrollado con alto rigor científico en otros lugares superiores del dominio de las Ciencias de la Comunicación Sociales.

Por otra parte, el presente trabajo de licenciatura a es--



tas fechas de su redacción final, todavía me deja una ligera incertidumbre para definirlo como ensayo o compilación. La imposibilidad de etiquetarlo en uno u otro género no fue producto de mi negligencia, sino una condición del tema debido a su problemática. Sugiero, el presente se tome solamente como un ejemplo de ensayo o compilación, según lo estime el lector. Sin embargo, pienso que este trabajo reúne las características indispensables del estilo de una tesis de licenciatura.

- 2 -

A casi siete décadas del inicio del estudio de la comunicación de manera sistemática y desde que comenzó a recibir ese estatuto científico como disciplina, en la actualidad todavía existen dudas en torno a la noción de lo que significa la producción teórica de la comunicación en general. Tratándose de una disciplina joven falta por esclarecer la constitución de ese fenómeno cuando menos en posibles áreas de saber comunicativo.

El estudio de la comunicación es una disciplina plural que se ha conformado a partir de las aportaciones teóricas de las ciencias en general y fundamentalmente de las sociales y culturales. Esa pluralidad ha incrementado el acervo teórico, pero no fomentado la sistematización de la producción. Aquel 'Boomm' más que aclarar dudas genera varias confusiones al razonar acerca del sentido de esa producción.

Razonar coherentemente es ya una necesidad impostergable en la actualidad por el nivel que ha alcanzado el desarrollo del estudio de la comunicación en sus múltiples modalidades. La presente tesis intenta dar luz a ese fenómeno a manera de reflexión. Se trata de un mecanismo intelectual complicado para las solas capa-

ciudades de quien suscribe, pero con la firme convicción de - que puede ser realizable avalado por un marco teórico ya existente en la misma producción. Obviamente la aventura de abordar a un tema de ésta naturaleza, puede resultar esquemático - pero no por ello ser banal.

La sistematización epistemológica-científica se puede estimar que queda integrada por tres grandes áreas de saber comunicativo: Teoría General de la Comunicación; Teoría de la Comunicación Humana y; Teoría de la Comunicación Social Institucionalizada, áreas de investigación que pueden ofrecer algunos elementos para la epistemología de la comunicación, siempre y cuando se desarrollen sistemáticamente, de cuyo principio parte la estructura de la presente tesis.

En el primer capítulo, se describen las temáticas que integran a la Teoría General de la Comunicación: La Comunicación - Animal, Comunicación Humana, Comunicación Interpersonal y La - Comunicación Social, cuyo apartado se caracteriza por describir a cada uno de los temas esquemáticamente y; por desarrollar coherentemente la evolución de los comportamientos comunicativos de los seres vivos hasta aparecida la comunicación humana. El - sentido de este rastreo comunicativo está en función de cómo los comportamientos expresivos están producidos para significar tanto en animales como en el hombre.

Rastreada la evolución comunicativa humana, se caracterizan y desarrollan sobre la perspectiva anterior algunas de las modalidades comunicativas producidas por el hombre: la Comunicación Interpersonal y la Comunicación Social, intentado describir algunos de sus estados evolutivos hasta conformar a éstas -

últimas. De éstas formas de comunicación, se enfatiza cómo el hombre las produce para integrar e influir en la sociedad a través de esos procesos. Este capítulo, al igual que todos los posteriores, sirven de antecedente al subsiguiente, procurando que su desarrollo sea lógico y sistemático para su adecuada comprensión.

El segundo capítulo ofrece un diagnóstico de la Teoría General de la Comunicación Humana, en función de dos teorías fundamentales: Teoría de la Comunicación Interpersonal y Teoría de la Comunicación Social Institucionalizada. Se describen las relaciones existentes entre una y otra teoría para explicar la transformación de la primera a la segunda modalidad de comunicación. La primera, se dice, primero tiene que ser formalizada para que posteriormente se institucionalice en grupos o conjuntos de miembros. De la Comunicación Social Institucionalizada, se ofrece una clasificación y caracterización para distinguirla de la primera. Se llega a la conclusión de que la Comunicación Institucionalizada es: Indirecta, unilateral y pública. De ésta última modalidad, se ofrece una tipología que permite identificarla a través del curso histórico, en base a los planteamientos de Manuel Martín Serrano.

Este capítulo se caracteriza, además de resaltar que las comunicaciones humanas están producidas para significar e influir en sus semejantes, por ofrecer una historia de quiénes han estudiado a éstos tipos de comunicaciones desde una perspectiva científica o sistemática, mismo que funge como antecedente al próximo capítulo.

El tercer capítulo, caracteriza concretamente a la Comunicación Social Institucionalizada, en base al paradigma de la Teoría Social de la Comunicación. Se destaca su especificidad como hecho social y se desarrollan, en base a un conjunto de teorías de la comunicación social, sólo algunas de sus categorías de análisis propuestas en el paradigma, como por ejemplo, Infraestructura, Estructura, y Superestructura de los Sistemas de Comunicación Institucionalizados. Se ofrece también una descripción de la División Social y Tecnológica de Trabajo de éstos sistemas, así como a los mecanismos usados para producir productos comunicativos destinados a la comunidad en general.

Este capítulo también se caracteriza porque es abordado desde una perspectiva científico-epistemológica de quienes han estudiado la comunicación social institucionalizada, mismo que sirve de antecedente al posterior.

El cuarto capítulo, describe concretamente a la Teoría Social de la Comunicación y recopila algunos de los fundamentos Científicos-Epistemológicos que fundamentan algunas de las categorías de análisis de la Comunicación Social Institucionalizada. Se explica cómo las teorías aquí elegidas analizan a este tipo de comunicación a partir de diversas perspectivas científicas. De entre las teorías más importantes se resumen a las Corrientes: Funcionalista, Estructuralista y Marxista.

Se explica cómo la corriente Funcionalista queda integrada por: Teoría de las Diferencias Individuales; Teoría de las Categorías Sociales; Teoría de las Relaciones Sociales; Teoría de las Normas Culturales y la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva, fundamentalmente. De esta Corriente se ofrecen algunos antecedentes

históricos que permitieron se desarrollara el estudio de la comunicación en Estados Unidos y, de ese país extender su estudio a todo el mundo.

Posteriormente, se resume la Corriente Estructuralista y; poco más adelante a la Marxista. También se sintetizan las principales Escuelas del Estudio de la Comunicación, en relación con la Comunicación Social Institucionalizada: La Escuela de Palo Alto, La Escuela Inglesa, La Escuela Francesa y la Escuela de Madrid. En éste último rubro se explica que cada una de éstas escuelas estudia a ese tipo de comunicación en sus múltiples aspectos desde una perspectiva de análisis diferente, pero que todas ellas son complementarias para su estudio.

De esta manera, este capítulo reúne a los principales fundamentos Epistemológicos, Científicos y Tecnológicos para el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada, objeto de estudio central de la presente tesis, para interpretar al Fenómeno Comunicativo sobre ésta perspectiva.

El quinto capítulo, aunque no es desarrollado en función a la Teoría Social de la Comunicación, si procura ser abordado desde una perspectiva social de la comunicación, objeto de estudio importante para el incremento teórico mexicano: la Investigación y el Análisis de la Producción de la Comunicación en México.

En este apartado se explica que es de suma importancia sistematizar la investigación de la comunicación en México desde una perspectiva sociológica, que con el andar de los años, puede ser analizada con el paradigma de la Teoría Social de la Comunicación siempre y cuando logre aquella sistematicidad.

Sin embargo, este capítulo tiene afinidad con los anteriores, sus antecedentes están desarrollados en función del desarrollo teórico-metodológico usados por los investigadores desde que ésta disciplina hizo aparición en nuestro país, cuyo apartado, sirve de antecedente al próximo, denominado: el Análisis de la Producción de la Comunicación en México, durante el periodo de 1984-1986.

El análisis de la producción consistió en una muestra de 1109 títulos/texto (ponencias, libros, artículos, etc) durante ese periodo, cuyos resultados fueron obtenidos de siete áreas de investigación, propuestos por el paradigma sobre "Bibliografía para la Teoría de la Comunicación", de los autores Roiz Celix y Antonio Muñoz Carrión, discípulos de Manuel Martín Serrano.

Las áreas de investigación son las siguientes: 1) Epistemología y teoría de la Comunicación. 2) Participantes en los procesos Comunicativos. 3) Instrumentos, medios y canales. 4) Expresiones y Lenguajes. 5) Representaciones Comunicativas. 6) Métodos y técnicas de investigación de comunicación. (\*)

La información seleccionada para el análisis se caracterizó porque toda ella pertenecía al estudio de la comunicación social en México.

De los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que detectando áreas fundamentales puede orientarse mejor la

(\*) Roiz Celix y Antonio Muñoz Carrión., Revista Española de Investigaciones Sociológicas, N°33., 1986. Madrid España.

investigación y enseñanza de la comunicación social en México, así como a partir de los mismos resultados se pueden obtener otros criterios para fundamentar múltiples modalidades de este tipo de comunicación, de acuerdo al interés y uso de quien disponga de ellos.

Con este último capítulo cierro el ciclo de encontrar algunos fundamentos científicos-epistemológicos, ahora para el ámbito del saber comunicativo mexicano desde la perspectiva de la comunicación social.

Finalmente, el propósito de reunir a dichos fundamentos a manera de ejemplo ensayo/compilación, no respondió a una ambición personal, sino a una necesidad impostergable de comprender qué significan un conjunto de teorías, métodos y disciplinas del estudio de la comunicación tan necesaria para la academia, al nivel de desarrollo que ha alcanzado su estudio en nuestra época.

El trabajo fue complicado y los resultados obvios, que más que obedecer a un capricho personal fue un reto a alcanzar que me fue impuesto y tenía que cumplir. La vida es un riesgo y un reto, decidí intentar lograr mi objetivo solamente para no sentirme frustrado, pero de ninguna manera pienso que haya logrado nada excepcional. Al final del trabajo solamente llegué a una humilde conclusión: El sabio cree descubrirlo todo, no es que descubra nada, sólo se asombra de su ignorancia. Todo está descubierto y escrito en la vida, solamente hay que exhumarlo para comprenderlo.

Espero el presente trabajo reporte algunos frutos en beneficio de otros y estimule a talentos más hábiles para la consecución

sión y fundamentación del Fenómeno Comunicativo de todos los  
Tiempos.

Marco Antonio Díaz Quintana.  
ENEP-Acatlán., 8-I-91.



**CAPITULO PRIMERO;****REVISION SOBRE LA TEORIA GENERAL DE LA  
COMUNICACION.**

### 1.1.LA COMUNICACION ANIMAL.

"El manejo de información es una capacidad que aparece tempranamente en las especies animales cuyo comportamiento recurre a la interacción; pero no es el comportamiento interactivo más antiguo en la historia de la evolución. Existen numerosos seres vivos capaces de relacionarse con otros, que solamente intercambian materias o energías pero que todavía no han llegado al estadio evolutivo que les capacita, además para manejar el intercambio de información.

Las especies que han logrado la capacidad de interacción se distinguen biológicamente porque disponen de órganos especializados para poder desarrollar el trabajo que requiere el intercambio de informaciones; y se distinguen conductualmente porque poseen pautas de comportamiento adecuadas para que ese trabajo genere información. Sin esos órganos y sin esas pautas no es posible que la interacción entre los seres vivos de el salto desde el mero intercambio de materias y energías, al intercambio de información. El análisis de cuáles son los requisitos imprescindibles de carácter biológico y de carácter conductual para que sea posible a un animal llevar a cabo un comportamiento comunicativo, permite identificar a los actores de la comunicación, dentro del conjunto de los seres vivos.

En consecuencia, la Teoría de la Comunicación reconocerá la aptitud para comunicar en todo ser vivo capaz de relacionarse con otro ser vivo recurriendo a un comportamiento comunicativo."(1)

"Los actores animales no comunican como los hombres ni comunican lo que los hombres, lo cual, no significa que hayan sido excluidos por la naturaleza del empleo de esta -- forma de interacción igualmente utilizada para relacionarse con otros seres vivos y para controlar el mundo que afecta su existencia. Las especies animales se sirven de la comunicación como uno de los recursos adecuados para asegurar el ajuste biológico con su ecosistema y gracias a la capacidad comunicativa han logrado evolucionar con éxito para adaptarse a los cambios ocurridos en su medio natural. Desde este punto de vista, el uso que hacen de la comunicación los actores animales es equivalente al que realiza el hombre."(2)

El comportamiento comunicativo ha existido desde épocas muy remotas. Seres vivos capaces de producir un trabajo expresivo han heredado de generación en generación a otras especies este tipo de comportamiento, incluyendo al del hombre, que como se comprenderá, posee un lenguaje natural similar al de los animales.

La Comunicación Animal a pesar de ser comportamiento comunicativo más antiguo ha sido poco desarrollado. Los teóricos de las ciencias naturales quienes más lo han atendido han desarrollado algunas teorías para su explicación, pero no suficientes para crear una teoría general. Sin duda hoy en día se torna importante desarrollar ésta area del saber comunicativo para comprender mejor los ancestros hereditarios de la comunicación humana.

Los estudios emprendidos sobre este tema han sido explicados a partir de diversas disciplinas y distintas a la

perspectiva de la Teoría de la Comunicación, sin que aun pueda estimarse hayan sido sistematizadas en una teoría sólida. Solo en las últimas décadas del presente siglo XX, investigadores de la comunicación han comenzado a preocuparse por ordenar las diversas temáticas del estudio de la Comunicación Animal.

Las ciencias que más aportaciones han ofrecido a la configuración de una teoría de la Comunicación Animal son la Zoología, Biología, Fisiología, Etología, Ecología y Filosofía Animal, según puede observarse en el bagaje teórico relacionado con el tema, pero muy pocos de ellos dan referencia de la evolución de los comportamientos comunicativos. Tampoco se sabe que exista algún tratado que integre en sus múltiples modalidades los diversos aspectos de la Comunicación Animal. Sin embargo, la experiencia ha demostrado que dicha teoría merece un lugar entre las ciencias de la comunicación. La Comunicación Animal, por lo tanto es sólo una de las ramas de la Teoría General de la Comunicación, la cual, merece ser abordada desde una perspectiva plural y multidisciplinaria, referida a un objeto de estudio que de cuenta de la génesis, evolución y producción del trabajo comunicativo por los animales.

La Comunicación Animal, que explica la génesis de los comportamientos comunicativos en los seres vivos está por fundamentarse casi toda, Manuel Martín Serrano ha comentado al respecto:

"La circunstancia de que la comunicación sea una tarea en la que participan actores humanos y animales, hace de la Teoría de la Comunicación una disciplina abierta, por una parte, al estudio del intercambio de información que está al servicio de fines biológicos (compartida por muchas especies, incluyendo al hombre) y, por otra parte, al estudio de la comunicación que está al servicio de fines específicamente humanos."(3)

La Teoría de la Comunicación Animal es un hecho indispensable para la comprensión de la Teoría de la Comunicación Humana, sobre todo si ésta última pretende circunscribirse en una Teoría General de la Comunicación. La Comunicación Animal es el antecedente de la génesis de la comunicación humana.

"Ningún ser vivo, durante su existencia, por larga o breve que sea, puede permanecer completamente aislado, extrañío al medio ambiente que le rodea (temperatura, presión, humedad, luz, etc), ni tampoco falto de relacionarse con los restantes organismos, iguales o distintos a ellos."(4)

Todo ser vivo interactúa para intercambiar información para la supervivencia sea con su medio ambiente o con especies distintas a su género. Dicho lo anterior, conviene para efectos de comprensión, distinguir a las especies animales capaces de intercambiar información o producir un trabajo comunicativo del resto de los seres vivos.

En este capítulo, solamente interesa analizar aquellas que intercambian información de entre la misma especie, con el fin de explicar mejor a ciertos tipos de comportamientos.

Al referirme a ciertos tipos de comportamientos comunicativos producidos por ciertos tipos de especies animales me refiero a que éstas manejan ciertos tipos de lenguajes que pueden diferenciarse uno de otro, aunque todos los animales más o menos usan códigos similares para comunicarse (movimientos, olores, colores, etc), y que para cada especie significan algo distinto, tal y como podrá corroborarse poco más adelante. Pero, ¿Todos los animales son capaces de interactuar para intercambiar información o todos son capaces de producir un trabajo comunicativo?. Contestar ésta interrogante precisa conocer un poco más la naturaleza del comportamiento animal y a las especies que conforman al reino.

Resumiendo algunas ideas de Lamarck, varios años atrás comentó que los animales son seres vivientes que se mueven por 'instinto. Algunos lo hacen condicionados y otros por su propia voluntad. El movimiento es realizado generalmente para satisfacer sus necesidades de vida. Así, la facultad que poseen los animales de moverse para su propia conservación y la de sus especies se las procuran las 'necesidades' (5)

Lo anterior significaría que gran parte de los movimientos animales se deben a las necesidades. El movimiento permite a los animales interactuar entre sí para salvaguardar la vida y para actuar en busca de alimento o realizar alguna actividad en común. El movimiento es intercambio de información entre las especies o entre algunas de ellas, lo hagan o no voluntariamente.

Sin embargo, solamente algunas especies animales producen movimientos para significar algo. De acuerdo a lo anterior, Lamarck realizó la siguiente clasificación en torno al comportamiento animal:

A) "Existen algunos animales que no se mueven, sino después de excitada alguna parte de su cuerpo, porque no experimentan sensaciones y no poseen voluntad propia: son los más imperfectos.

B) Hay otros que además de los movimientos experimentados por excitación, son susceptibles de sensaciones y poseen sentimientos íntimos pero oscuros de su existencia, actúan por impulsión exterior inclinados hacia su objetivo vital de manera que su voluntad es siempre dependiente y conducida.

C) Otros no sólo mueven sus cuerpos por instinto, sino que también reciben sensaciones (intercambian información) y, gozan de sentimientos íntimos de su existencia, tienen la facultad de formarse ideas, aunque confusas y actuar por su propia voluntad, sujetas a inclinaciones particulares.

D) Otros, finalmente, son los más perfectos (evolutivamente), porque poseen todas las facultades de los anteriores y, gozan de formarse ideas claras y precisas de su ambiente que afecta a sus sentidos y atraen su atención, hasta cierto punto intercambian ideas y pueden obtener de ellas juicios, en una palabra, piensan y su voluntad está menos sujeta a lo exterior, permitiéndose más o menos variar sus acciones" (6)

Si pretendiera resumir los cuatro postulados anteriores diría lo siguiente: A) Existen algunos animales que reciben información sin comunicar. B) Existen otros que se co-

munican consigo mismo y no con otros. C) Existen algunos - que comunican algo de ellos y no comprenden lo que se les comunica. D) Otros se comunican y reciben comunicación para fines específicos.

De acuerdo a lo planteado hasta aquí se puede deducir que la comunicación animal ocurre y es posible en 1) Algunas especies superiores, no en todas las inferiores. 2) Entre miembros de la misma especie. 3) La Comunicación Animal es distinta para cada especie. 4) Ocurre entre los que poseen ciertas facultades u órganos para comunicarse. 5) Se comunican sólo los que poseen conciencia de sí. 6) Los que poseen códigos corporales significativos. 7) Los que son capaces de pensar. 8) Los que poseen voluntad propia para producir un trabajo comunicativo.

Es difícil establecer alguna tipología de los comportamientos comunicativos animales por especie. Sin embargo, se sabe que cada uno de ellos significa algo distinto para cada una de ellas. Sus códigos consisten en sonidos, olores, colores y movimientos, ignorándose cuál sea el significado específico. Por deducción lógica, se sabe también que los códigos producidos por cada especie animal son sociales y; que sus formas de comunicación son esencialmente naturales o innatas, es decir, distinta a la palabra usada y producida por el hombre.

"Los animales a diferencia del hombre no usan la palabra hablada para comunicarse, sino más bien la comunicación natural (también poseída por el hombre). Existen tantos sistemas de comunicación animal, como tantas especies existen.



En términos generales, los animales hacen uso de los movimientos, posturas, sonidos. Sin embargo, cada modalidad de comunicación significa algo distinto para cada especie."(7)

Akmalian estimó que la comunicación animal tiene ciertas afinidades con el lenguaje humano: la productividad - (producida para satisfacer alguna necesidad) y, la semántica (producida para significar algo).(8)

" Las ciencias sociales han aceptado la idea de que existen signos sociales en cada sistema de especie animal y por tanto una conducta social. Si emitimos un sonido, producimos un olor un grupo de animales puede gastar gran cantidad de energía para huir. La conducta social y la señal en que ésta influye sólo son en animales de la misma especie. Así hablamos de signos sociales, Barnett ha identificado cuatro tipos de signos: olores, visión, sonido y contactos."(9)

Todo animal de la misma especie tienen algo que comunicarse y lo hacen por medio de pautas motoras instintivas, posturas, sonidos, etc, conocidos con el nombre de 'Liberadores', que éstos estén destinados a la comunicación es comprendido inmediatamente por el resto de los miembros, aunque sean inexpertos. Los mecanismos son innatos. Estos son heredados de generación en generación. Este tipo de comportamiento también se le conoce como 'Sabiduría de las especies', basada en el carácter innato de pautas instintivas. Cada especie es capaz de comprender su significado, que nada tiene que ver con la inteligencia, es innata."(10)

De acuerdo a lo planteado por los autores citados deducimos lo siguiente: existe una forma de comunicación denominada natural (poseída por animales y hombre), es decir, innata que puede ser producida voluntaria e involuntariamente y comprendida en su significado por la especie en cuestión. Existe otra más, que podría denominarse trabajo comunicativo voluntario, como por ejemplo, la palabra hablada producida por el hombre donde también cohabita la comunicación natural (ademanos, gestos más palabras). En la primera puede o no participar la voluntad e inteligencia, en la segunda necesariamente participan ambas, si el objetivo que se persigue es el intercambio de información.

Entendido al hombre primitivo como una de las especies animales racionales (con voluntad e inteligencia para producir comunicaciones), Carlos Marx y F Engels se refirieron a éste en los siguientes términos:

"La evolución del lenguaje animal en sus múltiples modalidades y la transición de éste a la del hombre ha sido originada por múltiples factores, entre ellos el trabajo."

(11)

De acuerdo con lo anterior se puede decir que para producir un trabajo comunicativo no basta con poseer voluntad e inteligencia, sino que cualquier especie y sobre todo el hombre debe ejecutar alguna actividad que lo motive a significar algo. En este sentido, el trabajo, está relacionado con el desarrollo de los órganos biológicos comunicativos y por tanto con el intercambio de información entre la especie, independientemente de que ésta sea a través

sonidos, movimientos, olores, colores, contactos o específicamente con la palabra hablada. En este sentido, al parecer, el hombre es el único animal racional capaz de producir un trabajo comunicativo ligado al trabajo, de entre el conjunto de las especies animales superiores.

Sin embargo, "para que determinadas especies animales pudieran comunicarse entre sí tuvieron que esperar un momento óptimo durante su proceso evolutivo. Es decir, para que éstos pudieran comunicarse primero tuvieron que evolucionar sus órganos y posteriormente especializarse (Biológica-morfológica y fisiológicamente) para la comunicación y para cumplir con esa función.

Sólo después de haber desarrollado células especializadas pudieron emitir y recibir informaciones. Al parecer, la misma selección natural le ha permitido sólo algunas especies lograr la comunicación a través de ciertos tipos de comportamientos, sobre todo si se distingue a la comunicación biológica (natural) de la comunicación que está al servicio de informaciones como el lenguaje del hombre, es decir, de los comportamientos aprendidos. (12)

Los etólogos han distinguido tres tipos de comportamientos comunicativos: los estereotipados, aprendidos e inteligentes. (13)

Un ejemplo de comportamiento comunicativo estereotipado es el lenguaje natural, transmitido de generación en generación genéticamente. El aprendido es el lenguaje humano, asimilado a través de un proceso de socialización. El inteligente es lo que podríamos denominar trabajo comu-

nicativo producido por algún ser excepcional para generar un comportamiento innovador y para significar algo distinto a la norma social, por mencionar algún ejemplo. Sin embargo, pienso que la clasificación de los comportamientos comunicativos atrás mencionados es muy relativa, por la siguiente afirmación:

La palabra estereotipo significa algo fijo e inmutable y que puede predecirse. Si decimos que los animales tienen este tipo de comportamiento harán lo mismo de generación en generación puede ser cierto, pero no siempre se puede estar seguro de esto. El reclamo de una alondra es un comportamiento estereotipado. Sin embargo, no todas las alondras reclaman exactamente igual, siempre existen variaciones de manera individual, cada pájaro tiene un comportamiento distinto.

Del mismo modo como es escuchado un disco que ha sido grabado con anterioridad, los animales actúan de acuerdo con los modelos de comportamiento heredados, grabado año tras año por sus ancestros. Esto hace suponer que algunos animales poseen comportamientos innatos, es decir, fueron programados en sus moléculas del DNA. No obstante, algunos experimentos han mostrado que muchos comportamientos en realidad no están completamente planeados. (14)

Conclusión: un comportamiento estereotipado puede ser modificado a través de un proceso de aprendizaje, por lo tanto obtenemos un comportamiento innovador aprendido. El comportamiento comunicativo no siempre está sujeto a leyes biológicas, sino también socioculturales, por ejemplo, para

el caso del hombre. En resumen, los modelos se perpetúan de dos maneras durante la evolución: 1) a través de la información almacenada en las moléculas hereditarias del -- DNA del animal y, 2) por la información que se aprende de otros individuos en un ambiente distinto. (15)

Ya no hay duda de que los animales en general -incluyendo al hombre- heredan ciertos rasgos de conducta innata. En los animales superiores tienden a ser enmascarados de - alguna manera en la carga fisiológica hereditaria de generación en generación y pueden modificarlas. La mayoría de las especies animales se resisten obstinadamente al aprendizaje individual. (16)

Señaladas algunas características de la Comunicación Animal e intentado explicar el proceso evolutivo de los - comportamientos comunicativos a partir de ciertos factores, dedicaré en el próximo apartado unos pocos antecedentes de la comunicación humana.

## 1.2. LA COMUNICACION HUMANA.

La Comunicación Humana constituye un estadio evolutivo de los comportamientos comunicativos de los seres vivos. El hombre al igual que los animales posee una forma de comunicación natural o innata de la cual no debe disentir porque es parte de su naturaleza y es una necesidad heredarla de generación en generación. Los movimientos corporales, gestuales y articulados, los aromas y tonalidades en el cuerpo humano son ejemplos de comunicación natural.

Sin embargo, la comunicación natural en la actualidad es poco comprendida por el ser humano, al ser ignorada en sustitución de otra forma de comunicación, como por ejemplo, el comportamiento cultural. Este hecho torna imprescindible el estudio de la comunicación humana en sus múltiples modalidades, pues como será comprendido poco más adelante se trata de un proceso multidimensional.

Recopilar algunos antecedentes de sus modalidades comunicativas resulta útil para fundamentar una teoría en posibles clasificaciones, sobre todo si se atienden también al origen, evolución y significado actual de la comunicación humana.

Además de la comunicación natural, el hombre comunica también a través de la palabra hablada, las cartas, el teléfono, radio, cine, televisión, y otras variedades de formas expresivas. El estudio de la comunicación humana debido a su variedad puede ser estudiada y sistematizada por lo menos en dos partes: Comunicación Interpersonal y Comunicación Social.

Toda Comunicación Humana es Social, pero cada modalidad manifiesta características específicas, por lo tanto, este tipo de comunicación merece ser estudiada como hecho social.

Manuel Martín Serrano quien ha estudiado la Comunicación Humana se ha referido a su teoría en los siguientes términos:

" La circunstancia de que la comunicación sea tarea en la que participan actores humanos (...) hace de la Teoría de la Comunicación una disciplina abierta, por un lado al estudio de la comunicación que está al servicio de fines biológicos y, por otra, al estudio de la comunicación que está al servicio de fines específicamente ligados a la sociedad, su cultura y valores.." (17)

La Comunicación Humana, en este sentido debe ser estudiada a nivel biológico y, por otra a nivel sociocultural.

Más adelante Serrano comenta: Las Ciencias de la Comunicación tienen por objeto de estudio el análisis de las interacciones en las que existe el recurso a actos expresivos a diferencia de las interacciones que recurren a actos ejecutivos. Su análisis debe dar cuenta de toda manifestación de relaciones comunicativas, con independencia de que la información esté biológica o tecnológicamente expresada. (18)

Una teoría de la Comunicación Humana, justifica su especificidad por incluir entre sus objetos de referencia a todo el ecosistema material, social, gnosceológico y axiológico producido por el propio ser humano. (19)

En resumen, el estudio de la comunicación humana debe ser estudiada a partir de toda forma de intercambio de in-

formación; entre los de su especie biológicamente expresada, por ejemplo, glotis, lengua, etc. Tecnológicamente expresada (recursos materiales que usa para hacer llegar sus comunicaciones). Como proceso social. Como objeto de conocimiento social y teórico. Como objeto de significación social. Cada una de éstas formas de comunicación representa una tipología para su sistematización.

Martín Serrano acerca del comportamiento comunicativo humano argumentó:

"Las aptitudes comunicativas conseguidas por especies que antecedieron al hombre aportaron el capital evolutivo cuya herencia hizo posible la comunicación humana. Estas aptitudes se amplían y modifican profundamente cuando resultan modeladas por la propia evolución de nuestra especie." (20)

"Los etólogos, ayudados por especialistas en comunicación, tienen ante sí una investigación que interesa a ambas ciencias; aclarar en qué momento y de qué modo, los hombres van adquiriendo progresivamente, a lo largo de la evolución, la capacidad de relacionarse por la vía de la comunicación en sustitución de las ejecutivas. (21)

Para que el hombre pudiera comunicarse primero tuvo que esperar durante el proceso evolutivo, se desarrollaran sus órganos biológica, fisiológica y morfológicamente, para después especializarse en la función de la comunicación. (22)

Carlos Marx y F Engels sostuvieron que la evolución del lenguaje humano ha sido producto de múltiples factores, entre ellos el trabajo:



"La evolución del lenguaje animal y la transición de éste al del hombre ha sido originada por el trabajo. Los hombres en formación llegaron a un punto en que tuvieron la necesidad de decirse algo los unos a otros. La necesidad creó el órgano: la laringe poco desarrollada en el mono se fue transformando, lenta pero firmemente, mediante modulaciones más perfectas, mientras que los órganos de la boca poco a poco pronunciaron sonidos articulados. La explicación del origen del lenguaje a partir del trabajo parece ser la más acertada" (23)

Sin embargo, existen otras interpretaciones acerca del origen del lenguaje humano que una Teoría de la Comunicación Humana no debe dejar de lado, por desímbolas que sean las argumentaciones. Además de que explican otros factores que pueden ser fundamentales.

Entre los lingüistas, la idea de la evolución del lenguaje humano ha sido aceptada, pero ha prevalecido la noción de que es imposible conocer todos los factores que motivaron el desarrollo del lenguaje. Se sabe de los gritos y de los símbolos articulados, también de los reemplazos de una especie a otra hasta llegado el hombre primitivo, pero ocurrió en la Prehistoria, cuyo conocimiento no puede ser reconstruido por las técnicas lingüísticas. (24)

Las Teorías Teleológicas y Metafísicas y, las Teorías Biológicas y Antropológicas, emanadas de la Lingüística debaten el posible origen del lenguaje humano.

A) Teleológicas y Metafísicas.

Esta teoría atribuye al origen del lenguaje un producto

divino basado en la existencia de un Dios. Se considera que su origen fue místico y poético. Herder, Schellin y más tarde Cassirer sostuvieron esta línea idealista. Dijeron que lo místico-poético antecede a la evolución propuesta por el naturalismo y evolucionismo darwiniano. (25)

Algunos filósofos de esta tendencia creen que la facultad de hablar es dada con anterioridad a toda experiencia, aunque otros están a favor de ésta última y la intencionalidad. Los primeros centran su interés en el origen, pero olvidan el desarrollo del lenguaje. Los segundos su interés es el desarrollo, centrándose en la experiencia y disposición para producir comunicación. (26)

#### B) Teorías Biológicas y Antropológicas.

Las teorías biologistas centraron su atención en los caracteres comunes y afines a los animales, es decir, en la comunicación natural. Las Teorías antropológicas atendieron los rasgos específicamente humanos.

Las teorías biológicas sostienen que hombres y animales poseen en común una función expresiva en su lenguaje: sonidos, estado de ánimo y; otra función de representación. Los sonidos, expresiones y representaciones, para éstos teóricos explican el origen del lenguaje. Dicen que a partir de la función expresiva es de donde procede el lenguaje humano. (27)

Las Teorías antropológicas se basan en los gestos como punto de partida para el desarrollo del lenguaje. Mundt dijo que los gestos poseen una doble función: la imitativa e

indicativa, ambas se acompañan de movimientos sonoros que después se expresan permanentemente. Sin embargo, esta noción no comprueba el origen del lenguaje, pero no puede negarse que esta teoría ha contribuido a una mejor comprensión del mismo y, sobre todo a su constitución. (28)

Otra teoría antropológica parte de la imitación. Las imitaciones sonoras o fónicas del mundo exterior e interior, pueden explicar al posible origen, sobre todo si éstas se asocian a sonidos y representaciones que significan algo para el hombre. Las onomatopeyas resultan ser imitaciones generalizadas usadas por el hombre, a partir de éstas puede ser explicado su origen, pero esto explica sólo a una parte de éste. (29)

Existe otra teoría más que intenta explicar el origen del lenguaje humano a partir del canto, pero se ha llegado a la conclusión de que esta modalidad es temporal en la cultura producida por el hombre.

Revesz en una de sus obras fundamentales expone a la Teoría de los contactos, la cual incluye a las de los gestos, imitaciones sonoras, representaciones y otras, para explicar en su conjunto a el posible origen del lenguaje humano. Sin embargo, más que explicar a éste ofrece elementos para la comprensión de su desarrollo como tendencia social entre grupos primitivos. (30)

Se puede afirmar sin riesgo a equivocarse mucho que el origen del lenguaje humano no puede ser explicado a partir de un sólo proceso, sino de un conjunto de procesos,

como lo son: el trabajo, la experiencia, la intención, selección y reproducción de sonidos, imitación de posturas, gestos, etc para representar un comportamiento comunicativo significado. El lenguaje humano es un proceso multidimensional que puede ser explique su posible origen.

Thorndike, en una de sus obras enumeró cuatro grupos de hipótesis sobre la base del uso de los sonidos producidos por el hombre para expresar sus ideas, en forma algo pintoresca: Las teorías Ding Dong, Bow-Bow, Pooh-Pooh y Yum-Yum.

A) Ding-Dong. Esta sostiene que cada cosa del mundo físico tiene un sonido asociado a ellas. Los sonidos significan las cosas y todo hombre reacciona de la misma manera ante ellas. Esta noción es ridícula, pues no podemos pensar en muchas cosas para las cuales no existen sonidos y muchos sonidos para las cuales no hay cosas.

B) Bow-Bow. Sostiene que el hombre imitó los sonidos emitidos por los animales. Es posible que algunas palabras hayan sido creadas de esta manera, pero muchas del lenguaje humano no proceden del mundo natural, sino cultural.

C) Pooh-Pooh. Asegura que el hombre emite sonidos instintivos significados para todos los producidos. Sin embargo, también produce sonidos involuntarios sin intención alguna.

(31)

D) Yum-Yum. Piaget dice que el hombre comunica con gestos y responde a estímulos para producirlos. Los sonidos, di-

ce, son una reducción de los gestos y los órganos bucales. Esto es probable pero no siempre posible.

Ninguno de estos puntos de vista sobre el uso de los sonidos en el lenguaje son plausibles, pero si interesan tes por lo siguiente:

1) El hombre creó los sonidos con el fin de significar algo para él. 2) Creó los sonidos de tal manera que tuvieran relación con los significados que él posee. 3) La creación de éstos fue un producto humano, no de Dios. (32)

Teoría del balbuceo por azar.

Esta teoría sostiene que el hombre produce sonidos balbuceando cuando es recompensado. Thorndike sostiene que el desarrollo del balbuceo es análogo al desarrollo del lenguaje humano durante su historia:

"Supongamos que el hombre del prelenguaje balbuceara con frecuencia. Lo hacía mientras trabajaba con objetos físicos de su entorno. Con el tiempo, ciertos sonidos (por azar) eran emitidos por casualidad relacionándolos con los objetos. Con el andar del tiempo, casualmente, los hombres se oyeron a sí mismos emitiendo sonidos cuando manejaban ciertas cosas. Después de mucho tiempo, éstos sonidos se hicieron relativamente fijos, pudiendo así sustituirlos por los objetos. La perpetuidad sonora se hizo recompensatoria para él. Gradualmente comenzaron los hombres a responder a determinados conjuntos de sonidos de forma uniforme, comenzando a dar respuesta a estos símbolos orales. Los símbolos significados producen respuestas similares en más de una persona. (33)

En suma, el lenguaje humano consiste en "un conjunto de símbolos significantes ordenadamente de tal forma que llegan a estructurarse. El lenguaje es un sistema vocabulario con sintaxis gramaticalmente descriptivo de su estructura. El lenguaje ha sido uno de los medios de comunicación que el hombre ha utilizado desde tiempos remotos para interactuar con sus congéneres.

Las mejores teorías sobre el origen del lenguaje implican los siguientes enunciados: 1) El lenguaje consiste en un conjunto de símbolos significantes estructurados. 2) Los símbolos fueron elegidos al azar. 3) El hombre contruyó su lenguaje y aprendió expresar significados a los demás. (34)

Cualquiera que haya sido el origen del lenguaje y los diversos factores para su desarrollo, se sabe hoy que la palabra hablada no solamente consiste un producir sonidos, sino que éstos deben poseer un significado estructurado. Los significados de esta forma de expresión consisten en la transmisión e intercambio de ideas, pensamientos, emociones, sentimientos y valores, convirtiéndose así en un proceso vital para la existencia y socialización del hombre de todos los tiempos.

La palabra hablada a través de la Comunicación Interpersonal ha acompañado al hombre durante su proceso de evolución histórica. Puede comprenderse que en la Comunicación Interpersonal quedan implícitas la Comunicación Natural y la palabra hablada en su conjunto, haciendo de la Comunicación Humana un proceso multidimensional. Sin esta

integración, el hombre no podría comunicarse con sus semejantes. Este hecho humano y social, explica el por qué es de suma trascendencia para la Teoría General de la Comunicación realizar una sistematización coherente del estudio de los comportamientos comunicativos humanos, que como se ha podido comprender incluyen toda una diversidad de formas expresivas: Comunicación Natural, Comunicación Oral, Comunicación Escrita, Comunicación Interpersonal, Comunicación Grupal y Comunicación Social Institucionalizada, que poco más adelante será explicada en detalle. La Comunicación Humana es un proceso multidimensional en espera de sistematización paradigmática, que como dice Manuel Martín Serrano, trasciende al 'ecosistema material, social, gnosceológico y axiológico.

### 1.3. LA COMUNICACION INTERPERSONAL.

Tratar el tema de la Comunicación Interpersonal es referirse a una acuñación terminológica surgida en el presente siglo XX y, utilizada por teóricos de la comunicación para sistematizar a una de las formas expresivas de la comunicación humana. En el presente capítulo se ofrecen algunos de los temas que integran a esta posible teoría.

El hombre comunica a través de todos sus sentidos y en forma tan complicada que involucra prácticamente a toda su personalidad. El lenguaje no verbal: movimientos, posturas, gestos, ademanes, expresiones corporales, es solamente una de las capacidades comunicativas que el hombre posee innatamente para intercambiar información significativa con sus semejantes .

La Comunicación Interpersonal no escapa a las relaciones indisolubles entre códigos no verbales y verbales o palabras. Ambos procesos se encuentran estrechamente vinculados al proceso de ésta, cuyo análisis precisa de la explicación de ambos en su conjunto.

Desde que el hombre creó el lenguaje hablado lo ha utilizado para transmitir y recibir sentimientos, emociones, pensamientos, ideas, valores, creencias y representaciones del mundo externo e interno. Se trata de un proceso vital que lo ha acompañado a través de su curso histórico para la integración y socialización. El hombre es capaz a través de este proceso influir en sus semejantes con la emisión de mensajes racionales y emocionales. (35)



La naturaleza del proceso de la Comunicación Interpersonal puede significar algo distinto en cada momento histórico durante la evolución del hombre. Sin embargo, de un hecho se puede estar seguro: es un proceso donde intervienen elementos tales como el emisor, canal, medio, mensajes, respuesta, y receptor. Se trata de un modelo estructurado donde todos los elementos interactúan entre sí interdependientemente. (36)

El estudio de la Comunicación Interpersonal consiste en las formas en que se comunican las personas entre sí durante situaciones formales y no formales, intentando describir la naturaleza de su proceso, sus elementos y factores que lo afectan. Analiza los comportamientos que ocurren en relaciones bipersonales entre un hablante y un escucha, las modificaciones que sufren éstos, así como el aumento de la efectividad y comprensión entre los semejantes, para que la comunicación sea más satisfactoria mutuamente. (37)

El estudio de la Comunicación interpersonal es dominio de las Ciencias de la Comunicación que tienen por objeto de estudio el análisis de las interacciones en la que existe el recurso a actos expresivos. (38)

La Comunicación cara a cara forma parte de una de las ramas de la "Teoría de la Comunicación Humana porque selecciona a las comunicaciones entre actores que son hombres y, por incluir objetos de referencia de todo el ecosistema material, social, gnoseológico y axiológico producido por el ser humano." (39)

Pero además, el estudio debe incluir a los factores de procedencia orgánica: La naturaleza de la producción de la Comunicación Interpersonal es de procedencia orgánica, cuyos instrumentos biológicos comprenden la glotis, laringe, lengua, etc. (40)

Toda comunicación bipersonal ocurre recíproca y directamente entre dos o mas personas físicamente próximas, donde intervienen los cinco sentidos para intercambiar información: vista, tacto, gusto, oído y olfato. Existe retroalimentación o respuestas inmediatas. (41)

Por regla general, la Comunicación Interpersonal incluye en su proceso a : La Fuente de la Comunicación, codificador, mensaje, canal, decodificador y, receptor de la comunicación. (42)

La Fuente es la persona que produce un mensaje estructurado significado con información. Esta para poder enviarlo primeramente lo 'encodifica', es decir, selecciona las ideas con las que elaborará su mensaje. El medio, es el soporte material (por ejemplo una carta) donde se asienta la información significada. El mensaje es simplemente la información estructurada. El canal es la selección de un medio para que se transmita la información (por ejemplo, carta o teléfono o radio) para hacer llegar el mensaje. El receptor, es la persona que escucha el mensaje. La decodificación es la capacidad del receptor para comprender el mensaje (reflexión). Fuente y Receptor son simultáneamente codificadores y decodificadores. (43)

Las comunicaciones interpersonales no deben ser unidireccionales, sino involucrar una respuesta recíproca. Esta puede ser definida como el intercambio de mensajes de ida y vuelta entre el emisor y receptor. (44)

Existen muchos modelos propuestos por diversos autores para la interpretación del proceso de la comunicación de este tipo, cuyos elementos pueden diferir en significado y nombre de autor a autor. Entre los más importantes pueden mencionarse a los de Aristóteles, Shannon y Weaver, McClean, Fearing, Jhonson y otros más. (45)

Los modelos pueden ser creados para estudiar a un proceso específico de acuerdo a cada situación comunicativa o en cada contexto definido.

En la vida contemporánea, debido a la multiplicación de las diferencias individuales, por ejemplo, especialización en la división del trabajo, diversos niveles de educación y cultura, movilidad social a través de status, etc, ha generado un fenómeno de cierto grado de incomprensión entre sus habitantes, provocando que la eficacia de las comunicaciones interpersonales se reduzca considerablemente.

Sin embargo, algunos teóricos de la comunicación han notado este suceso produciendo propuesta para mejorar las comunicaciones interpersonales en varios niveles dependiendo de cada contexto donde ocurra.

En torno a la fuente se ha sugerido desarrolle sus habilidades comunicativas produciendo un lenguaje más sencillo, claro y reducido en palabras. Domine el tema a expresar, se-

lecciones sus posturas de acuerdo al contexto donde se desenvuelva, mejore su ortografía. Desarrolle su habilidad para escuchar, sea empático o amistoso y otras sugerencias más. En una palabra se haga responsable de sus actitudes y comportamientos comunicativos hacia él mismo y hacia los demás. (46)

Un ejemplo del desarrollo de las habilidades comunicativas es el siguiente: "El nivel de conocimiento es un factor esencial para mejorar las comunicaciones interpersonales. No se puede comunicar algo que no se sabe, El conocimiento ; posibilita una plática satisfactoria y eficaz cuando se domina algún tema específico, asimismo, este factor determina la seguridad de un comunicador al expresarse. El desconocimiento genera inseguridad e incertidumbre en el comunicador y receptor. (47)

Otro ejemplo más: Una persona además de dominar el tema, debe gozar de una posición social, ser prestigiada, no por su economía, sino por sus cualidades de personalidad, por ejemplo, ser honesto, puntual, atento, todos ellos ofrecen prestigio. Es más confiable un profesor en clase que un alumno al exponer. La posición sociocultural mejora la eficacia de las comunicaciones. (48)

Los criterios aquí comentados son válidos para la Fuente como para el receptor, pero también pueden ser aplicados a cualquiera de los elementos del proceso de la comunicación: mensaje, canal, medio, codificador, decodificador y respuesta.

El mensaje puede ser mejor comprendido cuando está bien estructurado y seleccionadas las palabras afines a él. No puede ser comunicado un idioma que no se domina. De igual forma, el mensaje debe ser comprensible avalado con palabras claras, breves y sencillas respecto al receptor. Debe evitarse usar tecnicismos, lo mejor es traducirlos a un lenguaje coloquial o comprensible. (49)

Al iniciar la comunicación debe seleccionarse bien al canal, por ejemplo, una charla amorosa es más efectiva cara a cara, que expresar la declaración vía telefónica. Es una plática seria, que de no seleccionar el acondicionamiento, proximidad y situación, puede resultar ridícula. (50)

Si una Fuente decodificadora sufre de tartamudeo no podrá comunicarse aunque sea experto en algún tema, antes debe acudir al médico para erradicar el problema: 'ruido orgánico'. Un receptor codificador no podrá apreciar un excelente discurso sobre el arte, si padece alguna enfermedad de oído, ni tampoco podrá emitir palabras claras si trae una prótesis bucal. (51)

Evitar todo tipo de 'ruidos', semánticos, biológicos, psicológicos y de cualquier otra naturaleza, mejorará las comunicaciones entre los interlocutores, según estiman algunos teóricos de la comunicación.

Sin embargo, no olvidemos que no basta con aprender algunas técnicas para relacionarnos mejor con las personas, sino que también rescatar el verdadero significado de la naturaleza de la comunicación humana a través de la comunica-

ción interpersonal, entendida como proceso vital en la existencia del hombre. Hoy en día, los temas que discurren en este tipo de proceso están por analizarse en función de las necesidades humanas. La argumentación anterior no es arbitraria:

"Claude Levi Strauss ha hecho notar en qué medida nuestras sociedades (contemporaneas) son más habladoras que las primitivas. Nuestra sociedad practica una clase de charla generalizada cuya forma más manifiesta es el lenguaje económico. Hablamos a propósito de todo y de nada. El intercambio se ha convertido en la operación más banal, corriente, pudiendo multiplicarse indefinidamente a ninguna utilidad. (52)

El pensamiento económico es el tema más difundido entre las comunicaciones. Otros como la comunicación existencial (deseos, temores, actitud hacia la vida, etc) son dejados de lado. La Comunicación amorosa (sentimientos, emociones, identificación, anhelos, etc) y, la Comunicación familiar (problemas de educación, integración, afecto, diálogo), son temas netamente humanos casi no comentados. El significado del amor, por ejemplo, en la actualidad ha sufrido un proceso de deformación al ser alterada su 'estructura significativa': un ramo de flores dice te amo. Un anillo de bodas, te propongo matrimonio, puras relaciones de consumo que no se identifican con el amor original. (53)

Las alteraciones de las 'estructuras significativas' en torno a los temas, están estrechamente vinculados a la explicación de la Teoría de los Significados, los cuales tienen más de un sentido. (54)

La Teoría de los significados en comunicación interpersonal ha sido poco explotada, impidiendo dar cuenta de los fenómenos que impiden la comprensión entre las personas, por ejemplo:

"Un vendedor de seguros de mediana edad que ha vivido en Alabama, trata de comunicar sus ideas y valores a una joven hippy, estudiante que procede de Chicago. Ambos hablan el mismo idioma y nacido en la misma nación, pero difieren en la mayoría de los siguientes aspectos: ideas, experiencias, actitudes, creencias, conocimientos, intereses, metas, necesidades, valores y habilidades de comunicación. Sin embargo, ambos tienen el deseo de comunicarse mutuamente y están dispuestos a comprenderse, pero a pesar de todo, esas diferencias impiden se comuniquen y comprendan satisfactoriamente, pues ambos tienen una manera distinta de concebir al mundo. (55)

El propósito de la comunicación cara a cara es el intercambio de información a través de una diversidad de canales selectivos. (56)

"En su proceso se reconocen cuatro funciones: personales, transaccionales, dinámicas y afectivas. Por naturaleza personal se entiende que el significado del mensaje lo emite la persona que lo origina. La Función transaccional refiere que el significado del mensaje surge como resultado de una transacción entre fuente y receptor. En esta interacción los participantes aceptan el intercambio a través de retroalimentación simultánea. Su proceso es dinámico, porque está sujeto a cambio continuo y; es Afectiva porque siempre influye

en el receptor. Estos cuatro aspectos de las funciones de la comunicación pueden analizarse en algún modelo específico. (57)

La Comunicación Interpersonal es empática: "toda comunicación implica predicción por parte de la fuente y del receptor con respecto a la forma en que los demás habrán de responder al mensaje. Todo comunicador lleva consigo una imagen de su receptor, lo tiene en cuenta al emitir su mensaje, prevé las respuestas posibles y trata de predecirlas antes de tiempo, pudiendo afectar la comprensión del mensaje. Comunicadores y receptores tienen expectativas mutuas." (58)

También posee un propósito discursivo: el comunicador necesita saber por qué quiere hablar y qué quiere lograr en el receptor. El propósito determina la selección del argumento, imagen y palabras a utilizar. El propósito general reflejará una de tres funciones: entretener, informar o persuadir. Toda plática involucra estas tres funciones según sea la situación para alcanzar un objetivo" (59)

La Comunicación Interpersonal involucra a la comunicación no verbal en su proceso. Esta cualidad se caracteriza por el entusiasmo, contacto visual, espontaneidad, acción corporal y el paralenguaje. Estos factores hacen efectivos a los mensajes orales, los complementan y su función es hacer más significativa la comunicación. (60)

Hasta aquí, se ha intentado ofrecer algunos aspectos generales que explican la naturaleza de la comunicación interpersonal, los constituyentes que la conforman, las temá-



ticas con que ha sido estudiada y desarrollada y, cómo la comunicación en su conjunto significa algo para los demás. La comunicación es portadora, productora y reproductora de significados destinada a influir en otros en función de varios niveles: emotivos, racionales, representativos, informativos, argumentativos, discursivos, etc, es decir opera en función de una axiología personal o de grupo.

La perspectiva de análisis ofrecida hasta aquí en torno a la comunicación interpersonal, procura sirva de antecedente a la comprensión del estudio de la comunicación social que será desarrollada en el próximo apartado.

Finalmente, la sistematización aquí ofrecida, debe estimarse sólo como una posible aproximación al estudio de este tipo de comunicación, la cual, puede estar sujeta a cambio en su estructura. Sin embargo, pienso que todavía falta mucho por develar y exhumar teóricamente si lo que se pretende es elaborar una Teoría de la Comunicación Interpersonal de alto rigor científico, objetivo que no persigue la presente tesis.

#### 1.4. LA COMUNICACION SOCIAL.

La Comunicación Interpersonal es sólo una de las formas de la Comunicación Humana y; una parte de la Comunicación Social. Otras modalidades de ésta última son las celebraciones colectivas, organizaciones para el trabajo y reuniones religiosas. Pero la Comunicación Social también incluye a otras formas de interacciones contemporaneas como a la Comunicación de Masas.

Algunas de ellas a pesar de ser muy antiguas sólo en la actualidad comienzan a integrarse en un saber teórico, justo poco después de 1910, cuando se sistematiza a la Comunicación de Masas.

Desde antaño, la sociedad ha sido estudiada por diversos científicos de las ciencias sociales, por ejemplo: Marx, Engels, Weber, Comte, etc, a partir de distintas perspectivas teórico-metodológicas, pero ninguno de ellos la ha estudiado específicamente desde la perspectiva de la comunicación social.

Manuel Martín Serrano expresó que "la Comunicación Social constituye un objeto de análisis histórico y que para ello se precisa crear conceptos acordes a su perspectiva, que explique la evolución histórica comunicativa de la sociedad, distinguiendo de los enfoques tradicionales o utilizados por otras ciencias. Para ello se precisa crear un paradigma que permita reconstruir aquella historia. (61)

El autor señaló que toda comunicación es social, pero se precisa destacar de este conjunto a una que es específi-

camente institucionalizada. Se destaca por su organización estructural, especialización en su forma expresiva y su carácter de ser pública. Se trata de una categoría más general de entre el estudio de las Ciencias de la Comunicación. La Comunicación Social Institucionalizada se caracteriza porque sus productos comunicativos están destinados a la comunidad en general y no a unas cuantas poblaciones. Al análisis teórico-metodológico de este tipo de comunicación, el autor lo llama Teoría Social de la Comunicación.

El estudio de la Comunicación Social Institucionalizada se refiere a las mutuas afectaciones y transformaciones que ocurren entre un sistema social y sistemas de comunicación, el cual debe ser histórico partiendo de la Comunicación Pública hasta aparecida la Comunicación de Masas.

"La comunicación pública no ha sido la primera ni la última forma de comunicación que se denomine propiamente social. Las celebraciones colectivas, las organizaciones para el trabajo, las reuniones religiosas, etc, constituyen comunicaciones públicas. Sin embargo, existe otra forma de comunicación pública o social moderna: la Comunicación de Masas, que sólo se diferencia de las primeras por su Sistema de Comunicación Institucionalizado.

De esta manera, puede advertirse que las comunicaciones sociales han evolucionado a través del devenir histórico - manifestando determinadas características.

La Comunicación Pública es una forma de comunicación social donde la información se produce y distribuye por el recurso a un sistema de comunicación específico en el manejo -

de la información que concierne a la comunidad como conjunto total." (62)

El sistema de comunicación pública se distingue por las siguientes características; a) Es una organización de la comunidad y no privada de grupos. b) Es una institución especializada exclusivamente para tratar información. c) Las informaciones son formales y de interés colectivo propias de la comunidad. d) La información es confiable y autorizada. e) Los comunicadores son especialistas. (63)

El sistema de comunicación social puede ser definido como "asignación de determinados recursos materiales y humanos a una organización especializada en la obtención del procedimiento y distribución de información destinada a la producción de la comunicación pública, cuya característica y funcionamiento están explícitamente legitimados y regulados." (64)

Las diversas sociedades han institucionalizado distintas modalidades de comunicaciones públicas en diferentes etapas de la evolución histórica. Para su estudio y análisis resulta útil se indiquen las categorías de su Infraestructura, Estructura y Superestructura que pertenezcan a un mismo Sistema de Comunicación, todo ello para una mejor sistematización metodológica. (65)

La Infraestructura se refiere a utilización de materias expresivas (palabra hablada), naturales (barro, piedra), fabricadas (papiro, pergamino), distribuidores de mensajes (emisarios, postas, reporteros), uso de redes comunicativas (caminos, vías de comunicación), equipo tecnológico (torres -

de señales, telégrafo, etc], es decir, recursos materiales y humanos capaces de producir comunicaciones públicas.

La Estructura se refiere a las especializaciones de los productores de la comunicación o a las diversas actividades comunicativas, distintas a otras (pesca, casa, recolección de frutos, etc). Las funciones comunicativas deben distinguirse de otras formas de comunicaciones (religiosas, administrativas, etc] y, distinguir a éstos sistemas institucionalizados de otros (Estado, Iglesia, etc] dedicadas también a la producción de comunicaciones sociales.

La Superestructura se refiere a los 'objetos de referencia' pública (tendencias de la información), géneros informativos (formas de conciencia ideológica). También deben distinguirse de las procedentes de otros sectores de la sociedad (Iglesia, Estado, etc)(66)

Los Sistemas de Comunicación Institucional se distinguen histórica y funcionalmente. Por ello deben establecerse a sus formas de difusión, existen cuatro según el autor:

a) La Comunicación Asamblearia: cuando portavoces oficiales se reúnen para informarse y luego difundir la información a la comunidad.

b) Comunicación por Emisario: un sólo pregonero difunde información a la comunidad.

c) Comunicación por Redes de Distribución de Mensajes: difusión de información a través de representantes oficiales sea por su posición en el sistema, seleccionando previamente los canales oficiales de comunicación. Se trata de una estructura oficial destinada a la difusión pública.

d) Sistema de Tecnologías de Producción y Distribución en Masa de Productos Comunicativos: este sistema es representativo de las comunicaciones de masas, donde intervienen todos los sectores de la sociedad (políticos, religiosos, sociales, culturales, educativos) donde cada institución se especializa para la difusión de sus informaciones. Otra de las características de este tipo de sistemas es el uso de la Tecnología para posibilitar la difusión de las informaciones oficiales. (67)

El estudio histórico de los diversos sistemas de comunicación institucional, deben ser explicados a partir de las leyes que permiten se conformen dichas instituciones desde su origen, transformación y desaparición. Deben caracterizarse también sus formas de organización, producción y distribución de la información pública. (68)

Manuel Martín Serrano expresó que el análisis teórico metodológico descrito anteriormente es aplicable a cualquier tipo de formación social en cualquier momento histórico. Sin embargo, para efectos de la presente tesis conviene solamente delimitarlo a las Formaciones Sociales Capitalistas.

El Sistema de Comunicación Pública se abrió camino en el siglo XV, cuando Europa comenzó hacer uso de tecnologías para la reproducción en serie de la información practicada por organizaciones religiosas, políticas, comerciales y militares que, más tarde permitieron a los editores de periódicos del siglo XIX, producir y distribuir masivamente la comunicación, comenta Manuel Martín Serrano.

Esos fueron los antecedentes de la hoy conocida Comunicación de Masas, la cual se encuentra en su fase monopolista en el sistema capitalista. Su Infraestructura, Estructura y Superestructura se ha desarrollado notablemente, por lo cual, conviene seguir de cerca su forma de organización, sistemas de reproducción y distribución de informaciones en masa, sus factores de cambio e innovación, sus posibles transformaciones y contradicciones que encierra dicho sistema, así como rastrear las relaciones existentes entre sistema de comunicación y formación social. (69)

El sistema capitalista ha pasado por etapas sucesivas: agraria, mercantil, industrial y ahora monopolista. Durante su existencia ha integrado a su funcionamiento todos los sistemas de comunicación pública desarrollados en sociedades que lo antecedieron. El último sistema institucionalizado ha sido el de Tecnologías de Producción y Distribución Masiva de Productos Comunicativos, útil a la clase dirigente para configurar a la Comunicación de Masas.

Esta forma de organización justifica al uso de las tecnologías para la difusión de las ideologías a través de las comunicaciones masivas. Sin embargo, esta tendencia comienza a mostrar signos de contradicción. Todo parece indicar que esta forma de organización terminará siendo inoperante al funcionamiento del sistema capitalista.

La crisis obliga al capitalismo incorporar al sistema de comunicaciones nuevas estrategias para sobrevivir en el futuro. Pero el reajuste entre Sistema de Comunicación y Formación social resultará inoperante para la sobrevivencia de la

Comunicación de Masas. Si este sistema entrara en contradicción dejaría de satisfacer las necesidades informativas de la sociedad, lo cual, no significaría que dejara de existir la historia de las comunicaciones públicas.

Existe la posibilidad de la aparición de un nuevo sistema de comunicación. La tecnología sería un elemento indispensable en su constitución. Su consecución estaría también vinculada a la producción de bienes y servicios informativos. Su reproducción dependería también de otros sectores de la sociedad, sobre todo de las económicas, políticas y culturales. (70)

La historia de la formación social capitalista ha discurrido hacia niveles progresivos de racionalización, burocratización y dependencia tecnológica, Las organizaciones sociales resultantes de ese proceso, en la actualidad, están entretejidas económica, política, administrativa, cultural e ideológicamente con los sistemas de comunicación, siendo esta la nueva forma de organización de la comunicación social institucionalizada.

La revolución burguesa desde el renacimiento ha sometido a los sistemas de comunicación al avance de las ciencias y las técnicas, así como incorporado a su lógica toda manifestación de progreso. La comunicación de masas emana de aquella conquista, donde la innovación tecnológica ha sido una de sus necesidades fundamentales.

El esfuerzo puesto para el desarrollo de la comunicación de masas guiada por la ética del progreso tiene un sen-



tido histórico para la burguesía: la apropiación de la dimensión referencial del mundo, necesaria para la apropiación material. Los capitalistas no pueden controlar la información si no conquistan las bases materiales. Para ello son necesaria la aplicación de tecnologías comunicativas con alcance ilimitado. (71)

Desde el Renacimiento la información está orientada hacia el progreso comunicativo, paralelo al progreso científico y económico. Su objetivo, sólo terminará cuando cada hombre, en cualquier lugar pueda ser alcanzado por las comunicaciones burguesas. (72)

Este empeño histórico está a punto de ser consumado, de ahí el peligro de que sobreviva el sistema de comunicación burguesa. La sociedad capitalista debe renunciar a ese objetivo revolucionario. ¿Previó la burguesía ese sistema de comunicación referencial tan poderoso que creó? hoy, en carcelado en su propia lógica tecnológica. (73)

La tecnología permite la transformación de la formación socioeconómica. Sin embargo, su innovación cuando es desviada de su función de equiparamiento colectivo comienza a producir contradicciones que terminan en disfunciones para el sistema capitalista: este fenómeno que repercute en la comunicación social merece un análisis. (74)

El proceso tecnológico ha traspasado las barreras geográficas. Los productos comunicativos pueden distribuirse desde cualquier sitio. La comunicación vía satélite crea, por primera vez en la historia, las condiciones adecuadas para que -

cada comunicación humana comparta la dimensión referencial de todo nuestro mundo. (75)

Hasta aquí fue descrita brevemente la metodología paradigmática para el estudio de la comunicación social institucionalizada, propuesta por Manuel Martín Serrano. Antes de concluir este capítulo y en concreto este último apartado, conviene alertar al lector, que en la presente tesis no serán desarrolladas todas las categorías de análisis habidas en el paradigma de la Teoría Social de la Comunicación, sino solamente algunas de ellas, las cuales, serán especificadas poco más adelante.

Las categorías elegidas de este paradigma para el desarrollo teórico de la presente tesis, pueden ser que sean las más importantes, como por ejemplo: la Infraestructura, Estructura y Superestructura, así como otras de importancia. Su selección está también en función de la fundamentación de éstas categorías, lo cual tampoco significa, que las teorías que fundamentarán a dichas categorías sean las más importantes, sino solamente las disponibles existentes entre la producción teórica.

Espero que con la presente introducción de este capítulo sea suficiente para comprender la estructura del resto de la tesis, sobre todo, después de haber caracterizado a la comunicación social institucionalizada, una de las últimas formas comunicativas evolucionada durante el proceso histórico y, sobre la cual girará el resto del trabajo, es decir, desde la perspectiva de la Teoría Social de la Comunicación.

## CITAS BIBLIOGRÁFICAS DEL PRIMER CAPÍTULO.

- (1) Martín Serrano Manuel., Teoría de la Comunicación., p.14.
- (2) Ob,cit., p.24-25.
- (3) Ibidem., p.25.
- (4) Et,al., El mundo de la naturaleza., p.32.
- (5) Lamarck., Filosofía zoológica., p.91.
- (6) Ob,cit., p.92-93.
- (7) Et,al., Lingüística: una introducción al lenguaje y a la comunicación., p.77.
- (8) Ob,cit., p.77.
- (9) S.A Barnett., La conducta de los animales y del hombre., p.176.
- (10) Konrad Lorenz., Hombre y animal., p.82-84.
- (11) Marx y Engels., Obras Escogidas., Tomo III., 69.
- (12) Et,al., El mundo de la naturaleza., p.20-34.
- (13) Ob,cit., p.33-38.
- (14) William L Smallwood., Biología., p.641-646.
- (15) Ob,cit., p.648.
- (16) Konrad Lorenz., Hombre y animal., p.7.
- (17) Manuel Martín Serrano., Teoría de la comunicación., p.25.
- (18) Martín Manuel Serrano., La producción social de la comunicación., p.22.
- (19) Ob,cit., p.22.
- (20) Martín Manuel Serrano., Teoría de la comunicación., p.24.
- (21) Ob,cit., p.32.
- (22) Et,al., El mundo de la naturaleza., p.20-34.
- (23) C Marx y F Engels., Obras Escogidas. Tomo III., p.69.

- (24) Swadesh Mauricio., El lenguaje y la vida humana.,p.9.
- (25) J Roca-Pons., El lenguaje.,p.8-9.
- (26) Ob,cit.,p.19-11.
- (27) Ibidem.,p.19-11.
- (28) Ibidem.,p.19-11.
- (29) Ibidem.,p.10-11.
- (30) Ibidem.,p.11.
- (31) K Berlo David., El proceso de la comunicación.,p.128-129.
- (32) Ob,cit.,p.129.
- (33) Ibidem.,p.29.
- (34) Ibidem.,p.29.
- (35) Hybels Sandra., La comunicación.,p.27.
- (36) Ob,cit.,p.27-30.
- (37) K Berlo David., El proceso de la comunicación.,p.1.
- (38) Matín Manuel Serrano., La producción social de la comunicación.,p.22.
- (39) Ob,cit.,p.22.
- (40) Hybels Sandra., La comunicación.,p.48.
- (41) Albert Silverstein., el al., La comunicación humana.,p.178.
- (42) K Berlo David., El proceso de la comunicación.,p.25.
- (43) Ob,cit.,p.24-25.
- (44) Ibidem.,p.78.
- (45) Ibidem.,p.23-24.
- (46) Ibidem.,p.34-35.
- (47) Ibidem.,p.39.
- (48) Ibidem.,p.39-40.
- (49) Ibidem.,p.43.
- (50) Ibidem.,p.49.

- (51) Ibidem., p.40-43.
- (52) Burgelin Oliver., La comunicación de masas., p.22.
- (53) Paoli Antonio., Comunicación e información., p.55-56.
- (54) K Berlo David., El proceso de la comunicación., p.147-162.
- (55) Hybels Sandra., La comunicación., p.13.
- (56) Peredo Roberto., Introducción al estudio de la comunicación., p.35.
- (57) MacEntee de Madero., Comunicación oral., p.31.
- (58) K Berlo David., El proceso de la comunicación., p.89-90.
- (59) McEntee de Madero., Comunicación oral., p.47.
- (60) Ob, cit., p.40.
- (61) <sup>1</sup>Martín Manuel Serrano., La producción social de la comunicación., p.17-22.
- (62) Ob, cit., p.72.
- (63) Ibidem., p.73-74.
- (64) Ibidem., p.73.
- (65) Ibidem., p.74.
- (66) Ibidem., p.74.
- (67) Ibidem., p.76.
- (68) Ibidem., p., 76-86.
- (69) Ibidem., p.86.
- (70) Ibidem., p.86-87.
- (71) Ibidem., p.88.
- (72) Ibidem., p.88.
- (73) Ibidem., p.88.
- (74) Ibidem., p.88-89.
- (75) Ibidem., p.90.

**CAPITULO SEGUNDO:****TEORIA DE LA COMUNICACION HUMANA.**

## 2. TEORIA DE LA COMUNICACION HUMANA.

En el capítulo primero fueron explicados algunos elementos que conforman a la Teoría de la Comunicación Humana en -- sus múltiples modalidades. Esta procuró ser desarrollada a manera de proceso evolutivo histórico hasta llegada a una de sus modalidades actuales: la Comunicación de Masas.

De la Comunicación Humana se caracterizaron fundamentalmente a dos de ellas: la Comunicación Interpersonal y la Social Institucionalizada, mismas que sirven de orientación para la estructura de la tesis.

La Comunicación Interpersonal formalizada, se explicó en el capítulo anterior, es el antecedente más próximo para comprender lo que significa la Comunicación Social Institucionalizada. Lo anterior representa que a partir de la primera ha evolucionado la segunda. De la Comunicación Interpersonal, se dijo, interesa sea concebida como proceso de significación para influir cuando menos en más de dos personas, proceso que - sirve de antecedente para la comprensión de los procesos de significación e influencia social emanados de la Comunicación Social Institucionalizada. En este tipo de comunicación, como será comprendido poco más adelante, los procesos de significación e influencia social son producidos por personas o grupos de personas y no por las instituciones, por este motivo, era necesario explicar a la Comunicación Interpersonal sobre esa tendencia de análisis.

En este sentido, la Teoría de la Comunicación Humana consiste en un conjunto de teorías que versan acerca de cómo los

hombres interactúan entre sí intercambiando informaciones para significar algo. Ejemplos de estas teorías son la Comunicación Oral, Comunicación Escrita, Comunicación no Verbal, Metacomunicación, Comunicación Social, etc, todas ellas referidas a la explicación de los comportamientos comunicativos humanos. A esta lista se agregan dos más: la Comunicación Interpersonal y La Comunicación Social Institucionalizada, mismas que serán desarrolladas desde la perspectiva teórico-metodológica en el presente capítulo.

El capítulo presente intentará ofrecer una historia de quiénes, con qué teorías, métodos y perspectivas de análisis han estudiado sistemáticamente a la Comunicación Interpersonal y a la Social Institucionalizada. Se trata de una posible fundamentación científico-epistemológica de ambas teorías. Su desarrollo se intentará explicar históricamente, es decir, desde las teorías más antiguas hasta las más tradicionales. Sin embargo, antes de proseguir, conviene aclarar que las teorías y autores aquí manejados no son todos, lo cual significa, que se describen las teorías disponibles y no a las fundamentales. Se pretende solamente ejemplificar cómo se puede fundamentar a la Teoría de la Comunicación Humana en dos áreas del saber comunicativo.

Espero que con la explicación anterior llegue a comprenderse el desarrollo teórico que persigue la orientación del resto de la estructura de la tesis o, de los sucesivos capítulos. Para efectos de comprensión, primeramente será desarrollada la Comunicación Interpersonal y, posteriormente la Comunicación Social Institucionalizada.



## 2.1. LA COMUNICACION INTERPERSONAL: FUNDAMENTOS CIENTIFICOS EPISTEMOLOGICOS.

Durante las primeras décadas del presente siglo XX, investigadores de la comunicación norteamericanos observaron algunos fenómenos comunicativos ocurridos en su sociedad y, entre uno de ellos se interesaron por el de la Comunicación Interpersonal:

"Tradicionalmente se ha dividido al proceso de la comunicación en dos amplias categorías: comunicación interpersonal y comunicación masiva. Pero en la medida en que aumentaba el interés por la investigación de la comunicación, los diversos espectros comunicativos revelaron que esa dicotomía no incluía a todos los tipos de comunicación. Muchas de esas actividades no quedaban clasificadas en aquellas categorías comunes."(1)

De entre el conjunto de los saberes comunicativos, la Comunicación Interpersonal es un campo de estudio definido. Desde entonces, los investigadores se han tomado la tarea de sistematizarla, caracterizarla y representarla en modelos para interpretar el proceso que en ella ocurre.

Alrededor de 1930, un grupo de expertos en sociología y psicología de la comunicación, la publicidad, opinión pública, relaciones públicas e, investigadores de medios masivos, formularon esquemas para explicar la dinámica de la comunicación humana, auxiliados en las teorías de Lazarsfel, Fernelson, Lasswell, Schramm, Shannon y Weaver y otros.(2)

De la comunicación Humana les interesó el estudio de la estructura y elementos de su proceso que la conforman. Este mismo interés posteriormente sirvió para interpretar al proceso de la Comunicación de Masas, bautizada así por los norteamericanos.

Los antecedentes más remotos para el análisis del proceso de la comunicación interpersonal fueron encontrados en la Retórica de Aristóteles, permitiendo comenzara a emanar los primeros conceptos sobre esta teoría.

Hovland en 1948, definió a la Comunicación Interpersonal como "una situación de interacción en la cual un individuo transmite, en un contexto cara a cara, estímulos (por lo general simbólicos-verbales) para modificar la conducta de otro individuo" (3)

Barnlund identificó características de este tipo de comportamiento comunicativo: 1) "Inicialmente hay una participación perceptual entre dos o más personas físicamente próximas.. Este tipo de contacto rudimentario es un requisito previo para que ocurra su proceso. 2) La participación perceptual aporta la interdependencia comunicativa permitiendo la interacción enfocada: existe atención cognitiva visual en la conversación. Durante la interacción, cada participante proporciona señales y respuestas recíprocamente. 3) Esta interacción enfocada prosigue mediante intercambio de mensajes recíprocos entre los participantes, que según creen, ambos interpretarán conforme a sus expectativas.

4) Se trata de una interacción cara a cara. Puede recurrirse a todos los sentidos y los participantes confrontarse recíprocamente en forma total. 5) Por último, el contexto interpersonal es, en gran parte no estructurado, La frecuencia, forma o contenido de sus mensajes son regidos por pocas reglas."(4)

El mismo autor en 1968 escribió: "El estudio de la comunicación interpersonal se ocupa de investigar situaciones sociales relativamente informales donde las personas mantienen una interacción enfocada mediante el intercambio recíproco de señales verbales y no verbales."(5)

Párrafos atrás se comentó que las comunicaciones cara a cara pueden ser clasificadas en formales y no formales o institucionalizadas. Wilbur Schramm ofrece los siguientes antecedentes de ésta última:

"El pregonero fue, sin duda, la primera institución de la comunicación. La escuela es tan antigua que nadie pensó al reunir un grupo de niños instruidos por una persona sabia que se trataba de cierto tipo de comunicación cara a cara.

La Iglesia, desde su fundación, ha estado canalizando información directa e indirecta hacia las masas populares, Las bibliotecas son tan antiguas como las tablillas de arcilla de Babilonia, piedras y papiros de Alejandría. Los bazares, mercados y ferias han reunido durante muchos miles de años a las personas para intercambiar noticias, ideas y humoradas. La gente ha desarrollado sus propias formas de reunirse para el intercambio de información. Incluso hoy en día,

sigue siendo un tiempo para la comunicación social, incluyendo al trabajo. En Africa, la discusión prolongada ha hecho posible durante largo tiempo que los miembros de la tribu hablasen acerca de sus problemas con el jefe. Los foros del mundo mediterraneo eran lugares de reunión donde la gente podía encontrarse, se transmitía información, se promulgaban leyes y se tomaban decisiones de audiencias públicas.

En muchas partes del mundo, cómicos de la lengua, el teatro de marionetas, los grupos de danza y los juglares, iban y todavía van de comunidad en comunidad entreteniendoy transportando información. En el Oriente Medio, la cafetería ha sido por mucho tiempo un lugar de discusión y relax.

Además de todos estos lugares donde las personas podían reunirse para hablar, ser habladas e informadas, existe toda una larga tradición de 'medios silenciosos': estatuas que comunican la grandeza de los dioses de mundo antiguo, edificios y monumentos conmemorativos como el Taj Mahal y las Pirámides, notables concepciones como la catedral, que no sólo reunía a la comunidad y le transmitía un modo de vida, sino que también les enseñaba la historia de la humanidad y las podía transportar al futuro.

Estos medios cara a cara, como sus sucesores impresos y electrónicos, existen para facilitar la comunicación social. Fueron institucionalizados en torno a ésta función y organizados mediante reglas, objetivos, funciones profesionales y de apoyo.

Al igual que los modernos medios, incluso el más serio de aquellos incluyen una considerable mezcla de entretenimiento. El hecho de que la mayoría de ellos sea utilizados hoy en día es el testimonio de su efectividad."(6)

Como se puede comprender, aquellos medios institucionalizados cara a cara, posteriormente otorgaron su función de entretenimiento, información, orientación, educación, etc, a los modernos medios de comunicación de masas.

Pasando a la descripción de los modelos del proceso de la comunicación, puede decirse que son intentos para interpretar a su proceso. Aristóteles fue uno de los primeros quien marcó algunos de sus elementos: 1) El que habla (orador). 2) El discurso (mensaje). El que escucha (perceptor).

Cada uno de ellos es importante para que ocurra el proceso de la comunicación, sobre todo si se estiman sus interrelaciones. El modelo Aristotélico fue la base para construir más tarde a otros más sofisticados.(7)

Aristóteles (384-322 A.C) definió a la comunicación (Retórica) como la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión. Organizó su trabajo en tres capítulos:

1) La persona que habla. 2) El discurso que pronuncia. 3) La persona que escucha.(8)

En 1930 Lasswell introdujo dos elementos más a los tres mencionados por Aristóteles para interpretar al proceso de la comunicación: el canal y efectos:

QUIEN dice QUE en QUE CANAL a QUIEN y con QUE EFECTOS

1            2            3            4            5            (9)

En En 1947 Lasswell esquematizó su metodología en un "Paradigma" de cinco líneas de investigación: 1) Quién: Análisis de Control. 2) Dice qué: Análisis de contenido. 3) En qué canal: Análisis de medio. 4) A quién: Análisis de -- audiencia. 5) Con qué efecto: Análisis de efectos.

Puntualizó que "el acto de comunicación es el resultado de la interacción de cinco elementos y, desde esta perspectiva se interrelacionan en un proceso. La importancia del Paradigma de Lasswell se extendió prácticamente a toda la ciencia mundial del estudio de la comunicación durante el siglo XX" (10)

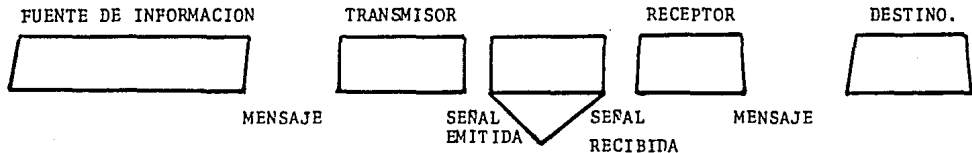
Para 1948 Claude Shannon y Warren Weaver, desarrollaron un modelo de comunicación electrónica. Los investigadores de la conducta dedujeron que era útil para interpretar el proceso de la comunicación humana. (vease al modelo en la página siguiente).

El transmisor y el receptor son elementos que complementaron al modelo Aristotélico. Miguel de Moragas afirmó que este modelo de carácter físico-matemático es una fórmula que pretende una aplicabilidad universal receptible.

Decio Pignatari agregó que una de las limitaciones de dicho modelo se encuentra en la señal: en comunicación humana se transmite información y contenido, algo que no es posible a través de señales. (11)

A pesar de ser un proceso de comunicación entre aparatos, este modelo ofreció elementos importantes para la interpretación del proceso de la comunicación humana, en el cual, participan casi todos los elementos postulados.

MODELO DE SHANNON Y WEAVER QUE INTERPRETA AL  
PROCESO DE LA COMUNICACION ENTRE MAQUINAS.



FUENTE DE  
INTERFERENCIAS

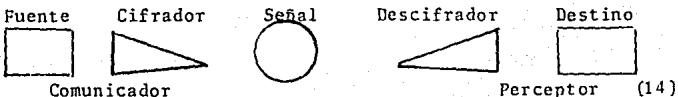
(12)

A mediados de la década de los 50, Wilbur Schramm aplicó el modelo de Shannon y Weaver al proceso de la comunicación humana. Consciente de que se trataba de un esquema físico-matemático introdujo algunas modificaciones.

El punto de partida de Schramm es el modelo de Aristóteles: emisor-mensaje-receptor. Del de Shannon y Weaver toma casi a todos los elementos, pero introduce a éste el concepto de código, al cual lo define como conjunto de signos y símbolos utilizados en comunicación humana. Solamente en función del código conocido por los interlocutores pueden interpretarse los mensajes. El código debe ser común a ambos. Analizó también a cada uno de los elementos citados, procurando hacerlos más análogos a la comunicación humana, que poco después, también los aplicó al de la Comunicación de Masas.

Dijo que la 'retroalimentación o información que proviene en retroceso, de receptor al transmisor a través de mensajes es abundante en comunicación interpersonal y escasa en comunicación masiva. (13)

Schramm introdujo también el concepto de 'cifrador' y... 'descifrador' de mensajes, cuyos términos se refieren a la interpretación psicológica del significado de los mensajes entre los interlocutores.

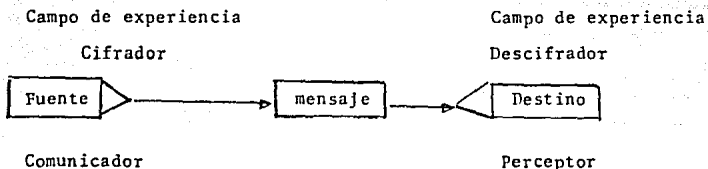


El autor vislumbró el hecho de que fuente y receptor son



la misma persona, destino y receptor la otra en comunicación humana. Estableció como condición esencial para la interpretación de los mensaje una 'experiencia común' entre ambos. Si los campos de experiencia no son similares, los mensajes no serán comprendidos en su significado. A este concepto, el autor lo llamó: 'Marco de Referencia!'

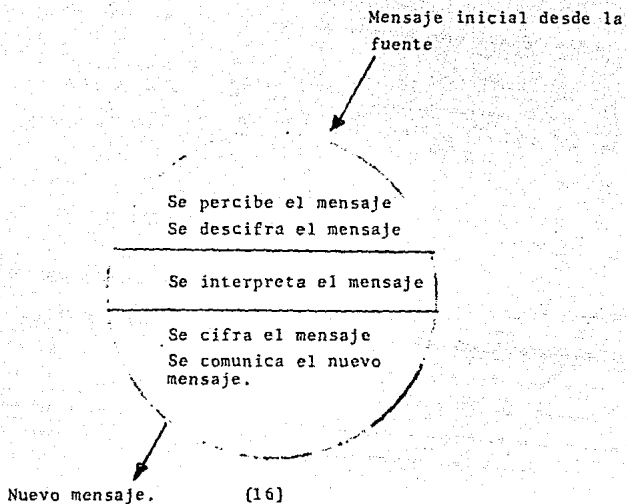
### Interferencia semántica



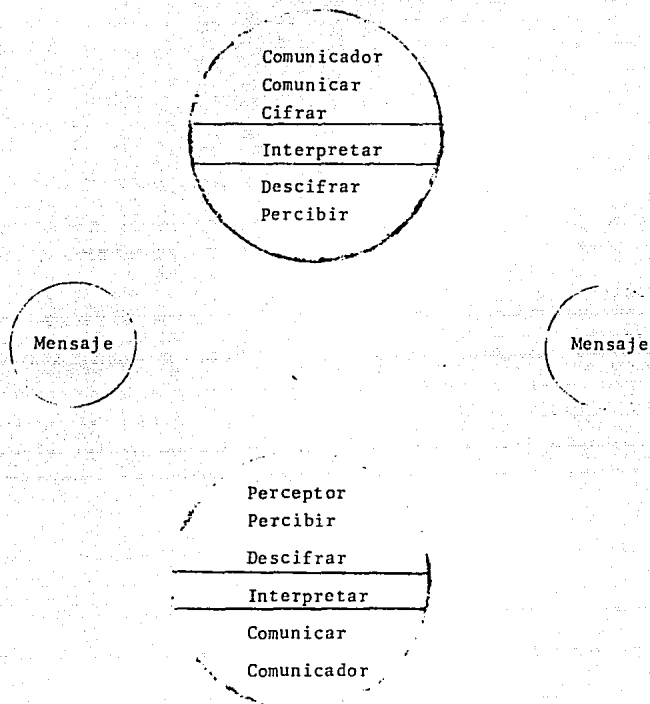
Campo de experiencias: mientras  
 más grades sean más eficaz será  
 la comunicación.

(15)

Cada persona en el proceso de comunicación es comunicador y receptor. Todas las personas son capaces de descifrar (comprender) su significado. Pero todas las personas interpretan de manera distinta, pudiendo comprender un mismo mensaje en forma diferente. Berlo dice que el significado no está en los mensajes, sino en las personas. Sin embargo, siempre habrá una respuesta. Para transmitir esa respuesta, el perceptor tiene que cifrarla (seleccionar ideas) y luego poder comunicarla. Este proceso Schramm lo explica de esta forma:



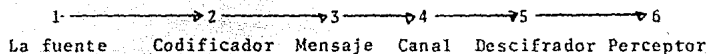
Cuando la comunicación es interpersonal, las personas alternan sus roles de comunicador y perceptor. La respuesta que se le da a cada mensaje se denomina "comunicación de retorno", muy importante porque indica cómo se interpretan -- los mensajes. (Vease modelo en la siguiente página.)



La respuesta como comunicación de retorno.

Las aportaciones de Shannon y Weaver también permitieron a David K Berlo proponer un modelo para la descripción de la comunicación humana, compuesto por seis elementos: 1) Fuente. 2) Encodificador. 3) Mensaje. 4) Canal. 5) Decodificador. 6) Receptor.

Al igual que Schramm, Berlo consideró importante la existencia de un código para que ocurra la comunicación y su comprensión. De éste se derivan los conceptos de encodificador y decodificador. Los planteamientos de Berlo fueron muy similares a los de Schramm, pues cifrador-descifrador cumplen la misma función de encodificador-decodificador para que sea posible la comprensión de los significados que discurren en los mensajes. Puede afirmarse que ambos modelos son complementarios. (18)



(19)

En resumen: los modelos presentados incluyen los tres elementos contenidos en el Aristotélico. Berlo y Schramm, basados en el esquema de Shannon y Weaver introdujeron la noción de código, como elemento importante en comunicación humana. Lasswell, y Berlo mencionan respectivamente al medio y canal por donde se transmite el mensaje. Finalmente, Schramm alude a la retroalimentación entre emisor y perceptor, mientras --

que Lasswell menciona los efectos (...) y su Paradigma que emana de la comunicación interpersonal es aplicado más tarde a la comunicación de masas. Berlo, cuando se refiere a los componentes de su modelo indicando sus características lo hace en función de la comunicación interpersonal, grupal y masiva. (20)

En síntesis: los modelos que fueron examinados esquemáticamente han dependido de los progresos científicos para su interpretación en torno al proceso de la comunicación. Cabe reconocer que su formulación ha sido punto de partida para desarrollar varias tendencias de investigación en comunicación a nivel mundial. (21)

Hasta aquí se han ofrecido algunos planteamientos teóricos en torno al estudio de la Comunicación Interpersonal, pocos pero suficientes para dejar una idea clara de la modalidad con que puede ser sistematizada este tipo de teoría. Sin embargo, pensamos que todavía falta mucho por sistematizar e investigar en torno a este tipo de comunicación. Aquí sólo se presentaron algunos aspectos de su estudio, sobre todo, se intentó destacar aquellos temas relacionados con la significación de los mensajes, mismos que pueden servir como antecedente para la comprensión de los procesos sociales de significación en comunicación social institucionalizada, sólo que en esta ocasión desde la perspectiva científica-epistemológica del saber comunicativo.

## 2.2. LA COMUNICACION SOCIAL INSTITUCIONALIZADA.

Manuel Martín Serrano ha señalado que la evolución -- del hombre ha sido guiada por nuevos factores de cambio: - la sociedad y la cultura, cuyas creaciones humanas han precisado de la generalización de las relaciones comunicativas a todo ámbito de interacción.

El análisis que a continuación se comenta en torno a la Comunicación Social Institucionalizada proporciona elementos necesarios para el entendimiento de las interacciones entre el hombre y sus productos culturales comunicativos, donde - los Sistemas de Comunicación representan su máxima expresión. El hombre a partir de éstos produce informaciones que expresa y difunde a un gran número de personas distantes y dispersas en la sociedad:

Los actores humanos han ampliado el ámbito de sus referentes comunicativos auxiliándose del ecosistema material, - gnosceológico, cultural, ideológico y de valores que él mismo ha creado. Para hacer comunicarse se sirve de substancias expresivas materiales fabricadas expofeso por él para ampliar su repertorio de expresiones.

Sus formas de comunicación han logrado multiplicarse sirviéndose de amplificadores tecnológicos, como el telégrafo, radio y televisión. Sólo el hombre recurriendo a éstas técnicas ha logrado transformar unas formas de energía a otra para generar señales más rápidas y de mayor alcance. (22)

El análisis de las interacciones del hombre con sus Sistemas de Comunicación o, el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada, constituye en la actualidad un amplio campo de reflexión científica vías a su desarrollo y sistematización. Objeto de estudio que implica la participación de las ciencias sociales en general, dice Manuel Martín Serrano:

"Entiendo que son Ciencias de la Comunicación todas aquellas que tienen por objeto de análisis las interacciones en la que existe el recurso a actos expresivos. La Teoría de la Comunicación tiene que proporcionar el paradigma que sirva de marco de referencia al conjunto de las Ciencias de la Comunicación. Le corresponde ocuparse de las características que diferencian a las interacciones expresivas de otras modalidades de interacción que recurren a actos ejecutivos. El nivel de análisis tiene que tomar en cuenta toda posible manifestación de las relaciones (...) tecnológicamente expresadas." (23)

El estudio de la Comunicación Social Institucionalizada delimita su especificidad por pertenecer al conjunto de las Ciencias de la Comunicación Sociales. Se trata de una categoría histórica especial en Teoría de la Comunicación.

"Cuando la comunicación humana se sirve de tecnologías - que permiten multiplicar los productos comunicativos (por ejemplo la imprenta), implica a numerosos sujetos o se refiere al acontecer que concierne a la comunidad. El estudio de - éstas prácticas le reserva un lugar entre las Ciencias de la Comunicación que son Sociales. La denominación para delimitar

los trabajos en esos campos es "comunicación social". Pero el rótulo me parece confuso. Convendría otro que especifique más al estudio de la comunicación social institucionalizada entre el conjunto de las Ciencias de la Comunicación:

a) Comunicación social dice demasiado si se fundamenta en el uso "no privado" de la información. Toda comunicación humana, incluida la privada es social en razón de la naturaleza de los actores. Los respectivos estudios de Comunicación Humana y Comunicación Institucional quedan difuminados. (24)

b) Comunicación social dice demasiado poco si se refiere sólo a las interacciones que están tecnológicamente mediadas, es decir, aquellas en las que sólo se utilizan los medios. La comunicación social existe y existió sin la necesidad de herramientas mediadora alguna. En muchas comunidades funcionan Sistemas Institucionalizados de Comunicación con el mero recurso de la palabra hablada.

c) Comunicación social delimitada solamente a su campo de objeto material sería una denominación científicamente incorrecta.

d) Finalmente, comunicación social, es una denominación históricamente asociada a una concepción propagandística, -- cuando no desemboladamente manipuladora, enfoque más bien asocial que conviene colocarlo en el sitio del saber instrumental, para que no siga suplantando al conocimiento científico. (25)



"La existencia de información que se produce, distribuye y usa de forma institucionalizada concerniente a los acontecimientos que interesan a la comunidad en su conjunto, debe ubicarse en una disciplina que pertenezca al ámbito de los estudios sociales, propongo se denomina a ésta: Teoría Social de la Comunicación."(26)

"La información destinada al conjunto de la comunidad es un fenómeno de producción social a partir del momento en que se institucionaliza el tratamiento y uso de la información. Esta institucionalización se logra cuando una organización más o menos especializada en esta tarea, asigna recursos materiales y humanos."(27)

El paradigma de análisis para este tipo de fenómenos Manuel Martín Serrano lo denomina Producción Social de la Comunicación.

"El desarrollo de un Sistema Social de Comunicación supone que el colectivo humano ha alcanzado un nivel de interacción en el que la cooperación y solidaridad se fundan en criterios de pertenencia al grupo. Se puede estar seguro de que los Sistemas Sociales de Comunicación se hacen posibles y sólo posibles cuando el grupo se reifica, es decir, cuando puede ser autosuficiente en sus necesidades y derechos, entidad diferenciada del resto de otros grupos."(28)

Antecedida la Teoría Social de la Comunicación y descritas las características de la Comunicación Social Institucionalizada, en base a los argumentos de Manuel Martín Serrano, se procederá a fundamentar en base algunas teorías a los aspectos más significativos de este tipo de comunicación.

Antes de proseguir cabe manifestar que muchas de las categorías contenidas en la Teoría Social de la Comunicación y la Producción Social de la Comunicación propuestas por Manuel Martín Serrano, están metodológicamente especificadas, pero muchas de ellas poco desarrolladas. Las teorías aquí usadas para su posible fundamentación son solamente las disponibles. Existen muchas y quizá fundamentales que pueden fundamentar mejor a estas categorías, por lo cual se recomienda, las teorías aplicadas se estimen a manera de ejemplo. También conviene señalar que no todas las categorías de análisis del paradigma de Manuel Martín Serrano serán desarrolladas, sino solamente las que a continuación se comentan: características de la comunicación social institucionalizada (comunicación directa e indirecta. Recíproca y unilateral. Privada y Pública). Comunicación Pública. Tipologías de Sistemas de Comunicación Institucional, así como algunos antecedentes históricos del estudio de la Comunicación Social Institucionalizada desde la perspectiva científico-epistemológica, por lo que se refiere al presente capítulo.

Otras categorías de análisis de este paradigma serán desarrolladas en el próximo capítulo, las cuales serán mencionadas y explicadas en su momento oportuno.

Para efectos de una mejor comprensión en torno al desarrollo del presente capítulo comenzaré por comentar a -- las características de este tipo de comunicación.

### 2.2.1. CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION SOCIAL INSTITUCIONALIZADA.

Gerhard Maletzke ha elaborado una tipología del estudio de la comunicación social explicando al respecto: "La comunicación social es un fenómeno sumamente complejo obteniendo diversos criterios en su clasificación. De las innumerables posibilidades tomaremos aquí sólo aquellos términos que tienen importancia fundamental para entender aquel fenómeno. Tales son las siguientes formas: a) Directa e Indirecta. b) recíproca y unilateral. c) Privada y pública:

#### 2.2.2. COMUNICACION DIRECTA E INDIRECTA.

Cada comunicación social se realiza directa, sin intermedios cuando se trata de una comunicación cara a cara, también conocida como interpersonal. Este tipo de comunicación puede adquirir otra modalidad cuando es mediada por algún aparato tecnológico, por ejemplo, el teléfono, entonces se torna indirecta, mediata, transmitida a través de una distancia-espacio pero realizada entre personas. El deseo de vencer el nexo "aquí-ahora", el espacio-tiempo es una exigencia del hombre desde tiempos remotos. El medio más antiguo de ir más allá de la comunicación directa está representada por el uso de señales, posible de encontrar hasta en épocas prehistóricas. Pero mientras las señales permitieron transmitir sólo mensajes de contenido simple, el hombre creó con la escritura la posibilidad de cristalizar y fijar el idioma y, con ello una gran cantidad de lo que es posible alcanzar.

En realidad, con la escritura fue recién posible aquel intercambio sobre el espacio y sobre el tiempo y aquella acumulación de expresiones volvieron factible que la cultura humana pueda desde entonces existir.

Otro paso decisivo, que inició el desarrollo de la comunicación moderna, fue la invención de la imprenta que permitió por primera vez multiplicar a voluntad y en tiempo relativamente corto un mensaje, para poder difundirlo a un gran número de personas en una misma forma. Esta es una característica de toda comunicación social. (30)

Pero también existe otra modalidad de comunicación social, por ejemplo, la radiofónica y televisiva, hallándose separados los participantes en espacio tiempo de manera unidireccional. La diferencia entre comunicación directa e indirecta nos lleva a la siguiente conclusión: la comunicación social (institucionalizada) es siempre indirecta. (31)

### 2.2.3. COMUNICACION RECÍPROCA Y UNILATERAL.

La comunicación siempre se efectúa recíprocamente, como en conversaciones personales o, unilateralmente, sin intercambio de papeles entre emisores y receptores. Aquí sólo un interlocutor emite mensajes y la otra los percibe continuamente. En una práctica social de comunicación es posible evidenciar que puede ser recíproca-unilateral, pero también directa-indirecta. Recíproca-indirecta es la comunicación en una conversación cara a cara. Una comunicación recíproca-indirecta existe al telefonar o hablar a través de la radio.

Unilateral-directa es la comunicación ocurrida durante una conferencia. Unilateral-indirecta es, por fin la comunicación mediante la palabra escrita e impresa, los discos y cine, radio y televisión. Con esto, se obtiene un segundo - hecho fundamental: toda comunicación social (institucionalizada) transcurre de modo unilateral. Los participantes en este proceso, están unidos solamente a través de un medio - técnico, construido en tal forma que los mensajes son transmitidos sólo en una dirección. La unidireccionalidad está preestablecida por las características del medio. (32)

#### 2.2.4. COMUNICACION PRIVADA Y PUBLICA.

Si el informante pretende que su mensaje sea escuchado por un gran número de personas , pero el círculo de personas no está delimitado ni claramente definido por el informante, la comunicación tiene el carácter de ser pública.

Los mensajes en comunicación social no están dirigidos a grupos delimitados, ni específicamente determinados en ese sentido, la comunicación social (institucionalizada) es siempre pública. (33)

Por las características obtenidas anteriormente se puede concluir que la Comunicación Social Institucionalizada es: indirecta, unilateral y pública.

" Por comunicación social (institucionalizada) entendemos aquella forma en la cual los mensajes son transmitidos: públicamente, es decir, sin la presencia de un conjunto de receptores limitados y definidos . Por medios técnicos de -

comunicación a distancia espacial, temporal entre los participantes. Unilateral, sin intercambio de respuestas entre los que emiten y los que perciben los mensajes, dirigida a un público disperso" (34)

"Una comunicación social (institucionalizada) puede ser distinguida de otras clases de comunicación por el hecho de que es dirigida a un amplio grupo de la población de todos los estratos, más bien que sólo a un individuo o a una parte de la población. Ello hace que asuma implícitamente algún medio técnico para transmitir la comunicación a fin de que ésta llegue, al mismo tiempo a las personas que componen los estratos de la población." (35)

"Una comunicación social (institucionalizada) es aquella en donde una fuente única, capaz de ser transmitida a un público receptor infinitamente grande..la entregue aproximadamente simultánea en mensajes idénticos a través de mecanismos de reproducción y distribución de alta velocidad a un número relativamente grande e indistintos de personas." (36)

Esta nueva forma de comunicación (institucionalizada) puede ser distinguida de tipos antiguos, por las siguientes características: está dirigida a públicos receptores relativamente grandes, heterogéneos y anónimos; los mensajes son transmitidos públicamente, a menudo arreglados temporalmente de modo que lleguen simultáneamente al mayor número de receptores y, sus mensajes son transitorios: el comunicador tiende a ser una organización compleja que puede requerir grandes sumas de dinero." (37)

La comunicación social (institucionalizada) se refiere al uso de la tecnología por profesionales especializados en disseminar grandes cantidades de contenidos idénticos a una colectividad físicamente dispersa." (38)

"Bajo comunicación social (institucionalizada), debe entenderse el proceso por el cual grupos de especialistas utilizan medios técnicos (prensa, cine, radio, televisión, etc) para transmitir a un gran número de personas heterogeneas y diseminadas, contenidos simbólicos." (39)

Caracterizada la Comunicación Social Institucionalizada conviene ahora destacar algunas de sus modalidades, unas de ellas son Comunicación Pública y también la Comunicación de Masas. La Teoría Social de la Comunicación, parte del análisis de la primera, por lo cual, precisa sea caracterizada entre el conjunto de las comunicaciones sociales - institucionalizadas. La Comunicación Pública será el tema a desarrollar inmediatamente en base al desarrollo teórico de Manuel Martín Serrano.

### 2.3. LA COMUNICACION PUBLICA.

La comunicación pública es una organización colectiva, cuya actividad consiste en proveer de información necesaria para la reproducción de la comunidad. No es la primera ni la única modalidad de comunicación social. Desde tiempos remotos existía la comunicación pública. Las relaciones de parentesco realizaban interacciones expresivas para su reproducción en base a reglas y funciones válidas para la organización de grupos.

La comunicación pública, aunque también eventualmente fue cauce informativo para la interacción entre la familia, es un modo de organización social ya desprendida de ésta. Se diferencia porque precisa de sus propias instituciones independientes para la distribución, producción y reproducción de la información que circula entre la comunidad en su totalidad.

Es una forma de comunicación donde la información se produce y distribuye por el recurso a un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como conjunto social. (40)

La comunicación pública se caracteriza porque tiene asignada especialistas en el tratamiento de la información. Esta especialización hace que la comunicación pública adopte el carácter de ser institucionalizada, reconociendo como legítimo un modo sistemático de adquirir, procesar y distribuir las noticias que conciernen a los intereses colectivos. Este sistema se diferencia por los siguientes rasgos en el ma-



nejo de la información: 1) La organización que tenga a su cargo la comunicación pública es considerada institución de la comunidad, a pesar de que se constituya sobre la base material y formal de intereses privados o de grupos.

2) El sistema destinado a la producción de la comunicación pública se especializa para tratar información que interesa o afecta a las instituciones sociales, sin que en su proceso intervengan intereses particulares.

3) Los temas que se comunican por un Sistema de Comunicación Institucional están tratados, prescritos y formalizados, incluyendo aquellos no regulados. Esta oficialidad distingue a la comunicación pública de otras modalidades de comunicación elaboradas por grupos ejenos al sistema. Los temas son de carácter colectivo y no particulares.

4) La comunicación pública que circula como proceso institucional es confiable y autorizada.

5) El sistema tiene establecido quienes pueden ser comunicadores, en qué ocasiones y lugares, cuando la información concierne a temas que disfrutan de carácter público. (41)

En base a estos rasgos distintivos en el manejo de la información es posible definir en qué consiste un Sistema de Comunicación Institucionalizado: "Asignación de recursos materiales y humanos a una organización especializada en la obtención, procesamiento y distribución de información destinada al interés público, cuyas características y funcionamiento están explícitamente legitimadas y reguladas." (42)

### 2.3.1. TIPOLOGIAS DE SISTEMAS DE COMUNICACION PUBLICA.

"Las diferentes sociedades han institucionalizado diversas modalidades de comunicación pública en distintas etapas de la evolución de la humanidad. Aunque el repertorio de estos sistemas nunca llegue a ser identificado, resulta posible y útil establecer 'tipologías', dice Manuel Martín Serrano.

Pertenecerán al mismo sistema de comunicación institucional todos los existentes durante la historia que tengan afinidades en su Estructura, Infraestructura y Superestructura. (43)

Históricamente los Sistemas de Comunicación Institucional debe rastrear todos los posibles incluyendo a la Comunicación de Masas. Manuel Martín identifica a cuatro tipos de sistemas:

1) Existió y existe el recurso a la Comunicación Asamblearia, se caracteriza porque todos los miembros de la comunidad y sus portavoces se reúnen en un sitio y ocasión. Sólo determinados comunicadores se dirigen al resto de la población para tratar asuntos públicos.

2) Existe la Comunicación por Emisarios: un mensajero es asignado para transportar y difundir al resto de los miembros de la comunidad información pública. El delegado es el encargado también de recoger información procedente de la comunidad.

3) Surgió la Comunicación por Redes de Distribución de Mensajes: modalidad especializada en el tratamiento de la información destinada a la colectividad y, elegida por esta para que cumpla esa función. Se caracteriza porque establece ca-

nales de distribución alternativos. La información no ocurre directamente entre comunicador y comunidad, sino que existen intermediarios oficiales que difunden la información después de haber sido tratada. Su procesamiento puede requerir de varios eslabones antes de la transmisión. Todos los participantes en el tratamiento de la información están autorizados para que cumplan esa función, reduciendo o ampliando la información original. Se trata de una organización dedicada a la administración de las actividades comunicativas que conciernen a la colectividad. Tienen asignado recursos materiales para la fabricación de medios de comunicación. Sus participantes son muchos y especializados, pero sólo unos pocos pueden difundir informaciones públicas.

4) Apareció el sistema predominante de las sociedades industriales, denominado Sistema de Tecnologías de Producción y Distribución en Masa de Productos Comunicativos. Su variante más evolucionada es la Comunicación de Masas. Se caracteriza porque da cauce al intercambio de información privada, económica, cultural, política, religiosa, es decir, es un sistema mediador de estas actividades sociales. Su función es especializarse en el tratamiento y distribución de información procedente de sectores que detentan el poder ideológico de la sociedad.

Estos sistemas adquieren el carácter de autónomos respecto a las instituciones políticas respecto a la burocracia estatal y religiosa.\* Se caracteriza también por el uso indispensable de tecnologías para la producción y distribución masiva -

\* Religiosa

de productos comunicativos, perfeccionando constantemente este recurso para la reproducción de su sistema comunicativo. (44)

Por todo lo anterior podemos concluir que la Comunicación Social Institucionalizada es pública. Ha existido y evolucionado a través del curso histórico. Es un sistema especializado en el manejo de la información que interesa a la comunidad en general en torno a los asuntos de carácter público. Ha existido y desarrollado sin y con la existencia de tecnologías para el tratamiento, producción y distribución de la información. Sus participantes son especializados. En este tipo de comunicación cohabitan en su sistema de alguna u otra forma la Comunicación Asamblearia, de Emisarios; Redes de Distribución de Mensajes y; Sistemas Tecnológicos de Producción y Distribución en Masa de Productos Comunicativos legadas por formas de de organización menos complejas.

Comunicación Social Institucionalizada, entendida como concepto actual y acuñada científicamente por teóricos de la comunicación social, reúne las características anteriores tornándose un sistema de comunicación complejo, cuya modalidad más evolucionada históricamente la constituye la Comunicación de Masas.

Concebida así la Comunicación Social Institucionalizada procederé ahora a ofrecer algunos antecedentes históricos en torno a los factores que le permitieron se configurara en un sistema de comunicación.

Los antecedentes más próximos de la comunicación pública se relacionan con las funciones de comunicación del Estado. Originariamente consistió en la producción, distribución y difusión de los discursos políticos-jurídicos. Este hecho obliga estudiar su organización y estructura de este tipo, así como a los contenidos normativos de sus mensajes. (45)

La producción de discursos: institucionales, políticos, jurídicos, jurídicos-políticos, discursos interinstitucionales y superestructurales de este tipo de sistemas, son indispensables como objeto de estudio. (46)

Aristóteles fue uno de los primeros en atender el discurso público en su tratado la Retórica. Esta significó: "la conquista de la mente humana por medio de las palabras, a través de todos los medios posibles de persuasión. Era un método psicológico persuasivo. (47)

Desde entonces los investigadores de la comunicación norteamericana y, durante la primera y segunda guerras mundiales aplicaron los principios aristotélicos para producir sus teorías:

"La nueva retórica se ocupa también del proceso de la persuasión. Al igual que la aristotélica, trata de la descripción objetiva y análisis de estos procesos basados en la psicología, cuya información procede del comportamiento humano. (48)

A través de la historia, el discurso público ha experimentado pocos cambios, al igual que los griegos, los políticos lo han concebido como un recurso persuasivo. Sin embargo,

en el siglo XX los oradores tienen que estimar la rapidez con que operan la tecnología y los modernos medios de comunicación. El discurso largo y pausado de antaño ahora tiene que limitarse a unos pocos minutos. De igual modo, el estudio del discurso ha girado en torno a la interacción entre orador y audiencia. Pero la tecnología ha generado fenómenos de comunicación donde el orador se dirige a una audiencia invisible, la interacción retardada de las respuestas, etc. El discurso público está pasando por un periodo de transición, pero sigue siendo una combinación de lo antiguo con lo moderno: se puede ofrecer una conferencia en auditorio y simultáneamente ser televisado o radiodifundido. (49)

Los norteamericanos son quienes más han estudiado la comunicación pública debido a múltiples intereses que tienen que ver con la estructura del poder: militar, político, jurídico, cultural, económico e ideológico de aquella nación. La comunicación pública fue estudiada a partir de éstas formas, así lo expresó Wilbur Schramm:

"Durante los últimos treinta años (1930-1960) un número cada vez mayor de intelectuales de los Estados Unidos se ha interesado en el estudio del proceso y efectos de la comunicación. Naturalmente no se ha convertido en una disciplina académica como la física o economía, pero sí ha alcanzado ser un campo de investigación y teoría: la comunicación es el proceso social fundamental. La investigación ha atraído la atención de psicólogos, antropólogos, sociólogos, políticos, científicos, matemáticos, lingüistas, quienes han contribuido a una mejor comprensión de esta ciencia.." (50)

"Me apresuro a decir que no solamente estudiamos la comunicación a través de periódicos, radio y televisión. En Estados Unidos, la investigación de comunicación trata de todas las formas en que se efectúa el intercambio de ideas y la forma en que éstas se comparten. Así, estamos hablando de Comunicación de masas como de otras formas de comunicación."(59)

Fueron los norteamericanos quienes primeramente comenzaron estudiar a la comunicación social institucionalizada entendida como tal, después de 1914 cuando aparecieron los modernos medios de comunicación. Su estudio fue motivado por varios factores ocurridos entre las dos primeras guerras mundiales. La siguiente cita refleja aquella multiplicidad de intereses en sus diversas modalidades:

En 1920 la estación radiofónica KDKA de Pittsburgh realizó un reportaje sobre la elección del candidato republicano Warren G Harding, fue entonces cuando la radio nace como medio de información política.

Meses más tarde se difundió a través de la RCA un combate de box entre Dempsey vs Carpentier estableciéndose los lazos entre el deporte y la radio.

En 1912, el Estado Norteamericano acordó los diferentes tipos de licencias para las radiodifusoras. En 1922 las estaciones de radio plantearon que éstas debían ser financiadas y pagadas por fabricantes, distribuidores y comerciantes. En ese mismo año la estación WEFA de N.Y fue financiada por la publicidad patrocinada por 25 empresas, configurandose así la primera cadena de estaciones en U.S.A.

La aparición de la radio ocurrió en plena libertad pero no sin conflictos entre intereses opuestos: periódicos, agencias de prensa, sociedad de autores y compositores, etc.

Muy pronto se constituyeron estaciones a cargo de universidades y otras organizaciones opuestas a la radio comercial. Para 1929 la publicidad en radio representaba un negocio de 60 millones de dólares.

La música ocupó un lugar privilegiado en este medio para atraer oyentes a favor de los ingresos publicitarios comerciales.

Harding fue el primer presidente de Estados Unidos que pronunció un discurso por radio. La ceremonia de toma de posesión de Coolidge como Presidente el 4 de marzo de 1925 fue radiada por 27 estaciones. Los grandes partidos políticos utilizaron la radio en 1924 pagando el tiempo de emisión, pero la campaña electoral de 1928 fue la que motivó la radio de difusión presidencial. (52)

Cuatro científicos fueron los iniciadores del estudio de la comunicación en Estados Unidos: Paul Lazarsfeld estudio las audiencias y efectos de los medios de comunicación. En 1930, Kurt Lewin analizó la comunicación de grupos y roles de sus miembros. Harold Lasswell inició los análisis de propaganda de comunicación en naciones y sociedades y, de actores políticos influyentes. Carl Hovland se interesó en el estudio de 'cambio de actitud'. (53)

Estos cuatro estudiosos fueron los que sentaron las bases del estudio de la comunicación científicamente mundial.



Desde sus orígenes el estudio sistemático de la comunicación fue institucionalizado económica, política, científica e ideológicamente en los Estados Unidos:

"Se ha considerado a la communication research como estudio integrado a nivel social, cultural y psicológico del proceso de la comunicación y los efectos sobre el público. Por tales motivos desde que comenzó a estudiarse científicamente predominó la exigencia de interdisciplinariedad e integración." (54)

El Paradigma de Lasswell marcó importantes áreas de investigación en comunicación institucionalizada:

"El estudio del proceso de la comunicación tiende a concentrarse en estas áreas: Los eruditos que estudian el Quién, contemplan los factores que inician el acto de comunicación, llamamos a esta subdivisión: análisis de control. Los especialistas que enfocan Dice qué, hacen análisis de contenido. Aquellos que contemplan la radio, prensa, películas, están haciendo análisis de medios. Cuando la preocupación es en las personas a quien llegan los mensajes, hablamos de análisis de audiencia. Y si lo que interesa es el impacto sobre las audiencias, el problema es el análisis de efectos. (55)

Las influencias políticas y militares también fueron factor de desarrollo de la investigación en comunicación a este nivel. Su apoyo ha sido crucial, hasta el punto tal de convertirse en el corazón de la mass communication research.

Los principales estudios sobre propaganda política nacen como respuesta a las exigencias de influencia internacional:

la propaganda nazi, dominio de la opinión pública, la guerra fría, necesidad de expansión comercial y militar, son algunos factores capitales que motivan siga desarrollándose la investigación de la comunicación norteamericana a nivel mundial. (56)

El estudio de la comunicación política comprende las siguientes facetas de análisis:

"1) Sistemas de comunicación como instrumentoss organizativos de la actividad política y administrativa.

2) Utilización política de la industria cultural, es decir, usos y fines políticos de la cultura de masas.

3) Comunicación masiva y su papel en orden a mantener una conducta adecuada al stato quo político-económico.

4) Recursos comunicativos como sistema de oposición al poder establecido (contrainformación, comunicación de resistencia, comunicación alternativa.).

5) Procesos concretos de persuasión política (referendums, elecciones, campañas de sensibilización, etc.). (57)

Europeos y latinoamericanos también han realizado estudios de la comunicación social institucionalizada desde una perspectiva de análisis ligados a sus condiciones materiales e ideológicas. Sin embargo, éstos estudios desde su origen han estado influidos por las teorías y métodos norteamericanos en una primera etapa.

Finalizada la Segunda Guerra Mundial, en Europa se observa un lento despertar por el interés de la investigación de la comunicación, que como sucedió en Estados Unidos, sigue paso a paso el desarrollo y evolución económica. Que la

ciencia europea se encuentre paralizada hasta llegada la década de los sesenta es lógica consecuencia de la situación - en que quedó el continente después de la guerra, lo mismo se puede decir de sus repercusiones en el ámbito de los estudios de la cultura:

"En la mayoría de los países europeos la investigación sobre medios masivos se vinculó al desarrollo de los entes radiotelevisivos, que a partir de los años sesenta y con el incremento de sus audiencias, consideran oportuno potenciar aquella investigación."(58)

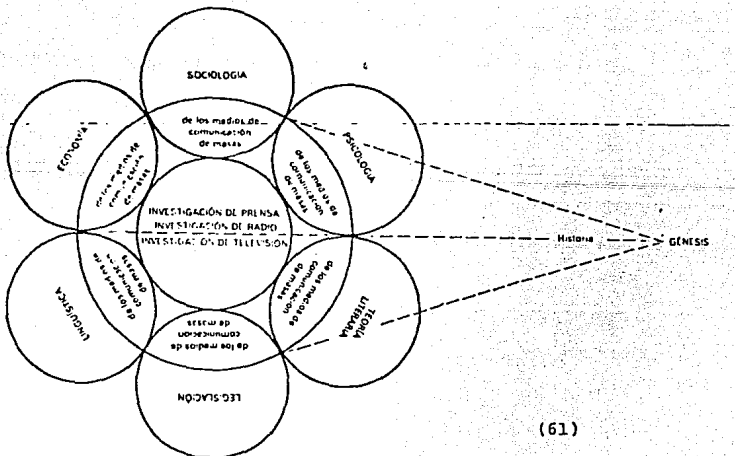
"La ciencia de la comunicación europea, condicionada por la norteamericana, tiene sus propias características. En relación con las primeras épocas del periodismo, la tradición - histórica-filosófica-jurídica de los Dovifat, Otto Groth, Fattorello, Terrou, Baschwitz, etc, debe interpretarse independiente de las corrientes norteamericanas.

En la segunda etapa y, junto a autores influidos por la ciencia norteamericana, como Friedman, MacQuail, Himmelweit, Silberman y otros, se manifiesta en Europa algunas líneas de investigación específicas y no homologables. Así, los trabajos sobre relaciones entre comunicación y cultura moderna, los estudios marxistas sobre comunicación de masas que se desarrollaron no sólo en los países socialistas, sino también en algunos capitalistas de Europa Occidental!"(59)

De los países socialistas debe destacarse la perspectiva de la administración de la comunicación de masas determinada -

por los presupuestos teóricos marxistas: "La ausencia de una tarea crítica y la necesidad de una investigación de carácter administrativo, determinaron numerosas semejanzas entre la - investigación de la comunicación Soviética y la realizada en Estados Unidos. Las diferencias, algunas de ellas notables, estarán determinadas por la perspectiva marxista, pero sobre todo por las exigencias de la propaganda de políticas comunicativas." (60)

El presente gráfico expresa y resume claramente la concepción de análisis de la investigación sobre comunicación - de masas en los países socialistas europeos terminada la primera guerra:



Una región muy importante que ha estudiado a la Comunicación Internacional Política emanada de los Sistemas de Comunicación de Estados Unidos, lo ha constituido América Latina: sus análisis aunque no integrados científicamente giran en torno a la difusión ideológica contenida en los mensajes masivos. También han criticado a las teorías y métodos norteamericanos implantados en escuelas superiores como recurso de dominación científico-ideológica. Se puede estimar que esta corriente analiza a la Estructura, Infraestructura y Superestructura de la Comunicación Social Institucionalizada norteamericana:

"En ningún otro contexto como el de América Latina ha quedado tan claro el 'papel' funcional de la investigación sobre comunicación de masas procedente de Estados Unidos. El gran dinamismo que ha experimentado este sector ha puesto de manifiesto que una política comunicativa de emancipación no es independiente de la política de investigación de la comunicación. A la penetración de los contenidos y de la difusión informativa le corresponde una parecida influencia en el sector académico. Luis Ramiro Beltrán ha afrontado de una manera crítica esta problemática y la relaciona con los temas-métodos que ha merecido mayor desarrollo en los últimos años en América Latina."(62)

"En América Latina, por la viveza del cambio social y las transformaciones comunicativas, han aparecido más claramente que en ningún otro contexto mundial las implicaciones políticas de la investigación sobre comunicación.

La historia de la investigación en Latinoamérica se encarna por completo, en la lucha por la emancipación y/o en los logros y dificultades de los procesos de dominación. La problemática comunicativa, a diferencia de lo que sucede en Europa, aparece a la vista, claramente, como instrumento; - sea de dominio o de la emancipación."(63)

" Los rechazos epistemológicos se vinculan a los intereses políticos y económicos. La ciencia foranea de la comunicación es interpretada como instrumento de dominio, como - coadyuvante en los procesos políticos, culturales y económicos de la penetración imperialista. En definitiva, la investigación de la comunicación se descubre como puesta al servicio de la racionalidad de las inversiones económicas, aunque también de la industria comunicativa."(64)

Este último apartado del presente capítulo intentó ofrecer algunos antecedentes históricos de en qué países, qué - autores han estudiado a la Comunicación Social Institucionalizada, así como también mostrar algunas formas y modalidades de cómo han estudiado a este tipo de comunicación.. Por lo anterior podemos deducir que el estudio de e s t a c o - comunicación desde la perspectiva científico-epistemológica, tiene sus inicios comenzada la primera década del presente siglo XX, aunque algunas de las teorías que la fundamentan se remiten años anteriores al presente.

## CITAS BIBLIOGRAFICAS DEL SEGUNDO CAPITULO.

- (1) Reed H Blake, et, al., Taxonomía de los conceptos de la comunicación., p.36.
- (2) Benassini Claudia., Teorías de la comunicación en Estados Unidos y en Europa., p.26.
- (3) Reed H Blake, et, al., Taxonomía de los conceptos de la comunicación., p.30-31.
- (4) Ob, cit., p.30-31.
- (5) Ibidem., p.31.
- (6) Et, al., Antología en comunicación., p.26.
- (7) Benassini Claudia., Teorías de la comunicación en Estados Unidos y Europa., p.20.
- (8) Ob, cit., p.27.
- (9) Ibidem., p.27.
- (10) Ibidem., p.21.
- (11) Ibidem., p.21-22.
- (12) Ibidem., p.29.
- (13) Ibidem., p.22-23.
- (14) Ibidem., p.28-29.
- (15) Ibidem., p.30.
- (16) Ibidem., p.31.
- (17) Ibidem., p.32.
- (18) Ibidem., p.23.
- (19) Ibidem., p.31.
- (20) Ibidem., p.23-24.
- (21) Ibidem., p.24.
- (22) Martín Manuel Serrano., p. Teoría de la comunicación., p.24.
- (23) Martín Serrano Manuel., La producción social de la comunicación., p.20-21.
- (24) Ob, cit., p.21.

- (25) Ibidem., p.21.
- (26) Ibidem., p.21-22.
- (27) Ibidem., p.18.
- (28) Ibidem., p.72.
- (29) Maletzke Gerhard., *Psicología de la comunicación social.*, p.27.
- (30) Ob,cit., p.28.
- (31) Ibidem., p.29.
- (32) Ibidem., p.30.
- (33) Ibidem., p.32-33.
- (34) Ibidem., p.43.
- (35) Ibidem., p.44.
- (36) Ibidem., p.44.
- (37) Ibidem., p.44.
- (38) Ibidem., p.44.
- (39) Ibidem., p.44.
- (40) Martín Manuel Serrano., *La producción social de la comunicación.*, p.71-72.
- (41) Ob,cit., p.73-74.
- (42) Ibidem., p.74.
- (43) Ibidem., p.76.
- (44) Ibidem., p.75-76.
- (45) Hybels Sandra., *La comunicación.*, p.153-193.
- (46) Gimenez Gilberto., *Poder Estado y discurso.*, p.9-168.
- (47) Schramm Wilbur., *La ciencia de la comunicación humana.*, p.52.
- (48) Ob,cit., p.52-53.
- (49) Hybels Sandra., *La comunicación.*, p.153-154.
- (50) Schramm Wilbur., *La ciencia de la comunicación humana.*, p.11-12.



- (51) Ob,cit.,p.16.
- (52) Pierre, et,al., Historia de la radio y la televisión.,p.22-25.
- (53) Schramm Wilbur., La ciencia de la comunicación humana.,p.12-15.
- (54) Moragas Spa., Sociología de la comunicación de masas.,p.52.
- (55) Ob,cit.,p.193.
- (56) Ibidem.,p.389.
- (57) Ibidem.,p.388.
- (58) Moragas Spa., Teorías de la comunicación.,p.112.
- (59) Ob,cit.,p.111-112.
- (60) Ibidem.,p.115.
- (61) Ibidem.,p.127.
- (62) Moragas Spa., Sociología de la comunicación de masas.,p.17.
- (63) Moragas Spa., Teorías de la comunicación.,p.199-200.
- (64) Ob,cit.,p.200.

**CAPITULO TERCERO:****COMUNICACION SOCIAL INSTITUCIONALIZADA: FUNDAMENTOS  
CIENTIFICOS-EPISTEMOLOGICOS.**

### 3.1. COMUNICACION INSTITUCIONALIZADA Y SU PARADIGAMA DE ANALISIS.

El análisis de la comunicación institucionalizada que se ofrece en el presente capítulo está fundamentado en el paradigma de la Teoría Social de la Comunicación y la Producción Social de la Comunicación, propuesto por Manuel Martín Serrano. Las categorías de análisis aquí desarrolladas no son todas las existentes en el paradigma, sino solamente algunas de ellas - que estimo son las más importantes para la consecución de la estructura de la tesis, como por ejemplo: Infraestructura, Estructura y Superestructura, la División Social del Trabajo, Los Mensajes Ideológicos, por mencionar algunos. Dichas categorías serán sustentadas en torno a diversas teorías o tratados producidos por diversos autores, posiblemente disímolos entre sí, pero que explican el contenido de estas temáticas, motivo por el cual, recomendamos al lector las tome a manera de ejemplo y, no de fundamentación absoluta.

La información destinada al conjunto de la comunidad es un fenómeno de producción social a partir del momento en que se institucionaliza el tratamiento y el uso de la comunicación pública. Esta institucionalización se logra creando una organización más o menos compleja y especializada en esa tarea a la que se asigna recursos materiales y humanos. (1)

Las diferentes sociedades han institucionalizado diversas modalidades de comunicación pública en distintas etapas de la evolución histórica de la humanidad. Aunque el repertorio completo de estos sistemas nunca llegue a ser identifi-

cado es útil establecer tipologías. Pertencerán al mismo sistema de comunicación institucional todas aquellas realmente existentes a lo largo de la historia que puedan ser tenidas por variantes de un mismo modelo. Esa semejanza se comprobará examinando en qué aspectos coinciden su infraestructura, estructura y superestructura."(2)

A continuación se intentará describir a dichos conceptos fundamentales a manera de antecedente introductorio para que posteriormente sean poco más desarrolladas.

"Marx y Engels definieron a la Estructura como conjunto de relaciones entre los agentes de producción que constituyen a la sociedad como estructura económica."(3)

La Estructura es la totalidad de relaciones internas como elementos de esa totalidad (ejemplo, conjunto de actividades profesionales dentro de un sistema de comunicación).(4)

La Estructura económica comprende las relaciones de producción, distribución, intercambio y consumo.(5)

Las relaciones organizadas dan origen a un "sistema económico entendido como proceso global de la producción, distribución, intercambio y consumo".(6)

Para referirse a la Infraestructura, Manuel Martín Serrano apunta: "Medios de producción, difusión y recepción de información, por ejemplo, imprentas, emisoras de radio, televisión."(7)

Más adelante, para diferenciar a ésta de la Estructura y Superestructura dice: "En cada uno de los Sistemas se puede distinguir entre base material (Infraestructura), organización (estructura) y los componentes abstractos (Superes--

estructura]. "(8). Una red de medios de comunicación configuran una Infraestructura, en un sistema de comunicación. (9)

La Infraestructura es el vínculo existente entre la base económica y la superestructura de una sociedad históricamente determinada: "Se producen para restablecer la rentabilidad de las inversiones de capital con independencia de que haya o no que transferir capital y tecnología destinados a fabricar televisores." (10)

En este sentido, la Infraestructura sería lo que Marx denomina: Los Medios de Trabajo: "cosas o conjunto de cosas que el trabajador interpone directamente entre él y el objeto en el cual trabaja (herramientas). Sirven de intermediarios entre el trabajador y el objeto sobre el cual trabaja." (11)

La Infraestructura también comprende: "todas las condiciones materiales que, sin intervenir directamente en el proceso de transformación, son indispensables para la realización de éste; terreno, talleres, rutas, canales, obras,, (12)

La Superestructura: "designa por lo tanto, dos niveles de la sociedad: el jurídico-político y el ideológico. Al primero corresponde el Estado y el derecho, a la segunda las llamadas forma de conciencia social." (13)

La Superestructura es toda forma de información producida para justificar el poder ideológico, político, jurídico, cultural de una clase que representa el poder en la sociedad.

En este sentido, la Estructura, Infraestructura y Superestructura interactúan entre sí orgánicamente en una formación-socioeconómica históricamente determinada por una clase social en el poder. La explicación de cada una de ellas por aislado reflejaría solamente un análisis estructural-funcional de su proceso carente de sentido, por este motivo su análisis debe ser dialéctico y considerarse como una totalidad. También debe ser histórico y cuáles son las leyes que posibilitan la justificación y construcción de los sistemas de comunicación institucional para su servicio y reproducción de la formación.

ELEMENTOS QUE CONFORMAN A UN SISTEMA DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADO EN UN PERIODO HISTORICAMENTE DETERMINADO.	
INFRAESTRUCTURA	Vínculo de la base económica (base material: medios de comunicación, producción, difusión y recepción para la información: imprenta, equipo técnico, radio, televisión) y; sus relaciones con niveles políticos-jurídicos e ideológicos.
ESTRUCTURA	Conjunto de relaciones de producción, distribución, intercambio, y consumo económicas.
SUPERESTRUCTURA	Expresión de las formas de conciencia políticas, culturales e ideológicas (derecho, ciencia).

En el AntiDuhring, Engels dijo:

"..la Estructura económica de la sociedad constituye en cada caso el fundamento real a partir del cual hay que explicar en última instancia toda la Superestructura de las instituciones

jurídicas-políticas, así como a los tipos de representación religiosa, filosófica y de cualquier naturaleza, de cada período histórico. Uno de los grandes aportes de Marx y Engels es haber descubierto que para estudiar a la sociedad no se debe partir de lo que los hombres dicen, imaginan o piensan, sino de la forma como producen sus bienes materiales necesarios para la vida. (14)

En un Sistema Social más que estudiarse a los medios de comunicación y a sus productos comunicativos emitidos, deben analizarse a los actores/productores de las comunicaciones ideológicas-culturales.

La relación directa entre los propietarios de la producción y sus productos revela la base oculta de toda la construcción social de la política, soberanía y dependencia de cada forma de Estado. La base económica puede mostrar en su modo de manifestarse infinitas variaciones debidas a distintas circunstancias empíricas. éticas, históricas que actúan desde su exterior, variaciones que sólo pueden comprenderse mediante el análisis de estas circunstancias empíricas. (15)

Sin embargo, es en la Infraestructura donde hay que buscar el 'hilo conductor' para explicar los fenómenos sociales pertenecientes a la Superestructura, pero ésta afirmación no implica sostener que todo se reduce a un reflejo de lo económico. (16)

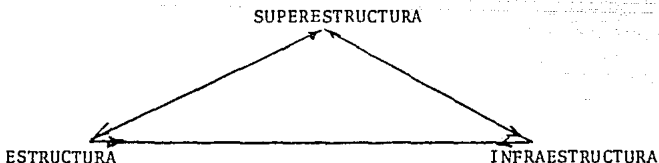
"Los elementos de la Superestructura están ligados directamente o indirectamente a los cambios operados en la Infraestructura, pero tienen una autonomía relativa y su desarro-

llo se encuentra regido por leyes específicas. Engels señaló cómo el desarrollo de la filosofía, por ejemplo, no puede ser explicada pura y simplemente a partir del desarrollo económico:

"..como campo circunscrito a la división del trabajo, la filosofía de cada época tiene como premisa un determinado material de ideas que legan sus predecesores y del que arranca. Así se explica que países económicamente atrasados puedan, - sin embargo, llevar la batuta en materia de filosofía."(17)

Podemos decir, por tanto, que pueden existir ciertos elementos ideológicos que se transmiten de una formación social a otra, pero éstos están siempre puestos al servicio de los intereses de la clase dominante, a las que sirven de instrumentos de lucha. La transformación radical de la Superestructura y su reemplazo por una nueva no excluye la continuidad de algunos elementos.(18)

Resumiendo: todo cambio ocurrido en la Estructura repercute en la regulación de la Infraestructura y viceversa. Toda modificación manifestada en la Estructura e Infraestructura repercute en la Superestructura y viceversa. Las tres categorías configuran un sistema autorregulador. En un esquema dialéctico se observaría este fenómeno así:





### 3.2. INFRAESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADOS.

Los Sistemas de Comunicación son sólo una parte del Sistema Social. Y los medios de comunicación masiva son sólo una parte de la Estructura de la Comunicación de Masas o Sistema de Comunicación. Las nuevas tecnologías surgidas en las últimas décadas tienen implicaciones políticas para fortalecer a este sistema. "El término 'nuevas tecnologías de información' se refiere a un conjunto amplio de técnicas de diversos grados de complejidad y desarrollo, en su mayor parte basadas en la electrónica, dedicadas a la captura, procesamiento, almacenamiento y transportación de información." (19)

Este Sistema de Tecnologías de Producción, Distribución en Masa de Productos Comunicativos, tiene sus antecedentes - varias décadas atrás. Sin embargo, las tecnologías que se emplean en las últimas tres décadas del presente siglo se parecen poco al uso e intenciones que se les daba anteriormente a su perfeccionamiento.

El teléfono, telégrafo, radio y otras tecnologías más, originariamente funcionaban de manera aislada. Hoy en día estas técnicas han sido incorporadas a un sistema de interdependencias. Ningún sistema moderno puede concebirse hoy sin la participación de la electrónica, telefonía y la interconexión de la computación, capaces de almacenar, procesar y distribuir millones de informaciones. Se trata de una revolución en el uso de la información y la comunicación. (20)

En lugar de definiciones normativas de esta nueva revolución se presenta una lista incompleta de los nuevos desarrollos tecnológicos surgidos en los últimos 20 años:

"Información via satélite, televisión de color, cable visión, cassettes, videotape, grabadoras de videotape, videophones, estereofonía, técnicas laser, procesos de reproducción electrostática, impresión de alta velocidad electrónica, máquinas de aprendizaje y composición, microarchivo de acceso electrónico, impresión por radio, computadoras que dividen tiempo, bancos de datos. Todas éstas formas de medios masivos crean constantemente nuevas interconexiones, tanto entre sí como con medios más viejos: la imprenta, radio, cine, televisión, teléfono, teletipo, radar, etc. Están siendo integradas claramente para formar un sistema universal."(21)

Esta forma de revolución tecnológica sugiere una clase de poder a nivel mundial con respecto a una clase en el poder. De las cuales interesa destacar a los Sistemas de Comunicación, en donde la difusión de las informaciones representaría su máxima expresión. (22)

Hace diez millones de años, los gestos y ruidos humanos fueron las primeras formas de comunicación, que posteriormente fueron sustituidas por la palabra hablada. Hace apenas unos pocos miles de años el hombre aprendió a escribir. Y hace pocos siglos creó la primera imprenta que por vez primera en la historia de la humanidad hizo posible la relativa diseminación de información, la cual, contribuyó a la transformación social, política y cultural ocurridas en el siglo XV y XVII. (23)

Desde siempre, los sistemas socioeconómicos, políticos y culturales han asociado la introducción de todo hallazgo tecnológico a su constitución estructural-infraestructural, los cuales han sido usados para el control y tratamiento de las informaciones, su difusión y distribución. Tecnologías (Infraestructura) y Sistemas Socioeconómicos se integran y transforman a través de la historia. (24)

El perfeccionamiento e integración de las innovaciones tecnológicas, por ejemplo, permitieron apareciera la industria de la radiodifusión. Después de terminada la Primera Guerra Mundial, la primera estación de radio fue establecida en Pittsburg, Estados Unidos. (25)

Las integraciones tecnológicas aunadas a otras más (chips, transistores, fibras ópticas, etc) poco a poco se tornaron más confiables, cuyo resultado ha sido la explosión de la electrónica en la cual vivimos: el teléfono, computadoras, radio, televisión, juegos de diversión (Atari), etc, son un ejemplo del vasto campo de las telecomunicaciones modernas. (26)

Esta breve reseña de las tecnologías y telecomunicaciones se encuentran hoy en día en millones de hogares, talleres, oficinas, laboratorios, sistemas tecnológicos de información que se han vuelto indispensables en la vida contemporánea.

Los inventos, desarrollos y logros obtenidos en el área de la tecnología para la información, durante la última década (1991) del presente siglo, supera a todo lo logrado en la historia de la humanidad. (27)

Sin embargo, a toda introducción de una nueva tecnología para la información ocurren cambios socioeconómicos, políticos, ideológicos, sociales y culturales producidos por los Sistemas de Comunicación a nivel global. (28)

La actual Comunicación Social Institucionalizada posee toda una Infraestructura destinada a la producción, distribución y difusión para la información como la antes descrita.

### 3.3. ESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADOS.

La función principal de los Sistemas de Comunicación es tratar, difundir y hacer disponible la información producida, esto puede hacer concebirlos como reguladores sociales de las comunicaciones públicas destinadas a un gran número de personas, cuya producción está a cargo de especialistas.

"El estudio del funcionamiento de un regulador de las comunicaciones públicas, de cómo se toma la decisión, quién permite pasar, qué modificar y rechazar es, por tanto, uno de los aspectos verdaderamente significativos en la investigación de la comunicación (institucionalizada)

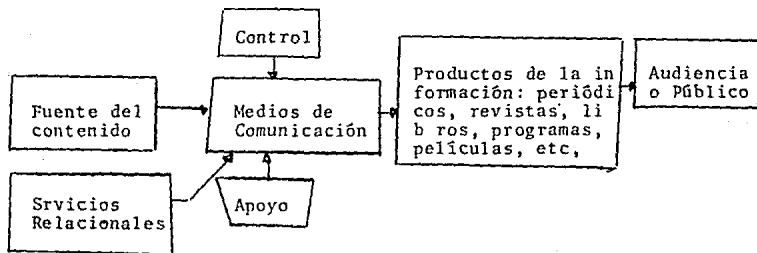
Sin embargo, la velocidad con que los medios masivos funcionan es uno de los factores que hace difícil su vigilancia, se dispone de poco tiempo para controlar los flujos de información, fundamentalmente en prensa, radio y televisión" (29)

Lo que a continuación se describe en torno a los Sistemas de Comunicación es cómo está estructurado y el procesamiento de la información por los actores.

Lo que éste Sistema regulador escoge respecto a la información, debe después ser manipulada por diferentes grupos de personas para posteriormente ser amplificada y distribuida.

Esta es una de las características propias de los medios de comunicación, el personal creativo y de producción: escritores, redactores, técnicos especialistas en el manejo de las tecnologías, son responsables del producto sobre la base de lo que la audiencia ve, lee y escucha. De ahí en adelante, los productos son examinados por personal autorizado y los dueños del negocio. El personal técnico es responsable de la calidad de la imagen que llega a los televisores y del aspecto formal de los ejemplares que llegan a los lugares de lectura del público y de los medios de comunicación. (30)

El gráfico contiguo describe buena forma de contemplar la estructura y funciones ocurridas en un Sistema de Comunicación Institucionalizado:



De hecho, "las estructuras de todos los medios de comunicación en Estados Unidos son en su gran mayoría iguales: 1) En su organización y funciones creativas, de producción, técnicas, de ventas y gerenciales. 2) Son de propiedad Privada en la mayoría de los casos. 3) Con un mínimo de regulación gubernamental. 4) Ayudada por una variedad de servicios anexos. 5) Actúa como reguladora, procesador y amplificador de la información para 6) Crear productos informativos de entretenimiento para 7) grandes audiencias." (32)

#### 3.4. DIVISION SOCIAL Y TECNOLOGICA DE TRABAJO DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADOS.

La radio y televisión modernas emergieron en un periodo donde el campo cultural ya estaba dividido en dos principales sectores: el comercial y el subsidiado. El primero se financiaba de ventas comerciales de espacio-tiempo para las audiencias y, por las industrias. Producían entretenimiento, novelas, periódicos, revistas, bailes en salones, música, discos, películas, cine. Era toda una industria de grandes negocios culturales.

El segundo sector operaba con fondos públicos patrocinando bienes culturales populares. Incluía museos, galerías, bibliotecas, teatros para la enseñanza obligatoria. (33)

Hoy en día aquellos sectores se han fusionado en un sólo sistema para operar en conjunto todas las diversas actividades culturales y educativas. Esta pequeña descripción que ofrece Graham Murdock, refleja una clara idea de lo que es la División Social y Tecnológica de Trabajo de los Sistemas de Comunicación Institucionalizados. Se trata de toda una industria del saber para los públicos. Fritz Machup ofrece una lista

de los recursos que esta industria del saber usa para hacer funcionar a dicho sistema. Es toda una división social del trabajo que opera para su organización:

"La industria del saber está organizada según estos puntos: 1) Multiplicadores de mensajes: medios de comunicación, diarios, revistas, libros, películas, radio, televisión. 2) Transportadores de mensajes: teléfono, telégrafo, correos, satélites. 3) Suministradores de información: bibliotecas, servicios de compendio y resumen, servicios de computadora. 5) Fabricantes y mantenedores: organizaciones de artes gráficas, fabricantes de materiales electrónicos, técnicos para la instalación y mantenimiento de máquinas. 6) Servicios especiales que contribuyen al contenido de la información: agencias de noticias, estudios de producción de programas, escritores, realizadores, artistas, diseñadores de material educativo, autores de programas. 7) Agencias de apoyo económico: agencias de publicidad, de distribución y ventas. 8) Agencias de apoyo Administrativo: consulta legal y de orientación, publicidad y relaciones públicas, servicios financieros, de contabilidad. 9) Apoyo personal: uniones y asociaciones de comercio, organizaciones para la formulación del personal. 10) Servicio de recogida de datos: investigación general, de campo y audiencias, estudios de opinión pública, censos y otros proveedores de estadísticas. 11) Educación: escuelas y colegios, universidades, escuelas especiales para la industria, ejercicio para el gobierno. (34)

No hace falta decir que este conjunto de actividades representa una parte sustancial del gasto nacional. Con exactitud sólo podría determinarse mediante un análisis detallado y cuidadoso. Incluso un rápido sondeo muestra que en Estados Unidos gastan en estas actividades para el servicio de la comunicación más de 150 billones de dólares al año y con probabilidad 200, algo cercano al 20% de Producto Nacional Bruto (Este dato fue leído en 1991)." (35)

En ésta división social del trabajo funciona con independencia respecto al gobierno norteamericano. El Gobierno prácticamente nada o casi nada tiene que ver con la producción y organización, su campo de actuación es de propiedad privada. (36)

La producción industrial en su conjunto está estrechamente relacionada con la comunicación de masas. Los objetos producidos están destinados al consumo y para significar algo, sea a través de los medios o directamente camuflados en los procesos mercantiles. Los objetos (materiales y simbólicos) son formas de comunicación. Mensajes y objetos son analógicos. La comunicación de masas (Industria del saber) tanto en su aspecto material y simbólico es portadora y reproductora del conjunto de representaciones culturales, ideológicas, políticas que los detentores del poder imponen a una sociedad determinada (Esa es la función de una Industria del Saber). (37)



### 3.5. EL MENSAJE IDEOLOGICO DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADOS.

La División Social y Tecnológica de trabajo de un Sistema de Comunicación Institucionalizado, está destinada a la producción de mensajes ideológicos que justifiquen al Sistema Social. El mensaje ideológico puede adquirir diversas modalidades: de consumo, políticas, jurídicas, constitucionales, de entretenimiento, etc, es decir, todo un sistema de representaciones superestructurales emanados de los Sistemas de Comunicación Institucionalizados.

En este sentido, en el presente capítulo se ofrecen algunos antecedentes superestructurales de los productos comunicativos ideológicos, mismos que servirán como elementos para la comprensión de la Superestructura, tema que será desarrollado inmediatamente de concluir el presente apartado.

La descripción del análisis del mensaje como mercancía que a continuación se comenta corre a cargo de Oliver Burgelin, investigador de múltiples aspectos de la Comunicación de Masas en Estados Unidos.

La comercialización y producción de los mensajes obedece a los mismos principios de la circulación mercantil de la producción de los objetos para el consumo. Este hecho obliga a los medios de comunicación buscar diversos canales para hacer circular la base material de los mensajes en la sociedad: libro, diario, disco, cintas magnéticas, etc. (38)

El valor de las mercancías-mensajes depende de la reducción de sus costos y de su distribución en bloque para el consumo y, de la difusión que alcance al mayor número de personas. Cada -

medio de comunicación (cine, radio, prensa, televisión) dispone las informaciones de manera simultanea en noticias, diversión, publicidad, etc. En el fondo cada medio es un supermercado de mensajes, cuyo destinatario está obligado a consumirlos en bloque aunque sólo adquiera una parte de él. (39)

Se trata de una verdadera industria cultural para el consumo de mensajes. Los mass media precisan diariamente "renovar y estandarizar los mensajes, produciéndolos en series enormes, al igual que cualquier producto producido por alguna empresa, la única diferencia es que los medios cambian - - - el modelo de los mensajes: en estilo, modas, canciones, etc, todo está en perpetuo cambio innovador. (40)

Los productos comunicativos (canciones, noticias, etc) duran solamente el tiempo de utilización, al igual que un producto. Unqs cuantas docenas de millares de palabras, un número restringido de fonemas y monemas cubren a todo un campo de lenguaje comercial. Su estandarización incluye a las figuras retóricas, discursos sencillos para la fácil comprensión de los mensajes en comunicación de masas.

La comunicación de masas evita una serie de términos: formas gramaticales, musicales y plásticas y selecciona sólo a unas de ellas para la difusión de los mensajes. (41)

Todo mensaje en comunicación de masas debe ser útil y funcional para el sistema, cuya significación no debe ser contradictoria a la transacción comercial. Este hecho resulta de gran importancia para la Teoría de la Comunicación. En un sistema social, todo objeto y mensaje está dotado de significación, sobre todo aquellos emanados de los medios masivos: los vesti-

dos dicen "soy elegante", las flores "te amo", cuya esencia se desvincula de el significado original. (42)

Los mensajes que circulan en el mercado cultural son producidos para accionar socialmente, se disponen en oferta para que sean solicitados por los consumidores. Los individuos pasan a formar parte de aquella circulación mercantil: actúan en él y para el consumo. (43)

El concepto "acción" para la oferta y demanda se relaciona con públicos y audiencias de los medios masivos. En términos sociológicos hablar de oferta y demanda es considerar al público y audiencia como conjunto de actores para el consumo, en comunicación de masas este proceso es altamente vigoroso. Por primera vez en la historia millones de hombres ejercen una demanda sobre una oferta de mensajes restringidos, producidos, distribuidos y dispuestos para esa función por una Estructura Social de Comunicación. (44)

La Estructura Social de Comunicación es un oligopolio no permitido por las leyes de una Nación. Las industrias editoriales están unidas con las del filme, discos, etc, cuya producción está concentrada en pocas manos. (45)

Una de las características de éstos oligopolios es que concentran grandes cantidades de capital para hacer funcionar al mercado de mensajes. Poseen para su funcionamiento a todo un cuerpo especializado de trabajadores, Su capacidad técnica y de organización goza de alto poder diferenciado político y económico: el oligopolio puede hacer surgir de la nada a grandes fábricas o destruir a competidores. (46)

Las industrias de comunicación de masas se ubican entre aquellos oligopolios (En la Estructura Social) a las cuales se les asigna mayor poderío económico, político, cultural e ideológico (es decir superestructural) sin duda por el carácter de la materia (simbólica o de representación) que trabaja: con las informaciones se puede hacer todo, obtenerlo todo, transformarlo todo. Sin embargo, todo parece indicar que su capacidad de información universal depende del servicio que ofrece a otros oligopolios particulares (empresas industrias, Estado, etc). Su poder también depende en gran medida del desarrollo tecnológico (Infraestructura). (47)

Para que la comunicación de masas pueda existir debe evolucionar hacia el monopolio y depender del desarrollo tecnológico. Solo en ésta medida podrá seguir consolidando su mercado de ideas, que como se ha visto, involucra a las comerciales, políticas, culturales e ideológicas:

"El oligopolio sufre inmediatamente la reacción de todo lo ocurrido en el mercado. Está obligado a preveer el impacto en el mercado de todo lo que generen los competidores y de todo lo que hace él mismo. No puede dejarse a los azares del progreso técnico y a la innovación, todo tiene que revisarlo e incorporarlo a su estructura. (48)

Esta necesidad de estar siempre en primera línea del progreso técnico y económico se torna indispensable para la producción de mensajes culturales.

En el campo de la información, una empresa de comunicación de masas no puede dejarse adelantar por sus competidores. Su competencia depende de la habilidad de sus profe-

sionales, de las ideas que produzcan, de los datos ideológicos, estéticos que conforman al "espíritu de los tiempos", de la moda, clientela, patrocinadores, de lo arcaico y perecedero tecnológicamente. (49)

Esta breve descripción ofrecida por Burgelin refleja las relaciones interactivas entre Estructura- Superestructura para la reproducción de la Superestructura, es decir, las bases materiales necesarias para la reproducción de las ideas en un Sistema Social.

Lo que a continuación se ofrece son algunos elementos para la fundamentación de la Superestructura de un Sistema de Comunicación Institucionalizado, otra de las categorías del paradigma de la Teoría Social de Comunicación para el análisis de la Comunicación Institucionalizada.

### 3.6. SUPERESTRUCTURA DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACION INSTITUCIONALIZADOS.

La Superestructura de la Comunicación Institucionalizada debe partir del análisis y descripción de los que Gramsci llama Sociedad Civil: grupos dominantes de una determinada época histórica responsables de producir, distribuir y hacer consumir a las diversas formas de ideológicas (materiales y simbólicas) emanadas de sus sistemas de producción

La Sociedad Civil dirige a todo un Bloque Histórico: 1) conjunto de formas de conciencia: ideología, arte, ciencia, economía, derecho, producidas por una clase en el poder.

2) Representación y dirección de una sociedad a través de la ideología (material y simbólica) con el recurso al uso de instrumentos técnicos para su difusión (sistema escolar, medios de comunicación, bibliotecas, etc) (51)

La ideología de la Sociedad Civil es orgánica porque se extiende a todas las actividades realizadas por el grupo dirigente, posee una estratificación para su reproducción: economía, ciencias, arte, se trata de la concepción del mundo de la clase en el poder. (52)

Homologable a lo anterior podemos decir que parte de la Sociedad Civil lo constituyen los productores-actores de la comunicación en un Sistema de Comunicación: propietarios, redactores, publicistas, escritores, etc, que reproducen arte, ideas, etc, auxiliándose de los productos de la ciencia y la tecnología en general. La producción colectiva es orgánica.

Según Gramsci, la ciencia es parte integrante de la Superestructura, donde las teorías y métodos son también una forma

de reproducción ideológica, son un producto é instrumento intelectual adquiridos durante el desarrollo histórico. (53)

La ideología de clase se difunde en toda la sociedad, pero antes de su difusión debe ser procesada por el grupo especializada en el poder: productos ideológicos derivados son la cultura popular, la religión y el folklore.

El profesional de un Sistema de Comunicación o, "el filósofo profesional piensa con mayor lógica, coherencia y sistematicidad que el hombre común (quien recibe los productos ideológicos). Conoce la historia del pensamiento y sabe determinar el sentido de ese saber, para ello dispone de recursos científicos. La filosofía es la referencia de todo sistema ideológico, es la esencia de todo el Bloque Histórico, cimiento y unificación de todas las formas de vida y de todas las capas sociales. (54)

La filosofía representada por los grupos de poder económico-político, es la historia de las iniciativas de ésta clase de personas para cambiar, corregir, perfeccionar las concepciones del mundo en cada determinada época y para normar las conductas relativas a su sistema. (55)

La filosofía de un periodo histórico es la historia de la clase en el poder, conquistas que un grupo dominante ha logrado determinar: historia y filosofía son inseparables, forman un bloque histórico. (56)

La ideología está determinada y distinguida políticamente entre los estratos sociales de la sociedad. La política determina las diferencias entre 'sentido común' y caracteres de elaboración individual (emisores-receptores). El sentido

común son los caracteres difusos y dispersos de un pensamiento genérico en cierta época y de cierto ambiente popular. (57)

Lo anterior significa que en un Sistema Social existe - una diferencia de ideologías; la dominante y la dominada. La primera corresponde a la Sociedad Civil (representantes de los Sistemas de Comunicación); la segunda a los públicos, audiencias o receptores, cuya ideología a consumir Gramsci le llama 'sentido común'. Este hecho implica el análisis de esas formas de conciencia por separado para entender la estructura social significativa que circula en un Sistema Social.

"La ideología de la Sociedad Civil se extiende así sobre todas las estratificaciones sociales de la estructura del Bloque Histórico. En la medida que la ideología abarca todas las actividades de la clase dominante, la Sociedad Civil debe disponer de una articulación interna extremadamente compleja. (58)

La Comunicación Institucionalizada tanto en sus aspectos materiales y simbólicos es portadora y reproductora de la cultura, política, derecho, e ideología difundida en un sistema social históricamente determinado y asignada por el sistema para cumplir con esa función.

"Para que una sociedad pueda vivir sus miembros deben - participar en un núcleo común de símbolos que correspondan a unos valores, opiniones, conocimientos y experiencias, Precisamente los medios de comunicación (Sistemas de Comunicación), estarían especializados en la elaboración y difusión de éstos símbolos. La televisión es, en nuestra civilización técnica el instrumento más poderoso para hacer participar a la masa en sistemas de símbolos, adopción necesaria para la cohesión." (59)



La clase dominante posee la dinámica de la información y de la cultura. El concepto vigente de libertad de expresión legitima a ésta; sus instituciones y actividad de la comunicación masiva. El hecho de que la clase en el poder conserve los medios de comunicación confiere a la ideología un carácter genuino. Dichos medios (Sistemas de Comunicación) se ubican en una estrategia global para la inversión de la realidad. (60)

Los Sistemas de Comunicación son instrumentos para la expresión de las ideas de la clase en el poder en cada época histórica, creados para que cumplan esa actividad.

Toda actividad y producto en la sociedad capitalista participa de la lógica mercantil y de intercambio: la comunicación no escapa a esa relación. La clase en el poder hace de ella una actividad natural de dominación ideológica; el medio de comunicación es 'fetichizado'.

Roland Barthes habla de la ideología refiriendo a la mitología, la define como "cuerpo racional de mecanismos que apuntan a camuflar las relaciones sociales de producción prevalentes en la sociedad. A toda mitología económica y jurídica se le ha sumado un cuerpo mítico para hacerla más productiva: el medio de comunicación de masas que controla las conciencias a través de la legitimación cotidiana de la clase en el poder. (61)

El mito de los medios (fetichismo) radica en su identidad de autonomía y de voluntad propia. Su mito consiste en una reserva de signos propia de la racionalidad de dominación que deben ser funcionales al sistema social.

El mito oculta los verdaderos procesos subyacentes de toda actividad comunicativa: ya es ampliamente conocida la afirmación de las ideas dominantes en una sociedad son las de la clase dominante que determina su periodo histórico. Lo es también el dominio material es dominio de lo espiritual. (62)

La ideología dominante cumple una función práctica: conferir al sistema cierta coherencia y unidad relativa. Al penetrar en las actividades individuales y colectivas, cimienta y unifica el edificio social, donde los individuos se insertan de manera natural participando en la producción y reproducción del aparato de dominio. Para el individuo, la ideología es una experiencia vivida sin ser conocida. El modus operandi que tipifica al proceso ideológico es, hacer perder de vista los orígenes del orden social existente, de tal manera que los individuos puedan vivirlos como orden natural. (63)

La ideología penetra en las costumbres, gustos, reflejos, como sistemas de representación sin que éstas afloren a la conciencia del individuo. (64)

Desde su acceso al poder la clase dominante refutó las imputaciones de "falsa conciencia" irguiendo su lógica o racionalidad de dominación en lógica de racionalidad científica. Procediendo de ésta forma, proclamó la caducidad de las ideologías relegándolas al rango de prejuicios ideológicos para clasificar las ideas de los oponentes a su orden. (65)

En este sentido, el medio de comunicación constituye el instrumento fundamental de dominación ideológica de la clase en el poder. La sustitución de la dominación jurídica-política por la tecnología ha permitido sustituir a toda forma de ideo-

logía que se le oponga. La tecnología, dijo Rockefeller, "rasga a toda política, dando acceso al mitoideológico de la clase dominante. En la tecnología se encuentra el nuevo germen de la racionalidad del sistema capitalista. (66)

Hasta aquí, se ha hecho un breve análisis esquemático de tres categorías fundamentales que configuran a la Teoría Social de la Comunicación: La Estructura, Infraestructura y Superestructura de la Comunicación Social Institucionalizada.

El propósito del presente capítulo no fue ofrecer aporte alguno acerca de estos temas, sino solamente sustentarlos para la consecución del desarrollo de la presente tesis y su hilación con los capítulos anteriores y posteriores.

En el próximo capítulo se intentará realizar una recapitulación de las principales teorías tradicionales que han analizado desde diferentes perspectivas a la Comunicación Social Institucionalizada, mismo que complementa al presente y ofrece un panorama más amplio de lo que plantea la Teoría Social de la Comunicación. Se trata de una posible fundamentación teórico-metodológica de esta disciplina sociológica, cuyo planteamiento obedece a los postulados de Manuel Martín Serrano.

## CITAS BIBLIOGRAFICAS DEL TERCER CAPITULO.

- (1) Martín Serrano Manuel., La producción social de la comunicación., p.74.
- (2) Ob,cit., p.74.
- (3) Harnecker Marta., Los conceptos elementales del materialismo histórico., p.79.
- (4) Ob,cit., p.80.
- (5) Ibidem., p.84.
- (6) Ibidem., p.84.
- (7) Martín Manuel Serrano., La producción social de la comunicación., p.55.
- (8) Ob,cit., p.56.
- (9) Ibidem., p.57.
- (10) Ibidem., p.59.
- (11) Harnecker Marta., Los conceptos elementales del materialismo histórico., p.22.
- (12) Ob,cit., p.22.
- (13) Ibidem., p.88.
- (13) Ibidem., p.88.
- (14) Ibidem., p.88.
- (15) Ibidem., p.88.
- (16) Ibidem., p.89.
- (17) Ibidem., p.93.
- (18) Ibidem., p.93.
- (19) Et,al., Tecnología y comunicación., p.9.
- (20) Ob,cit., p.9.
- (21) Goded Jaime., Los medios de la comunicación colectiva., p.67.
- (22) Et,al., Tecnología y comunicación., p.21.
- (23) Ob,cit., p.10.
- (24) Ibidem., p.10.

- (25) Et, al., Tecnología y comunicación., p.12.
- (26) Ob, cit., p.12.
- (27) Ibidem., p.15.
- (28) Ibidem., p.15.
- (29) Et, al., Antología en comunicación., p.30-31.
- (30) Ob, cit., p.31.
- (31) Ibidem., p.32.
- (32) Ibidem., p.33.
- (33) Murdock Graham., Organizar lo imaginario., p.95-96.
- (34) Et, al., Antología en comunicación., p.27.
- (35) Ob, cit., p.27.
- (36) Ibidem., p.33.
- (37) Bergelin Oliver., La comunicación de masas., p.14-15.
- (38) Ob, cit., p.14-15.
- (39) Ibidem., 15.
- (40) Ibidem., p.15-16.
- (41) Ibidem., p.17.
- (42) Ibidem., p.18-19.
- (43) Ibidem., p.22.
- (44) Ibidem., p.26.
- (45) Ibidem., p.33.34.
- (46) Ibidem., p.47.
- (47) Ibidem., p.35.
- (48) Ibidem., p.36.
- (49) Ibidem., p.36-37.
- (50) Portelli Hugues., Gramsci y el bloque histórico., p.17-18.
- (51) Ob, cit., p.18.
- (52) Ibidem., p.18.

- (53) Ibidem., p.19.
- (54) Ibidem., p.20.
- (55) Ibidem., p.21.
- (56) Ibidem., p.21.
- (57) Ibidem., p.21.
- (58) Ibidem., p.23.
- (59) Burgelin Oliver., La comunicación de masas., p.27.
- (60) Mattelart Armand., Comunicación masiva y revolución socialista., p.17-19.
- (61) Ob,cit., p.21.
- (62) Ibidem., p.24.
- (63) Ibidem., p.24-25.
- (64) Ibidem., p.28-29.
- (65) Ibidem., p.38-39.
- (66) Ibidem., p.39.

**CAPITULO CUARTO:****FUNDAMENTOS EPISTEMOLOGICOS-CIENTIFICOS PARA  
LA TEORIA SOCIAL DE LA COMUNICACION.**

#### 4.1. LAS PRINCIPALES CORRIENTES Y ESCUELAS DEL ESTUDIO DE LA COMUNICACION SOCIAL INSTITUCIONALIZADA.

Después de haber rastreado algunos de los factores que permitieron se configurara la Comunicación Institucionalizada y desarrollado algunas de las categorías de análisis fundamentales propuestas por el paradigma de la Teoría Social de la Comunicación y de la Producción Social de la Comunicación, en el presente capítulo se pretende realizar una recapitulación de las principales corrientes y escuelas que han aportado algún tipo de conocimiento al saber comunicativo de la Teoría Social de la Comunicación, con la finalidad de proponer un panorama general acerca de las diversas modalidades con que puede ser estudiada este tipo de comunicación.

Las teorías aquí desarrolladas reflejan la tendencia sociológica del estudio de la Comunicación Social Institucionalizada, las cuales pueden ser opuestas y contradictorias entre sí debido a su perspectiva de análisis, pero todas ellas se caracterizan por su perspectiva social, por lo cual, recomiendo al lector no intente relacionarlas para obtener una conclusión absoluta.

Para efectos de comprensión del presente capítulo, primeramente serán desarrolladas las corrientes de análisis (Funcionalismo, Estructuralismo y Marxismo) y posteriormente las Escuelas (Palo Alto, Inglesa, Francesa, Madrid.). Todas estas perspectivas se caracterizan por estudiar a diversos aspectos del estudio de la comunicación social de manera distinta, por lo cual, se estima que pueden ser complementarias entre sí para fundamentar a la Teoría Social de la Comunicación.



#### 4.2. FUNCIONALISMO.

La corriente sociológica funcionalista para el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada está integrada - por varias categorías de análisis ( Funciones e Instituciones, Equilibrio y Conflicto, Estructura Social, La Historia) y; Las Teorías de de la Aguja Hipodérmica, Diferencias Individuales, Relaciones Sociales, Normas Culturales, Categorías Sociales y Disonancia Cognoscitiva fundamentalmente, entre las más importantes dentro de la tradición norteamericana en el estudio de la comunicación.

Antecedentes: la teoría de la comunicación norteamericana, lejos de analizarse desde la utópica expectativa de la ciencia como actividad aséptica, debe ser analizada desde la historia política y económica de los Estados Unidos.

Para introducirnos en este análisis se debe recordar los hechos ocurridos de la historia mundial entre 1914 y 1945 y, en concreto, el papel desempeñado por esta potencia durante el último siglo. (1)

El nacimiento de la investigación de la comunicación tiene sus orígenes en Estados Unidos durante 1930. Surge como consecuencia de los complejos problemas políticos y económicos que ocurrieron entre la primera y segunda guerra mundial. El New Deal fue el marco adecuado para el desarrollo de la moderna teoría de la comunicación, cuyo desarrollo siguió paso a paso el ritmo de la historia. (2)

"la investigación ha estado firmemente bajo la influencia de los grandes detentores del poder de ese país. Las grandes - corporaciones, sus aliados de la publicidad, las relaciones públicas, el marketing, la política, burocracia gubernamental a nivel externo e interno, son los patrocinadores de la comunidad de investigadores de la comunicación de masas. (3)

El estudio de la comunicación desde su origen guardó estrecha relación con el gobierno norteamericano quien promovió la - creación de importantes instituciones dedicadas a los estudios. Los comienzos de la ciencia de la comunicación presentó tres - grandes líneas de preocupación: el estudio de los efectos de - los medios de masas; el de la propaganda política y; el de la utilización comercial y publicitaria de los mass media. (4)

Durante la década de los 30 se hizo imprescindible perfeccionar la tecnología comunicativa con alcances ilimitados para conquistar mercados cuyas potencialidades, hablando en términos de ganancias, se preveían ilimitadas. Este nexo entre los ciclos producción-consumo, separados hasta entonces, aceleró y puso en la dirección deseada al proceso de masificación gracias al cual el sistema y el mundo, podían concebirse como una totalidad. (5)

La radio un medio de comunicación que prometía ser de gran utilidad para diversos fines humanos, rápidamente adquirió un papel exclusivamente comercial como instrumento mercantil de la industria americana. Esta temprana identificación y asociación de las modernas técnicas comunicativas con el mundo de los negocios marcó el inicio de la investigación de los --

mas media. Paul Lazarsfel comentó: "Los estudios de consumo - comercial ha contribuido notablemente al desarrollo de los métodos de muestreo e impulsado al sondeo de opinión. Con el advenimiento de la radio los registros de audiencias se convirtieron en materia prima para la opinión pública. (6)

En 1938 los alemanes usaron el cine como medio de propaganda política deformando la imagen de los Estados Unidos, suceso que preocupó a los norteamericanos todavía muchos años - después de terminada la guerra. Desde entonces la preocupación política teórica comenzó a centrarse en los sistemas de comunicación de la Unión Soviética. (7)

"Podemos iniciar la descripción de las primeras etapas de la ciencia de la comunicación en Estados Unidos haciendo referencia a la aparición y desarrollo de la revista The Public - Quaterly, editada por la Universidad de Princenton y, por la - School of Public Affairs, que se convertirá en el portavoz y órgano de expresión de la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) que guardó estrechas relaciones con la administración norteamericana. (8)

Una de las características centrales de la investigación en las primeras etapas es que estudia, registra los datos de opinión de facto. Esta circunstancia permite avanzar en los estudios psicosociológicos que más tarde pondrá en ejercicio la influencia. La investigación suministró al poder político conocer los estados de opinión y actuar en consecuencia. Años más tarde se intentó crear estados de opinión para persuadir a la opinión y alcanzar los objetivos de poder. (9)

A principios de los años cuarenta la atención de los investigadores ya no se centra únicamente en los problemas de la comunicación hacia el interior de los Estados Unidos. Se empieza a comprender la importancia de la radio y de los medios de comunicación en general como medios de propaganda política de alcances internacionales. La inestabilidad internacional que desemboca en la guerra mundial es el terreno adecuado para la promoción de la 'radio para el extranjero'. (10)

Terminada la Segunda Guerra Mundial, la teoría de la comunicación política, se mezcla con cuatro centros de interés : la función electoral de la comunicación de masas, la necesidad de una política de opinión pública para la expansión imperialista, el recuerdo de la propaganda nazi y la crítica del sistema de comunicación soviético. De ésta última referencia nace el desarrollo de un concepto importante en la historia de la teoría norteamericana, la noción de control 'democrático' de la comunicación. (11)

Los estudios sobre comunicación se multiplican a los servicios y expectativas imperialistas de Estados Unidos, durante 1945 a 1950, años en que se hace importante la organización de los sistemas de comunicación internacionales, desde el punto de vista económico, como consecuencia de la necesidad de penetración de mercado, desde el punto de vista político por la exigencia de encontrar en los sistemas de comunicación elementos que contribuyan a la estabilidad y al dominio internacional. (12)

Desde entonces, el campo de investigación se extiende a dos nuevos frentes relacionados con las exigencias industriales

del momento: la publicidad y las relaciones públicas, actividades que ya habían sido utilizadas en su dimensión política y - que deben encontrar sus aplicaciones en el campo de las exigencias comerciales. En esa misma época se inician también los -- primeros estudios sobre televisión y, a partir de ese año, iniciarán un lento incremento. (13)

Debe tenerse en cuenta que de 1948 a 1970 se paso de 73 a 162 centros especializados y, que en 1972 la cifra llegaba a 200 centros especializados en investigación de comunicación de masas. (14)

A la Estructura-Infraestructura de esa investigación debe añadirse una larga lista de instituciones dedicadas a las grandes industrias de televisión, agencias de noticias, asociaciones editoriales, fundaciones, agencias de publicidad, institutos para el estudio de la opinión pública o de mercado y, sobre todo a las iniciativas de la Administración. (15)

La década de los años sesenta significa un importante - incremento de los recursos norteamericanos para la información internacional en todos sus frentes: agencias de noticias, radio internacional, producción televisiva y cinematográfica, publicidad, infraestructura para los medios y alta tecnología. (16)

En 1978 se gastaron 4mil millones de dólares en encuestas de opinión política y comercial. Los objetos de estudio no han dejado de crecer en investigación de comunicación de masas: el desarrollo y expansión del mercado, la tecnología comunicativa (miniaturización, portabilidad, automatización) de la radio y televisión, expansión de los nuevos 'media' burocráticos

(computadoras, video, cine ligero, fotografía, etc), la nueva tecnología informativa de imagen, el sonido y la impresión, la nueva tecnología de la transmisión informativa (satélites, cables, fibras ópticas), la cibernética de los procesos de producción y difusión informativas ; con no menor importancia, la lucha de los países no alineados y las minorías marginadas por un nuevo orden informativo internacional, son bases suficientes para mantener el interés de la investigación. (17)

Hasta aquí de manera muy rápida, éstos han sido los antecedentes históricos de la perspectiva funcionalista del estudio de la Comunicación Institucionalizada. A continuación se desarrolla algunas de sus principales categorías de análisis, cuyos elementos son explicados por Antonio Paoli.

El autor comienza por definir qué entiende por comunicación: acto de relación entre dos o más sujetos en el cual se evoca un significado común. (18)

El significado es una composición de "todo lo que nos representamos al captar un significante. El significado es cualquier cosa que se puede percibir de la realidad."

La cultura en un contexto social representa a un conjunto de significantes en común para todos los individuos y, es precisamente éste fenómeno el que hay que estudiar en los procesos de comunicación social, es decir, quién determina el significado de la comunicación de masas. Sin embargo, los procesos de la comunicación en la sociedad ocurren unilateralmente determinando las representaciones de los significados, sin que los receptores tengan otra posibilidad más que aceptarlos, en este sentido, no se

estaría analizando a un proceso real de comunicación, sino de un proceso de información.(19)

La información, para Paoli, es un conjunto de mecanismos estructurados determinados de una forma que guían una acción a través de la comunicación. La información son datos específicos que orientan la acción de otros, de tal manera evoquen un significado común.(20)

La información-acción transmite valores éticos, políticos, culturales, es decir, ideológicos que orientan la acción humana en la sociedad.(21)

El funcionalismo es una teoría para la orientación y la acción social en una sociedad determinada, por eso su estudio versa fundamentalmente sobre una teoría social.

El proceso de la comunicación masiva y su análisis en la sociedad debe atender las siguientes categorías de análisis: Las Funciones e Instituciones. Equilibrio y Conflicto. La Estructura Social y la Historia, categorías que deben reflejar la concepción de quienes producen, distribuyen y transmiten la comunicación en una sociedad, es decir, el significado o la ideología.

#### FUNCIONES E INSTITUCIONES.

Toda sociedad tiene un conjunto de instituciones que satisfacen necesidades. Las necesidades a satisfacer son un conjunto de problemas funcionales a la sociedad, por ejemplo, - alimentación, protección, afecto, etc.

Esta necesidades son satisfechas a través de ciertas funciones que cumplen instituciones. Los funcionalistas conciben a la sociedad como un organismo y a las instituciones como ins-

trumentos que satisfacen esas funciones, si alguno de éstos - elementos entra en crisis, el sistema social también enfermará. Se trata de una concepción instrumental-organicista. (22)

Los medios masivos en una sociedad son instituciones sociales que cumplen funciones: informar, orientar, entretener, etc. Los máximos tratadistas de estas afirmaciones son Charles R Grigth y Katz, entre otros, los cuales afirman que de no ser equilibradas la comunicación de masas puede crear disfunciones en una sociedad.

"En funcionalismo , los medios de comunicación satisfacen necesidades sociales. Hay que estudiar a los medios desde un punto de vista de su capacidad para cubrir necesidades o colaboren a realizar adecuadamente sus funciones. Ver qué necesidades satisface, preveer las relaciones sociales y si éstos medios se transforman." (23)

#### EQUILIBRIO Y CONFLICTO.

Las sociedades humanas tienden al equilibrio, poseen mecanismos para regular sus conflictos o disfunciones, su eficacia depende de los medios de comunicación usados en una debida orientación social.

El análisis de los medios de comunicación tendientes al equilibrio social es un punto de importancia fundamental para el funcionalismo en el estudio de comunicación. (24)

Las investigaciones funcionalistas están orientadas a la eliminación y detección del conflicto social y por tanto es fundamental para el análisis de la Estructura Social. Se trata de una teoría que persigue el orden y equilibrio de esta última. (25)



La teoría funcionalista estudia las funciones y disfunciones de los medios masivos, el conflicto es el elemento central en la teoría. Los medios son responsables de ese equilibrio que pueda guardar con la sociedad en sus diversos procesos: la codificación de las representaciones que se transmiten a través de los medios son cruciales para todo el conjunto de procesos sociales. (26)

#### ESTRUCTURA SOCIAL.

La sociedad humana es un organismo interrelacionado, cuyos elementos interactúan entre sí formando una estructura, cada uno de ellos si se afecta deja de funcionar provocando inestabilidad en el sistema. (27)

La interrelación que ocurre entre los individuos que representan a las instituciones, desempeñan roles sociales dentro de ésta para hacerla funcionar. Las instituciones ofrecen servicios a través de funciones informativas vitales para la sociedad, que de no ser satisfechas la sociedad entra en crisis.

La Estructura Social (lo que ocurre dentro de la institución) y el Sistema Social (lo que ocurre en la sociedad) interactúan entre sí. Esta categoría de análisis para los funcionalistas es importante, de allí que se le de también el nombre de estructural-funcionalismo. (28)

Robert Merton y Parsons y otros sociólogos han sido quienes han nutrido teóricamente a la Teoría Funcionalista del estudio de la Comunicación en torno a la Estructura Social, cuyo tema central son las interacciones que ocurren entre ésta y Sistema social para alcanzar el equilibrio y eliminar el conflicto.

## LA HISTORIA.

El funcionalismo no atiende la historia evolutiva de los Sistemas de Comunicación y su relación con el Sistema Social, tampoco estudia sus leyes, más bien analiza la historia de las funciones que permite funcione una sociedad en un determinado orden o *stato quo*. (29)

Lo que sí estudia son las interdependencias funcionales a una sociedad para el logro de un orden establecido. El análisis histórico es el presente y no el pasado de la sociedad. Solo rescata aquellos hechos que pueden ser funcionales al sistema. (30)

Hasta aquí, han sido desarrolladas las principales categorías de análisis de la teoría funcionalista de la comunicación social institucionalizada. Ahora procederé a desarrollar a otro conjunto de teorías de carácter funcionalista.

Melvin de Fleur, entre 1916 y 1918 ubicó la primera teoría que más tarde fundamentó a la Comunicación de Masas con la teoría mecanicista del estímulo-respuesta (E-R) o, la Teoría de la Aguja Hipodérmica. Sus bases procedieron de la psicología y se puede resumir como: la conducta del individuo determinada por mecanismos biológicos heredados entre el estímulo y la respuesta. Se consideró que la naturaleza humana era uniforme motivacionalmente. (31)

Esta teoría considera que el individuo de la masa sometido a estímulos responde de manera uniforme. Estimó que las personas en la sociedad estaban psicológicamente aisladas y, que a través de estímulos (mensajes) podían ser inducidos a su unificación e influidos por los poseedores de los medios masivos,

en especial si se actuaba sobre sus emociones. La Teoría mecanicista del E-R fue la base posterior para los estudios de los efectos de los medios masivos. Para 1930 se hablaba de efectos e impactos. También de ésta teoría se motivaron cuatro más: Teoría de Diferencias Individuales, Categorías Sociales, Relaciones Sociales y Normas Culturales. (32)

#### 4.2.1. TEORIA DE LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES.

"El avance científico mostró que la naturaleza humana no da al individuo la capacidad para dirigir su propia conducta y debe adquirirla del medio ambiente que le rodea. Sobre esta base, los psicólogos en 1930, comenzaron a profundizar en los procesos del aprendizaje, comprobando que algunos impulsos motivacionales pueden adquirirse mediante el aprendizaje y que no todos los individuos son motivados por los mismos estímulos.

Se aceptó la posibilidad de modificación de la conducta y diferenciación psicológica en los humanos, en función de un aprendizaje y una organización diferenciada en un ambiente distinto, del que pueden adquirir un conjunto de valores, normas y creencias.

Se admitió que las variables de la personalidad adquirida por el medio pueden servir de base para que los individuos perciban determinados acontecimientos desde diversos puntos de vista. Los elementos que se adquieren del ambiente contribuyen a determinar la manera en que el individuo selecciona los estímulos del medio y atribuyeron un significado dentro de los marcos de referencia." (33)

Estimaron que un elemento importante es la adquisición de

de hábitos estables relacionados con la percepción de acontecimientos que se presentan alrededor de los individuos. La percepción difiere de una persona a otra, conforme a la estructura de la personalidad. Estos avances trajeron consigo el replanteamiento de las teorías de la comunicación masiva en su forma de ver al público y a los medios: el público no era homogéneo.

De acuerdo a lo anterior, la teoría de las diferencias individuales sostiene que los efectos del medio sobre el auditorio no son uniformes, sino variables entre las personas. Los mensajes de los medios interactúan de manera diferenciada de acuerdo con las características de la personalidad del público. Existen diferencias de personalidad y los efectos también son variables. Con todo la influencia mediadora de las variables de su personalidad se mantiene constante. (34)

#### 4.2.2. TEORIA DE LAS CATEGORIAS SOCIALES.

Basada en la investigación de ciertas variables como (sexo, edad, ingresos, nivel educativo, religión), la Teoría de las Categorías Sociales "supone que hay amplias colectividades o categorías sociales, cuya conducta frente a un conjunto dado de estímulos es más o menos uniforme". Si se investiga a éstas se conocerá el tipo de contenidos que seleccionarán al percibir. Las personas que poseen características semejantes: hábitos, modos de pensar en materia de comunicación se relacionan con ésta de manera uniforme, cuyas respuestas son más o menos similares.

Esta teoría es más acorde con las sociológicas acerca de la sociedad de masas que con psicología social.

A fines de la década de 1940, Bernard Berelson sugirió un esquema de análisis para contestar las preguntas sobre los efectos de los medios: algunos tipos de comunicación sobre algunas clases de problemas, sometidos a la atención de cierto tipo de gente, en condiciones determinadas, tienen ciertos tipos de efectos."(35)

#### 4.2.3. TEORIA DE LAS RELACIONES SOCIALES.

Su punto de partida es el papel de las relaciones grupales en el proceso de la comunicación masiva. Los investigadores descubrieron que los miembros de la comunidad se comunicaban entre sí, cuya interacción era importante en la selección de los mensajes: "la investigación comenzó a poner de manifiesto que el desplazamiento de información se operaba en dos etapas. Primero pasaba de los medios a personas relativamente informadas que recibían directamente la comunicación masiva. Luego éstas las transmitían a través de canales interpersonales a individuos cuyo contacto directo con los medios era mayor y que dependían de los demás para obtenerla. Este tipo de proceso fue denominado 'Flujo de la comunicación en dos etapas'.(36)

Los individuos que tenían mayor contacto con los medios fueron llamados líderes de opinión, no sólo transmitían la información sino también la interpretaban. Esta teoría cobró importancia en la sociología rural, en la llamada 'Difusión de Innovaciones'. Esta perspectiva intentó profundizar en la influencia de canales de comunicación formales e informales en la adopción de la tecnología agrícola, donde los líderes de opinión desempeñaron un papel importante,(37)

#### 4.2.4. TEORIA DE LAS NORMAS CULTURALES.

A juicio de Melvin de Fleur, ésta teoría postula que los medios masivos ponen énfasis en ciertos temas, creando en el público impresiones de normas culturales, permitiendo que sus comportamientos sean guiados a determinadas situaciones. (38)

El autor señala que existe consenso en que los medios de comunicación pueden influir en la conducta de los individuos de tres maneras: 1) El contenido puede reforzar pautas existentes y conducir a la gente a creer que determinadas formas sociales son apoyadas por la selectividad. 2) Pueden crear nuevas convicciones compartidas, con respecto a temas en los que los individuos han tenido poca experiencia. 3) Pueden cambiar normas preexistentes y, por lo tanto, llevar de una forma de comportamiento a otra.

Puede afirmarse que éstos postulados han tenido aceptación sobre todo si se considera que es más sencillo reforzar ciertas pautas que modificarlas. Se ha llegado a la conclusión de que el contenido de los medios masivos son conservadores, porque - tienden a difundir pautas de conducta que son aceptadas por - la colectividad. El carácter heterogeneo de la comunicación masiva, permite a diversos grupos interesarse por determinados temas. La gente imita los personajes de cine y televisión pero sus efectos son transitorios, no afectan los intereses de grupo. (39)

De Fleur afirma que no sólo los medios de comunicación - provocan el cambio de conducta, la iniciativa se origina de - varias instituciones. Además los medios enfrentan también los prejuicios de la cultura que no pueden modificarse mucho. (40)

Finalmente, la Teoría de las Normas Culturales ha dado lugar a controversias con respecto a los efectos negativos de los medios masivos. Se discute sobre todo en torno a la violencia y apatía en el público como producto de las exposiciones a las comunicaciones masivas. Se supone que las cuatro teorías descritas se desarrollaron simultáneamente en los Estados Unidos, cuyas investigaciones se apoyaron en la metodología del Análisis de Contenido, del Paradigma de Lasswell obteniendo conclusiones de que los medios de comunicación son reforzadores de las pautas de conducta. (41)

#### 4.2.5. TEORIA DE LA DISONANCIA COGNOSCITIVA.

Su punto de partida es la influencia de la comunicación inesperada en los individuos al actuar en discordancia entre lo que piensan y lo que hacen. Uno de los pioneros de ésta teoría fue Leon Festinger, quien muestra las situaciones que pueden provocar disonancia y cómo el individuo tiende a disminuirla, en un intento por recuperar el equilibrio. (42)

Hasta aquí he terminado de presentar las principales categorías de análisis y teorías de la perspectiva funcionalista del estudio de la comunicación. Posteriormente será desarrollada otra de las corrientes importantes en este tipo de análisis sociológico de la Comunicación Institucionalizada: el Estructuralismo.

#### 4.3. ESTRUCTURALISMO

La perspectiva de análisis para el estudio de la comunicación social institucionalizada ha sido fundamentada a partir de otras ciencias como lo son la lingüística, semiología, filosofía, psicología social, sociología, entre otras.

Su metodología de análisis ha sido construida con algunas dificultades teóricas a vencer, pues no hay que olvidar que al estudio de la comunicación social deben ser atendidas por teorías de la comunicación sociológicas, objeto de la Teoría Social de la Comunicación, propuesta por Manuel Martín Serrano.

Se puede estimar que su metodología ha sido rescatada de estructuras específicas, como por ejemplo, la del relato, del cuento por citar alguna, para posteriormente aplicarlas al análisis de los procesos sociales de la comunicación ocurridos en la sociedad o Estructura Social.

Digamos que el estructuralismo estudia a los procesos sociales de comunicación a manera de un Teatro Social, donde los actores son más importantes que las instituciones. Interesa de éstos las interacciones para producir las comunicaciones públicas y originar ciertos procesos significativos en la Estructura Social.

##### 4.3.1. EL MODELO ESTRUCTURAL.

El modelo estructural es una categoría de análisis en Estructuralismo, propuesto por Greimas para el análisis de los relatos desde una perspectiva de comunicación producida por los actores para significar esa estructura. A partir de ésta se aplica al proceso de la comunicación social para entender



los procesos de significación ocurridos en una sociedad determinada históricamente. El modelo actancial es una organización relacional que produce significado a ese actuar. Los elementos que conforman a esa organización son denominados 'actantes', - quienes cumplen determinados roles en el relato (principes, - villanos, hadas, princesas, etc) y que siempre cumplen esas funciones dentro de la estructura. (43)

Paoli dice que el modelo anterior ocurre en la vida real de una sociedad, cuya organización determina el significado del actuar social. (44)

En la Estructura Social siempre existen Actores (Presidente, Secretarios de Estado, Ciudadanos, Fabricantes, Industriales, etc), todos interactúan entre sí cumpliendo roles sociales significando el actuar social.

El significado del actuar social es de suma importancia para el Estructuralismo en Comunicación, digamos que estudia la sintaxis y semántica de ese actuar, para que a partir de éste determine el significado de los procesos de comunicación sociales. Fundamentalmente toma en cuenta al Emisor (Productores de la comunicación pública), mensaje (Productos comunicativos) y receptor (Públicos, audiencias, etc).

Sin embargo, al estructuralismo no le interesa explicar el porqué las instituciones de comunicación llegaron a convertirse en sistemas, sino más bien explicar qué significan éstos y cómo hacen significar los procesos de comunicación social producidos por ellos. (45)

"En el estructuralismo se utilizan modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto. Las unidades interrelacionadas no se consideran como un conjunto de órganos sino como formas significantes. De aquí que tenga una diferencia de enfoque disntinta a la del estructural-funcionalismo.

El estructuralismo ha derivado sus modelos de la lingüística estructural de Ferdinand de Saussure, sobre esta perspectiva de análisis los estructuralistas pretenden elaborar una lingüística que va más allá de la frase, mostrando a la estructura de cómo el relato se convierte en medio de comunicación".  
(46)

Levi Strauss, Barthes ,, Greimas, Bremond, Genett y otros han contribuido a incrementar el acervo científico para el análisis de la comunicación humana a partir del análisis estructural. (47)

Umberto Eco, a partir de éstos análisis ha estudiado las posibles articulaciones del código cinematográfico, definiendo su acción como forma de lenguaje articulado en una estructura. Toma como paradigma de análisis a la lingüística. Muestra diversos elementos como totalidad articulada en la estructura propia del cine. (48)

Referirse a la estructura en Estructuralismo es describir a un conjunto organizado de elementos como unidad subordinada a ciertas leyes y criterios de relación. (49)

Jean Piaget dice que "una estructura está formada por elementos subordinados a leyes de composición no asociativas, sino que más bien poseen propiedades distintivas a los elementos. (50). Es decir, los elementos están dotados de sig-

nificación no real de su significado, por ejemplo, un árbol es sólo un árbol y no un árbol hechizado.

Eliceo Veron dijo que "el campo de la sintáctica está constituido por el estudio del código y las reglas de combinación para la composición de los mensajes, si el estudio incluye consideraciones acerca del referente se trata de semántica. Si el análisis estima también a los restantes componentes del sistema de comunicación, como al receptor, canales, mensajes, emisores, etc, forma parte de la pragmática." (51)

El estructuralismo en tanto se desarrolla en una teoría sociológica que estudia a los hechos impregnados de significación, se apoya en la ciencia semiológica, pero ésta no es el estructuralismo. (52)

El objeto de estudio de la semiología es la "vida de los signos en el seno de la vida social. Ella nos enseña qué son los signos y qué leyes los gobiernan. El descubrimiento de estas leyes depende también de la Lingüística. (53)

En la vida social de los signos son ejemplos, el matrimonio, las modas, vestidos, formas de comer, decorados que en su conjunto representan a una estructura significativa. Son lenguajes que determinan al actuar social. El estructuralismo intenta explicar esa organización significativa como forma de comunicación social.

El estructuralismo no usa la historia, pero si puede ayudar a explicar el momento actual de una Estructura Social, que brinda elementos para interpretar los procesos de significación en algunos momentos históricos y quizá con el tiempo ofrezca modelos de transformación de una estructura a otra. (54)

Se puede estimar que el método estructuralista para el estudio de la comunicación social institucionalizada tiene una naturaleza plural disciplinar para abordar su objeto de estudio. Sin embargo, el método más idóneo proviene de los estudios lingüísticos de Ferdinand de Saussure. Dentro de ésta corriente general ha habido una discusión para definir y delimitar al campo de la comunicación social, porque algunos la definen como semiológico y otros como semiótico para referirse a su análisis.

El enfoque semiológico estudia los signos como reducibles a leyes del lenguaje. En la Semiótica se rebasa esta perspectiva para considerar a los hechos comunicativos como socio-culturales. (55)

Uno de los problemas a que se ha enfrentado la corriente estructuralista para el estudio del proceso de la comunicación social, ha sido la delimitación del objeto de estudio, a partir de determinadas disciplinas de análisis.

Algirdas Julien Greimas dijo que el semiótico queda desconcertado ante una disciplina, como la Comunicación de Masas, Comunicación Social, Mass Media, al experimentar dificultades para designarla a sí misma. Por otro lado, se debe distinguir a un objeto de estudio muy general que se propone esta disciplina y, otro, los métodos y procedimientos de descubrimiento que ésta práctica intenta. (56)

Si se define el objeto de estudio, a la semiótica le interesa la denominada 'cultura de masas', aunque el término cultura no esté especificado en la disciplina de la comunicación social. Sin embargo, los medios manifiestan a dicha cultura.

Pienso, dice Greimas, que la perspectiva semiótica debe estudiar científicamente : toda manifestación cultural por - variada o estratificada que ésta sea, independientemente del matiz ideológico en que se oriente. La Semiótica debe definir la cultura de masas como proceso de comunicación social. (57)

En comunicación social, el esquema de análisis es toda - una morfología social: el emisor y receptor durante el proceso no son individuos, sino grupos sociales, cuyo estatuto estructural debe ser definido por la semiótica. (58)

El estudio de las comunicaciones sociales han contribuido a la comprensión de los medios masivos, pero casi nunca han estudiado las significaciones que son transmitidas por dichos medios. (59)

Sin embargo, éste enfoque constata que los medios producen objetos significantes-culturales, complejos y heterogeneos. Una película, por ejemplo, está integrada por varios códigos y, por tanto pone en juego diversos canales de comunicación, son en esencia objetos semióticos de análisis poseedores de un significado global en conjunto.. Yo diría, dice Greimas, que hay que hacer una clasificación fundamental para los enfoques de análisis de los contenidos semióticos: los de códigos o lenguajes y los canales de comunicación, ambos son complementarios para el estudio de los medios. (60)

Los medios de comunicación lejos de ser estudiados como - instrumentos, deben ser analizados como sistemas semióticos que producen significaciones culturales.

La disciplina de la comunicación social en Semiótica se orienta a la descripción de las significaciones culturales de -

los Sistemas Semióticos de Comunicación. Esta disciplina debe señalar los distintos códigos sociales que subyacen en la comunicación de masas y, que constituyen una dimensión cultural fundamental en las sociedades industriales. (61)

Las metodologías usadas para el análisis de la comunicación social de otras disciplinas no pueden develar esos procesos de significación cultural. El análisis de contenido, solamente atiende a éstos desde una perspectiva superficial de la significación y no profunda, sobre todo porque se orienta al análisis de tipos psicológico. Los medelos de interpretación del proceso de la comunicación, emanados de otras disciplinas no son equiparables al modelo semiótico del proceso de la comunicación social, dice Greimas.

El objeto de estudio que interesa a la Teoría Estructuralista de la Comunicación, son los procesos de significación cultural inmersos en las comunicaciones a través de códigos visuales, auditivos, sonoros, olfativos, etc. (62)

El valor metodológico de los enfoques utilizados en el estudio de las comunicaciones sociales radica en el carácter humano de esta disciplina, dirigida a la exploración de la problemática de la antropología cultural y; su deseo de comprender a los medios de comunicación social con el fin de captar sus significaciones fundamentales. Este hecho le concede un lugar propio entre las ciencias de la significación. (63)

Hasta aquí se han ofrecido los planteamientos teóricos con que se ha configurado la corriente teórica de análisis para el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada, desde la perspectiva del Estructuralismo sociológico.

#### 4.4. MARXISMO.

En el presente capítulo se describen a las bases de donde parte el análisis del proceso de la Comunicación Social Institucionalizada, desde los planteamientos teórico-metodológicos de Marx, Engels y Lenin.

Teóricos contemporáneos del estudio de la comunicación social desde la perspectiva marxista han estimado que las categorías de análisis para la interpretación del proceso de la comunicación de masas se ubican en el estudio de las bases materiales (Estructura-Infraestructura de los Sistemas de Comunicación) y la ideología (Superestructura) implícita en su proceso. Este último, dicen, es el elemento dinamizador de los procesos mercantiles que circulan en la sociedad.

La comunicación social, según los tratadistas marxistas, ha sido puesta al servicio de los procesos mercantiles para que los dinamicen, tendencia que obedece a los intereses de clase dominante. Las relaciones productor-consumidor, ha sido equiparada a la relación emisor-receptor, cuyos mensajes dotados de significación ideológica están orientados hacia el consumo de sus productos culturales y materiales.

La Teoría de la Comunicación Social marxista se fundamenta en los planteamientos teóricos de Marx y Engels. La premisa de la que parte es el hecho histórico de que el hombre como productor de sus medios de vida es también de su existencia. La forma en que los hombres producen sus medios de vida es, en sí, un modo de vida. Los hombres condicionados por un determinado desarrollo de sus fuerzas productivas y la forma de inter-

cambio correspondiente, son los creadores de sus representaciones, pensamientos e ideas, las cuales no tienen su propio desarrollo sino que cambian en relación a las condiciones materiales:

"No es la conciencia la que determina la vida, sino la vida la que determina la conciencia." (64)

Aunque Marx ni Engels formularon una definición expresa del concepto de Ideología, a través de sus textos pueden extraerse características precisas. Señalaron que en las primeras formas de organización social, la producción de ideas-representaciones del hombre se vinculan a sus actividades materiales, por lo cual, aun no podía hablarse de formas ideológicas, que expresaran la desvinculación entre teoría y práctica. (65)

Sin embargo, desde el momento en que aparece la división social del trabajo y, por consiguiente separación entre trabajo físico e intelectual, la propiedad privada y más tarde - la producción mercantil al entrar en contradicción con el desarrollo de las fuerzas productivas adquieren el carácter de antagónicas, se dividen entonces el plano material del espiritual, cuya separación manifiesta la formación de una clase dominante, quien expresa las ideas de su dominio: se construye así una ideología dominante.

"Las ideas dominantes son la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes, las mismas relaciones materiales concebidas como ideas. Por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante son las que confieren el papel dominante a sus ideas. (66)



En cuanto dominan como clase, los individuos que forman ese dominio regulan la producción y distribución de sus ideas. La división del trabajo se manifiesta también dentro de la clase dominante como división del trabajo físico e intelectual. Es entonces cuando "desaparece la apariencia de que las ideas dominantes no son las de la clase dominante, sino que están dotadas de un poder propio, distinto de ésta clase.

De esta forma, la Ideología es una manifestación dominante cuya función ha consistido en preservar y justificar el orden material, el cual le ha dado origen, representando una imagen deformada de la realidad.

Marx consideró integrantes del nivel ideológico de la sociedad a los cuerpos jurídicos y políticos, así como a sus correspondientes formas de conciencia social. Otro texto marxista señala como componentes al Estado y a las diversas formas de creencias sociales. (67)

La Ideología, según Gramsci, cimenta y unifica al edificio social: es el cemento que asegura la cohesión del edificio (para referirse a la ideología que circula por la sociedad); impregna todas las actividades del hombre contemporáneo; está presente en toda actividad hasta el punto de ser indiscernible con respecto a sus vivencias.

La Ideología tiene un papel cotidiano en la Estructura Social, está presente en actividades y comportamientos de los individuos. Vive y se desarrolla en ella misma, permitiendo a los individuos insertarse de manera natural en sus actividades prácticas dentro del sistema y participar en la reproducción del aparato de dominio sin percatarse de que se trata

del dominio de una clase. Como señalara Engels: para el individuo que se desenvuelve en ese sistema, la ideología es una experiencia que vive, sin conocer las verdaderas fuerzas motrices que la ponen en movimiento. (68)

De esta manera, el análisis de la comunicación social (Institucionalizada, desde la perspectiva marxista, parte de la concepción de la Ideología y sus bases materiales de los sistemas de comunicación durante el periodo monopolista del capitalismo.

Los medios de comunicación, entendidos como Sistemas de Comunicación, son el elemento más importante del Sistema Social, portadores y difusores de la ideología de la clase en el poder. De aquí, autores como Enzensberger, Ludovico Silva y Mattelart se inspiran para desarrollar la Teoría de la Comunicación de Masas, desde la perspectiva marxista, donde los procesos de producción y distribución de los mensajes obedecen a la lógica mercantil del sistema capitalista.

"Cabe considerar, que el vehículo por excelencia para la difusión de la ideología en nuestros días lo constituyen los llamados medios de comunicación de masas, cuyo crecimiento ha sido prodigioso y, que inducen subliminalmente la ideología en los individuos y, sobre todo comercialmente. (69)

De esta manera, en nuestros días, el lugar social de la ideología radica primordialmente en la amplia red de medios masivos, que de forma cotidiana y constante transmiten al individuo y sociedades los sistemas de valores, creencias y representaciones de la clase dominante. (70)

En los inicios del capitalismo, la cultura libresca, la educación, la religión y las instituciones en general fueron los instrumentos utilizados por la clase dominante como medios culturales de colonización, y por tanto, como justificadores ideales de colonización material existente.

Pero así como el colonialismo se valió de determinados instrumentos para la conformación y difusión de su ideología, el capitalismo monopolista-imperialista, y más tarde transnacional, encontró los suyos en los medios masivos de comunicación, también llamados mass media.

De esta forma, el lugar social de la ideología radica, además de la educación, la religión y las instituciones, en los mass media, por cuya red mundial el capitalismo difunde sus sistemas de representaciones y legitima cotidianamente las bases de su poder. (71)

El hecho de que la clase dominante haya conservado sus medios de comunicación confiere a la lucha ideológica un carácter genuino.

Toda actividad y todo producto en la sociedad capitalista participa en la lógica de la mercancía (producto ideológico material). El lenguaje que transmiten al público en el sentido de dicha actividad es también un producto mercantil. Esta forma de actividades no escapan a la relación social dominante. Para legitimarla, la clase en el poder hace uso de la comunicación como actividad natural. (72)

En este sentido la comunicación de masas es pasada por un proceso de deformación que no obedece a una actividad natural.

El medio de comunicación es un mito en la medida en que se le considera como una entidad dotada de autonomía, de voluntad y alma propia. El medio de comunicación de masas se ha convertido en actor de la escenografía de un mundo regido por la racionalidad tecnológica. Es la versión actualizada de las fuerzas naturales creada por la clase en el poder, que se da el lujo de denunciar a los medios de comunicación nefastamente cuando no obedecen a su lógica mercantil. (73)

Honestamente habrá de convenirse que los medios de comunicación en la sociedad capitalista no están en condiciones de difundir un saber, gusto, belleza y sentido crítico a los receptores. Por el contrario, difunden lo vulgar, violento, pornográfico, sobre todo dirigido a la juventud.

Orientan las preferencias hacia novelas detectivescas y sentimentales, la moda y otras modalidades tribiales. La sociedad contemporánea sufre de una considerable carga erótica producida por los medios de manera artificial. Son numerosos los medios de comunicación que presentan un ambiente nutrido de sexualidad desordenada y perturbadora. (74)

El mito de la comunicación de masas se transforma en cosas: así el dinero trabaja, el capital produce, un ramo de flores - dice "te amo", todo obedece a una lógica mercantil diluida en este proceso. La comunicación de masas hace actuar al receptor.

Las tecnologías de comunicación son un factor dinamizador de la sociedad imponiendo una movilización genuina. En todos estos casos, el medio de comunicación es un mito porque presentan un pseudoautor, elevado al rango de proceso social y, al ocultar identidad de los procesos manipuladores de las ideas que se

expanden en el sistema social patrocinado por la clase dominante en el poder. (75)

El mito de la comunicación de masas apunta a borrar todo esquema de estratificación social y ofrece a los receptores la imagen de una sociedad acéfala. Junto a él ha surgido la serie de conceptos del amorfismo social burgués, tales como: sociedad de consumo, sociedad de abundancia, sociedad de masas, sociedad moderna, opinión pública. En éstos términos - comodines se esfuma el soporte de la comunicación social.

El lenguaje sirve de pantalla a un aparato de dominación, es el lenguaje simbólico de los medios el signo del consenso que integra todos los conflictos y diferencias de una sociedad dada y compone una unidad provocando ficticiamente una -- reconciliación de antagonistas. Es la fusión de las conciencias dislocadas en la realidad conflictual de la sociedad de clases. (76)

"La mitología consiste en la reserva de signos propia de la racionalidad de dominación de una clase funcionales al sistema social. De no ser funcional, revelaría la mistificación de la clase que dictamina la norma de lo que es la realidad y la objetividad." (77)

Así, la distancia que se observa entre emisor y receptor es una mera reproducción del espacio que media entre productor y consumidor. (78)

De la misma manera que al consumidor no le pertenecen -- las decisiones atinentes a la naturaleza y jerarquía de los bienes materiales de consumo, tampoco le compete participar en la

fijación de sus consumos televisivos, radiales o periodísticos. Esta pasividad que desemboca en proceso de enajenación, afecta tanto al emisor como al receptor: el consumidor es también un agente de producción. (79)

El mensaje-mercancía que el productor depara al consumidor viene sellado, es un producto salido del proceso de producción consumado, acabado, perfecto. Se trata de un producto que puede transitar por todas las gamas y versiones que cruzan entre paternalismo y autoritarismo: sugiere, insinúa u oprime, pero siempre esquivo la participación del usuario y determina el modo unívoco de recibir. He ahí toda la magia del discurso publicitario, si hubiera que encontrar la última instancia de este discurso 'ritual y autoritario', habría que retomar la noción de orden con la cual la clase en el poder manipula a las masas. El medio de comunicación se asume como al servicio de la burocracia del poder ideológico. Burocracia que administra con su lenguaje y presupuestos intocables de la legitimidad de este orden erigido en código de armonía social que reacomodará pero nunca cambiará. (80)

Los productos comunicativos que circulan en la sociedad a nivel masivo, están determinados por los poseedores de los medios masivos. Dichos mensajes permeados por las representaciones, valores, creencias e ideas de la clase en el poder son difundidos a través de los medios, vía a justificar y consolidar su poder, cuya validéz radica en su aceptación al ser consumidos por un gran número de personas a nivel mundial.

La comunicación social en la sociedad capitalista responde y ha sido incorporada a los procesos mercantiles de producción, distribución y consumo de ese sistema, vía agilizar y reducir el proceso que ocurre entre productor y consumidor. La comunicación obedece a la lógica de la oferta y la demanda, cuyos mensajes están determinados ideológicamente por intereses de la clase en el poder. Es por esto, que el análisis de la ideología, constituye, para los teóricos de la comunicación marxista un elemento fundamental para la interpretación de la tendencia del proceso de la comunicación social en una sociedad capitalista. (81)

Esta fue la descripción de tres de las principales corrientes teórico-metodológicas: Funcionalismo, Estructuralismo y Marxismo, que han analizado a la Comunicación Social Institucionalizada desde una perspectiva social.

A continuación se presentan a las que eventualmente se les puede llamar Escuelas del estudio de la comunicación social institucionalizada, que como podrá comprenderse, analizan a este tipo de comunicación a partir de diversas formas de estudio. Las escuelas en su conjunto se puede estimar que son complementarias para fundamentar de alguna forma el saber de la Teoría Social de la Comunicación.

#### 4.5. ESCUELA DE PALO ALTO: INFORMACION, CODIFICACION Y META COMUNICACION.

Gregory Bateson, representando a la Escuela de Palo Alto analiza un tema poco desarrollado en Teoría Social de la Comunicación: codificación y descodificación de los significados de la información, teoría que sirve de elemento también para la Teoría de la Comunicación Interpersonal.

La codificación es el proceso de traducción entre significado a señales, donde se involucra la percepción psicológica - para configurar una gestalt o estructura en una situación específica. Codificar es producir significados y configurarlos en elección de determinados valores. Bateson más que interesarse por la comunicación social entendida como Sistema Social, se aboca al estudio de la metacomunicación o significados de los productos comunicativos. (82)

Para su estudio, el autor elige las relaciones existentes entre información-codificación y metacomunicación. Primeramente delimita a cada categoría y posteriormente explica sus relaciones:

En tanto que las señales son componentes de la comunicación mejor analizados y comprendidos, los significados son los menos conocidos y evaluados. Existe una diferencia entre señales y significado, Estos últimos son más complejos y menos objetivos. Las señales pueden registrarse en una cinta; los significados no, son psicológicos y culturales. (83)

Las personas (receptores) connotan y denotan a partir de la metacomunicación o, dimensión del significado. Este proce-



ocurre en situaciones específicas. No se sabe todavía cómo connotan y denotan las personas en su cerebro, pero si es sabido que sus representaciones son determinadas por factores externos.

Los hombres poseen información para conocer los objetos que los rodean. La información es codificada a través de los sentidos y descodificada cuando procesan la información y la transforman en nueva información comprensible para ellos.

El hombre se enfrenta a un entorno enorme del cual elige y transforma sus significados. El significado de las personas siempre es temporal y relativo, pero si sus experiencias no se relacionan con sus expectativas la información pierde significado para él. (84)

Según los ingenieros, el hombre codifica digitalmente: el ser humano codifica los hechos externos en función de sus relaciones aritméticas y se alimenta con esa información para definir problemas y resolverlos.

Codifica también analógicamente: reconoce los hechos externos parecidos a sus experiencias, pero el medio cambia para el hombre y este para el medio. No se sabe cómo ocurre ese proceso en el cerebro humano, pero se supone que las imágenes en la mente ayudan a pensar. (85)

El hombre codifica a partir de sus valores, primero selecciona y rechaza elementos, después los clasifica y los configura en una gestalt o referente humano. Así delimita su interés, esto explica porqué lo rechazado no es definido ni valorado. (86)

Los valores determinan la percepción y ésta a los primeros. El éxito o fracaso de las acciones humanas determinará también la visión posterior. La acción es el término medio en donde se encuentra el valor y percepción. (87)

Deseo y percepción coinciden. Todo ser humano ve el mundo que desea, quiere que su información sea verdadera, si las cosas no ocurren como se lo propuso se frustra, es decir, tiene un conocimiento que no coincide con su realidad. Este hecho obliga a estudiar el concepto de información y el de entropía negativa, ambos conceptos son sinónimos. (88)

El hombre actúa en función de una ley de probabilidad impulsado por un estado aleatorio y conducido hacia la entropía o información, siempre buscando el orden. Este orden siempre será 'desbaratado' por un nuevo evento, su proceso es aleatorio. El individuo es un sistema que clasifica sus informaciones determinándolas por su valor, busca siempre aquella que lo reafirma. La búsqueda de información es la de valores siempre tendiendo a evitar lo aleatorio para lograr la armonía, entre lo que su cerebro tiene y lo que existe en lo externo, disposición que se ajusta a sus deseos. Esta coincidencia la consigue alterando los hechos externos; o puede ocurrir lo contrario, puede ser que se ajuste a la realidad. (89)

La entropía y los valores son semejantes porque existe una relación entre hombre-medio ambiente, ambos exigen una coherencia entre ideas-hechos. (90)

El humano a través de su comunicación envía significados a manera de noticia ordenada. Con ello trata de modificar el pasado y transformar el futuro. Quien emite el significado lo

conoce, pero quien la recibe lo ignora. La influencia consiste en ofrecer noticias sin que sean conocidos los significados, la noticia oculta la sintaxis de lo informativo.

Toda comunicación posee una noticia-orden y una parte que no explica el por qué de las acciones implícitas en él. La orden es la máxima influencia en comunicación (social). El estudio de Batenson busca precisar cuál de éstos mecanismos es percibido por las personas para determinar la conciencia selectiva en un contexto determinado. (91)

Retomando los elementos de la codificación, información, valores en función de la noticia para determinar su orden pueden resumirse de la siguiente manera: si se desea traducir una noticia de quien la envía, se necesita conocer su psicología y valores acerca de sus propósitos, conocerlos determina su tendencia y se sabrá hacia dónde se orientan los estímulos. Sólo comprendiendo éstos se podrá codificar y predecir los contenidos de la orden. Al hacer esta analogía, se puede comparar la relación que compromete a los individuos, uno que percibe, codifica y transmite información y; otro que actúa por el propósito de esa información. Al distinguir éstos procesos también se distinguirán los sistemas de valores. (92)

La comunicación social siempre es presentada a manera de noticia, cuyos mecanismos están orientados para influir en la comunidad. Sus contenidos poseen sistemas de valores que justifican los deseos de grupos para el establecimiento de una realidad acorde a sus intereses. Producen y codifican valores y significados a través de información selectiva.

La codificación y valores son procesos que pueden producirse por separado, pero para efectos de discusión científica deben interpretarse como un solo proceso: el de la comunicación [social] (93)

Por último, se debe estimar algo acerca de la conciencia. Esta es un caso especial de codificación y simplificación de información de una amplia vida. El proceso por el cual se realiza la selección es inconsciente que no se subordina a acción alguna de la voluntad. Un individuo a través de su historia, puede adiestrarse en determinados tipos de conciencia, esto permite modifique sus codificaciones (quizá sin saber porqué). Sin embargo, la introducción de una nueva conciencia no modifica profundamente el problema de la codificación. (siempre existen unos valores innatos, parece decir el autor). (94)

El trabajo de Batenson puede expresar una forma de analizar los mecanismos psicológicos utilizados y aplicados para la producción de productos comunicativos emanados de los Sistemas de Comunicación, lo cual contribuiría a comprender otros aspectos de la ideología como forma de expresión dominante.

#### 4.6. LA ESCUELA INGLESA: ORGANIZAR LO IMAGINARIO, CONTROL Y AUTONOMIA DE LA COMUNICACION DE MASAS.

Temas como el consumo, producción y distribución de las comunicaciones masivas; estructura y funcionamiento; control y autonomía de las corporaciones de comunicación; funciones, papel y roles de los profesionales productores de las comunicaciones sociales al interior de los Sistemas de Comunicación Institucionales, son algunos de los temas que Graham Murdock desarrolla en su obra, los cuales sirven de fundamento a la Teoría Social de la Comunicación y, cuya escuela representa a la perspectiva Inglesa de este tipo de estudios.

Su perspectiva se caracteriza por el análisis plural-dialéctico. Para su desarrollo aplica varias perspectivas de análisis: Funcionalismo, Estructuralismo, Materialismo Histórico, etc, para interpretar a los Sistemas de Comunicación. Se puede estimar que su investigación es paradigmática, la cual se ajusta a las exigencias de la Teoría Social de la Comunicación.

"En realidad, los temas que ofrece son valiosas aproximaciones teóricas para el análisis institucional del control y autonomía al interior de las organizaciones de los medios masivos. (95)

Dice Murdock que la importancia de las industrias culturales no radica en las instituciones, sino en los artistas, escritores e intelectuales que la integran y hacen funcionar. El papel de los profesionales es un tema central para la Teoría Social de la Comunicación, pues son ellos quienes producen, distribuyen y hacen consumir a las comunicaciones de masas.

El análisis de los 'profesionales' no debe realizarse solamente desde una perspectiva literaria, sino a partir de un paradigma sociológico que de cuenta de la problemática, funciones, papeles, iniciativas en que se desarrollan éstos artesanos. De igual modo, deben señalarse todos los posibles factores que determinan las actividades en que operan, jerarquías y, sistema de asalaramientos a que los dueños han convertido a éstos creadores, a pesar de que son ellos quienes transforman a la sociedad.

El profesional mezcla en sus productos elementos ajenos a su originalidad creativa en beneficio de las masas y de los dueños de los medios de comunicación. No refleja la concepción del mundo real, sino que representa al de la organización a que pertenece. El creador contemporaneo no goza de autonomía como en antaño. y, su lenguaje no es de su propiedad, usa el lenguaje de los empresarios para expresar al mundo.

Los creadores están determinados por factores económicos, políticos e ideológicos de una organización, los cuales son responsables de haber cambiado el concepto original de creadores, por el de profesionales. El sistema capitalista ha sido quien ha transformado esta conceptualización ideológica. El creador cedió su originalidad a la institucionalidad de profesión, dejó de ser libre para convertirse en asalariado.

Sus producciones dejan de ser originales en el momento en que son sometidas a un proceso de revisión y adulteración por parte de los empresarios, para después ser difundida. El crea-

dor se encuentra prisionero bajo fianza al hacer uso del lenguaje ajeno: Este es reflejo de la ideología de intereses dominantes. Produce con originalidad, pero no es él quien decide la manera como será difundida, sufre limitaciones de su profesión.

Se precisa un análisis del papel que juegan los profesionales en el proceso de producción de las comunicaciones masivas, que develen las condiciones las condiciones ideológicas, políticas que determinan su forma de producción, así como estudiar la responsabilidad de esa producción de la comunicación que recae en los profesionales y no en los dueños de los medios masivos. (96)

#### LAS GRANDES CORPORACIONES Y EL CONTROL DE LAS INDUSTRIAS DE LOS MEDIOS MASIVOS.

Las industrias de comunicación producen mercancías a manera de bienes y servicios. Pero también ofrecen revisiones del mundo contemporáneo a través de imágenes de buena vida. Determinan la conciencia social con su poder económico y cultural. El objetivo de análisis de éstas industrias es indagar qué determina su control, poder y autonomía para ese ejercicio.

Desde el siglo XIX, cuando éstas empresas surgieron como corporaciones dominantes de la comunicación, la preocupación central ha sido determinar su poder corporativo y control de las comunicaciones modernas. (97)

El control de éstas industrias está estrechamente vinculado a los profesionales que producen las comunicaciones y la hacen funcionar. Los profesionales deben entenderse como los propietarios de los medios: ejecutivos, dirigentes, accionistas,

administradores, inversionistas y creadores. También se debe incluir a los reproductores de éstas organizaciones: audiencias, público, lectores, etc, para evaluar quién detenta mayor poder.

Históricamente éstas empresas comenzaron a conglomerarse y concentrarse: varias industrias culturales en sus múltiples modalidades se unieron hasta constituir una verdadera industria cultural. En la actualidad, las corporaciones han alcanzado una gran complejidad en su organización que enturbian el control estratégico sobre el poder de éstas empresas.

Para el análisis del 'control y autonomía', Murdock se apoya en el concepto de 'propiedad de corporaciones' haciendo uso de los estudios de Marx y Engels. También lo analiza desde la perspectiva de la 'sociedad industrial' y más adelante en función del 'poder y ambiente político', llegando a varias conclusiones. Su análisis es paradigmático y plural.

A manera de ejemplo señala que : el poder debe ser ubicado en el contexto de las relaciones sociales, determinado por agentes humanos separados o en grupos de organizaciones, quienes afectan de manera significativa los pensamientos y acciones de otros. (98)

El análisis de la propiedad corporativa es aplicado al criterio de la Teoría de la Sociedad Industrial, ahora desde la perspectiva de Marx y Saint Simont, quienes observaron a ésta como una decreciente fuente de poder en el futuro, cuyo control pasaría al poder de grupos que dirigen las tecnologías en sociedades y organizaciones, como por ejemplo: científicos, ingenieros y administradores y, no en los dueños de las



de las corporaciones. La relación entre decremento del poder y grupos profesionales ha sido estudiada por varios autores, cuya expresión más prestigiada recae en Adolfo Berle y Gardiner Mens. (99)

Posteriormente, Murdock intenta definir al concepto de control corporativo a partir de la idea de la 'revolución gerencial', siendo en esta ocasión los gerentes los poseedores del poder y, no los dueños de los medios de comunicación.

Llega a la conclusión de que varios son los grupos que determinan el poder sobre las corporaciones de los medios masivos: individuales, financieros, de otras industrias (clientes, proveedores, etc), tanto nacionales como extranjeros. (100)

Murdock dice que cada grupo ejerce una dinámica de control para determinar cierto grado de control a través de la decisión, funciones e intereses:

Dinámica de Control se refiere a 'específicas intervenciones e intereses. Todos los profesionales poseen determinado poder en el control corporativo. En este sentido existen diversas formas de control: de poder, administrativo, gerencial, incluyendo al ideológico, el cual está determinado por el poder político. De acuerdo a esta posición, los propietarios no tienen intervención directa debido a que sus intereses están garantizados por la ideología implícita en los procedimientos de producción. (101)

Una corporación está determinada por diversas formas de control: operativo, ejecutivo, económico e ideológico, pero habría que caracterizar a cada una de éstas.

## SOCIOMETRIA DEL CAPITAL: LOS CONTORNOS DE LA COHESION DE CLASE.

El control corporativo le interesa sólo a la clase dominante o dueños de esas instituciones y no mucho a los subordinados que hacen operar su estructura. Sin embargo, éstos últimos saben que una buena parte de las corporaciones son controladas por ellos.

La mayoría de la cultura es producida por el capitalismo y, en consecuencia intentan defender su conciencia de clase - sobre la trabajadora. En esto consiste los contornos de cohesión de clase, la cual define las posiciones de cada grupo al interior de las corporaciones de medios masivos.(102)

La clase dominante posee el control ideológico sobre sus subordinados, el cual, también es determinado en las audiencias de los medios masivos al ofrecerla en oposición del pensamiento crítico. Su ideología está determinada por los intereses - fundamentales que gobiernan al sistema capitalista, vfa a justificarlo denigrando las ideas de los opositores.(103)

La ideología de la clase dominante para la justificación de la base capitalista, proviene de una versión de la Teoría de la Conspiración, al perseguir intencionalmente sus intereses - ideológicos a través del control de la producción cultural.(104)

El control ideológico cultural se configura en una Teoría para la acción: Nicos Poulantzas ha señalado la acción como intereses y motivaciones de los actores involucrados en forma individual o colectiva al ejercerla. La acción se encuentra determinada y dirigida por la lógica subyacente del sistema capitalista, más que por la identidad y motivaciones de grupo.(105)

## RADIO, TELEVISION Y LA DIVERSIDAD CULTURAL.

La estructura de la producción cultural está mediada por diversas instituciones, las cuales abarcan arte, teatros, salas de concierto, museos, galerías y los medios de comunicación de masas: editoriales, cine, música, radio, televisión, periódicos, etc. (106)

La televisión y Radio son los medios de comunicación que más producen cultura: dominan el mayor tiempo libre de audiencias y consumidores de cultura para las masas. Cuando éstas no tienen acceso a otras instituciones culturales, los medios masivos las hacen llegar a través de transmisiones. Todas las representaciones están orientadas hacia una misma tendencia o concepción de los intereses de la clase dominante, pero siempre con carácter masivo.

Los medios masivos se establecieron en un proceso cultural ya establecido en dos dimensiones: material y simbólico, ambos sectores son importantes para la comprensión de las distribuciones, producciones y consumo de la cultura. (107)

Cuando los medios de comunicación se asentaron sobre el sector comercial y subsidiado el acceso a la cultura no era tan intensa. Estos sectores operaban con principios ideológicos diferentes. El comercial se apoyaba en lo popular. El subsidiado en los gustos selectos de la gente. La primera comercializaba todo tipo de cultura. La segunda daba sólo la cultura realmente necesaria. (108)

Cuando el sistema cultural entró en conflicto debido a ésta bipolaridad de intereses los temas culturales se confundieron, sobre todo aquellos difundidos a través de los medios.

El sistema cultural fue institucionalizado por los medios masivos, desde entonces su historia, sobre todo del entretenimiento es la historia de lo repetitivo, popular, innovador, temas emergentes atraídos de grupos urbanos, rurales y regionales. Hicieron de las audiencias paralelamente actores y consumidores culturales. (109)

La radio y televisión son responsables de este acontecimiento, esto explica por qué están sometidos a control político e ideológico a diferencia de otras instituciones culturales. También explica por qué los medios son tan plurales y diversos en la manifestación cultural y por tanto de la ideología difundida. La contradicción fundamental de los medios masivos es que están condenados a la educación y no a la comercialización, conflicto irreconciliable. (110)

El conflicto ideológico de los medios masivos conlleva al control de su administración en varios niveles: organización, prestigio, ventas, persuasión de públicos, de personal especializado operativo, etc, cuya administración distancía a los medios de ser patrocinadores de las artes. (111)

A través de la administración, la industria cultural sustituye la creatividad por la programación sencilla, espontánea. Las producciones se basan en el costo-beneficio - para los mercados internacionales, que hoy en día son indispensables para la economía de estas industrias. (112)

Las producciones transculturales significan para las industrias mayor número de audiencias poco especializadas en las artes, en contraposición a la audiencia culta alta.

Sin embargo, los medios comerciales buscan también acaparar audiencias cultas altas, al mezclar entre sus productos comunicativos lo comercial con lo culto. De esta manera este sector reduce el conflicto ideológico de la educación, produciendo una programación mixta. (113)

La producción mixta de la programación de los medios está determinada política e ideológicamente por la clase en el poder. Su valor es activado al utilizar codificaciones lingüísticas comprensibles a todo tipo de audiencias, públicos, etc, pero siempre desde la tendencia comercial camuflada de culta.

Las diversas producciones simbólicas a través de los medios reproducen las divisiones sociales de gustos, preferencias y selecciones de los mensajes en las audiencias. (114)

Lo culto y comercial es mezclado en el mismo sistema cultural, presentando en las programaciones el perfil de las audiencias, permitiendo que cada una se identifique con sus preferencias, cuya disposición de información es producida por profesionales especializados.

Esta accesibilidad simbólica es característica de todo medio de comunicación, pero para los medios masivos significa éxito para el consumo y las ventas. Los gustos, creencias, - preferencias, maneras de pensar son revisadas y clasificadas simbólicamente para determinar la acción cultural dentro del sistema. La industria cultural promueve la estratificación social y las posiciones culturales a partir de la producción de valores y gustos selectivos implícitos en las producciones culturales.

La investigación sociolingüística ha mostrado que los grupos de profesionales de los medios masivos producen códigos distintos a los valores originales para promover el consumo cultural, facilitando el acceso a los discursos y representaciones al reinterpretar la cultura. (115)

Los accesos culturales son motivados y reforzados por el sistema educativo de escolarización. La estancia en la escuela elabora el acceso a la cultura, inician a los estudiantes a las tradiciones culturales del occidente, al intelectualizar las respuestas emotivas ante las reacciones de las programaciones. (116)

Sin embargo, debido a que la diferenciación cultural se encuentra enclavada en la estructura de clases y en el sistema educativo, las instituciones de la radio y televisión, poco o nada pueden hacer para desafiarla, a menos que se produzca una revolución en las enseñanzas y relaciones de clase: sólo las instituciones culturales pueden provocar ese cambio. (117)

#### CONTROL, MEDIACION Y AUTONOMIA.

El estudio de la Comunicación de Masas precisa de una reflexión epistemológica. Su análisis debe ser abordado a partir de diversas perspectivas, evitando los aislamientos teóricos-metodológicos. Esta integración debe dar cuenta de la interpretación total de esta forma de comunicación, dice Murdock.

La comunicación de masas debe ser estudiada a partir de la cultura y su relación con la sociedad. Su epistemología debe integrar el realismo, positivismo, empirismo,

materialismo histórico, pluralismo y semiótica, todas ellas deben explicar a la comunicación de masas evitando las parcializaciones epistemológicas, comenta Murdock.

Estas perspectivas deben dar cuenta de las interacciones y procesos de las comunicaciones masivas que ocurren en la sociedad. El científico no sólo debe detectarlos sino trascender a ellos.

El científico debe estar exento de superficialidad para detectar las determinaciones políticas e ideológicas que gobiernan a los procesos de comunicación social, su análisis erradicará la apariencia para llegar a la esencia de este tipo de fenómeno social. Su reflexión debe orientarse a la creación de una filosofía de la comunicación, alejado de ideologías y determinaciones de clase, comenta Graham Murdock.

El estudio de la comunicación de masas es el análisis de las representaciones y por tanto, indagar porqué algunos autores de este tipo de comunicación se ponen a su servicio para producirlas

La investigación también debe describir comportamientos sociales determinados por la comunicación de masas. La sociedad es un agregado de representaciones establecidos sin alterativa, el investigador debe proponer otros comportamientos distintos y señalar los mecanismos utilizados que designan el actuar social propuesto por los medios masivos.

Su análisis debe ser plural para determinar los factores políticos e ideológicos que regula al sistema de representaciones difundidas a través de los medios de comunicación masiva.

Cada investigador desde su propia perspectiva de análisis develará los procesos ocultos que ocurren en los sistemas de comunicación que no pueden ser vistos, registrados por el auditorio, para posteriormente integrarlos en una sola postura teórica. agrega Murdock.

Para Graham Murdock, el realismo es un lugar epistemológico importante para el estudio de la comunicación de masas, porque, sostiene el autor, que el verdadero objeto de estudio de la comunicación social, es el de las apariencias cotidianas ocurridas en el mundo, pero más aún, las estructuras y mecanismos generativos y subyacentes que producen las apariencias. (118)

La Teoría Realista de la Comunicación parte de principios reales para después iniciar estudios de los principios ideales. Materialismo-Idealismo son su fundamento, en el seno de una sociedad que oculta los procesos operativos de sus relaciones e interacciones, como lo es la capitalista, este es el principio realista. (119)

Esta teoría también encuentra fundamentos en el marxismo, semiótica y estructuralismo, de aquí se derivan sus principios teóricos acerca del análisis de la estructura y procesos subyacentes ocurridos en una sociedad, cuyos estudios denuncian a las bases significativas a través de la comunicación de un sistema sociocultural.

El estudio del 'significado' en la sociedad precisa de varias metodologías para su análisis, siempre y cuando estas proporcionen conocimientos científicos. (120)

Los conocimientos producidos por cualquier perspectiva deberán ser realistas y objetivos.



En este sentido, el razonar y reflexionar de Graham Murdock sugiere una revolución en la manera de producir, percibir y construir al conocimiento teórico-metodológico del análisis de la comunicación de masas, al proponer que cualquier perspectiva teórica es operativa para construir una epistemología de la comunicación social institucionalizada, siempre y cuando éste conocimiento se caracterice por ser realista y científico. Esta misma idea también la comparte Manuel Martín Serrano en Teoría Social de la Comunicación.

Sin embargo, conocer el significado y representaciones - que determinan al pensamiento científico en torno al análisis de la comunicación de masas, es el primer punto a resolver en epistemología de la comunicación, sobre todo si se estiman los factores políticos e ideológicos que determinan su tendencia al investigar. Sólo a partir de una sociología de la comunidad científica, posteriormente se podrá construir una filosofía de la comunicación, una ética al servicio de un conocimiento real y verdadero. (121)

Hasta aquí han sido resumidos y descritos algunos de los temas que desarrolla Graham Murdock, en torno al análisis de la Comunicación Social Institucionalizada, perspectiva de análisis que representa a la Escuela Inglesa. De todos los temas descritos, éste último: Mediación, Control y Autonomía, es de gran importancia para el desarrollo y orientación que persigue la presente tesis, pues ofrece elementos valiosos para comprender los fundamentos científicos-epistemológicos que sustentan a la Teoría Social de la Comunicación.

#### 4.7. LA ESCUELA FRANCESA .

Gilberto Gimenez es un investigador Latinoamericano que ha retomado muchos aspectos teóricos de lo que podría denominarse Escuela Francesa del estudio del Discurso. Es claro suponer que intentar realizar un resumen de toda la semiología francesa sería imposible en la presente tesis. Sin embargo sí se puede retomar algún autor representativo de cómo los franceses han abordado el estudio de la comunicación y, en particular desde una perspectiva cercana a la de la Comunicación Social Institucionalizada del Estado.

Apoyado en la sociología, semiología, derecho y ciencia política, Gilberto Gimenez devela los mecanismos con que son producidas las comunicaciones jurídico-políticas.

Su análisis parte de los estudios políticos y jurídicos sobre las Constituciones, discursos legislativos, electorales, gubernamentales históricamente determinados. Su investigación por así decirlo, permite llenar un vacío epistemológico en Teoría Social de la Comunicación al producir una teoría y una metodología afin, en torno a los discursos políticos-jurídicos y, en concreto para el caso de México. (122)

##### ANÁLISIS DEL DISCURSO POLITICO-JURIDICO.

Su análisis parte de las definiciones de discursos: enunciado superior a la frase, considerando reglas de encadenamiento en series de frases desde la perspectiva lingüística. (123)

Apoyado en Jakobson y Benveniste, intenta analizar el concepto de discurso ahora vinculado a un modelo de comunicación. El discurso es contemplado como cualquier actividad lingüística

ca en una situación comunicativa, donde el sujeto de enunciación (yo, nosotros), organiza un lenguaje en función de un determinado destinatario (tú, vosotros). Para delimitarlo, el autor lo refiere a la relación comunicativa de grupos y colectividades.

Retomando a Saussure, define al discurso como "lenguaje para la acción" (124). Posteriormente de Austin toma la noción de "lenguaje cotidiano" como forma institucionalizada determinativa, la cual, supera al proceso de la comunicación convencional. La institucionalidad del discurso, en este sentido, implica metodológicamente una concepción sociológica del lenguaje. El discurso es percibido como una práctica social institucionalizada que remite a situaciones intersubjetivas a través del acto de comunicación, determinando lugares o posiciones en las relaciones sociales. (125)

Sobre esta perspectiva define al discurso como "toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción, que son fundamentalmente condiciones institucionales ideológica-culturales e históricas coyunturales. Las condiciones determinan lo que puede y no puede y debe ser dicho (sermón, arenga, panfleto, exposición, programa, etc) a partir de una coyuntura determinada. (126)

La concepción del discurso como práctica social significa tres cosas: a) Todo discurso se inscribe en un proceso social de producción discursiva y asume una posición determinada dentro del mismo y por referencia al mismo (interdiscurso).

b) Todo discurso remite implícitamente una premisa cultural - preexistente que se relaciona con el sistema de representaciones y de valores dominantes, cuya articulación compleja y contradictoria dentro de una sociedad define la forma ideológica de esa sociedad. c) Todo discurso se presenta como práctica socialmente ritualizada y regulada por aparatos en el marco de una situación coyuntural determinada. (127)

Según Fortine, el discurso desempeña, en el plano de la comunicación tres funciones: informativa, expresiva y argumentativa. Triada siempre existente en todo discurso. Sin embargo, una de ellas predomina sobre las demás.

El discurso inscribe una situación concreta de enunciación descartando el formalismo, en la medida que relega las determinaciones sociales, es decir, los aparatos (mecanismos), coyuntura, historia, en suma lo extratextual. (128)

Los procesos sociales comunicativos no coinciden con los procesos elaborados en el discurso. Se debe pensar en el discurso en el seno de una formación social concreta con un efecto específico de coyuntura en las formaciones discursivas.

Los discursos son prácticas sociales que se realizan en instituciones que forman parte del aparato hegemónico. (129)

#### EL DISCURSO POLITICO.

"Todo discurso instauro objetivos para la organización de la convivencia social. El discurso político comporta un componente axiológico, difunde valores programados. Los valores son designados en cuanto sean realizables, cuyos destinatarios son estratégicamente elegidos. El discurso políti-

tico se integra en representaciones de valores que interpretan una situación global y, por los dispositivos estratégicos. (130)

Este tipo de discurso es producido en situaciones políticas donde se desarrolla el ejercicio del poder, emana de unos aparatos, de lo que Fossaert denomina 'núcleo o dispositivo central del Estado capitalista', es decir, del parlamento."

Son discursos políticos: el presidencial, ministerial, parlamentario, electoral y de partidos políticos, política de prensa especializada y, los transmitidos en momentos importantes en medios masivos, incluyendo al de la policía. (131)

La característica formal de éste tipo de discurso es la argumentación esquemática y teatralizada de un modo determinado de ser y deber ser político ante un público determinado en vista para intervenir en éste.

La intervención se dirige a reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios y atraer indecisos. El destinatario es tomado como adversario y para refutarlo. De aquí la necesidad de tener en cuenta el 'discurso antagónico' que anticipa sus objetivos y desenmascara al sustentante. El discurso polémico dice lo que son y no son los demás y, lo que deben ser realmente. (132)

Sin embargo, ésta concepción del discurso político descarta la posibilidad de reconocer un grupo por su vocabulario o léxico. Contrariamente a lo que se supone en ciertos estudios de lexicografía política. La idea de que cada grupo político constituye una microsociedad con idioma propio no ha podido ser comprobada.

Los análisis demuestran que más bien las palabras y los sintagmas estereotipados circulan de grupo en grupo, según las circunstancias. Más aún, grupos muy diferentes pueden emplear el mismo léxico y los mismos sintagmas según las coyunturas. No existe un léxico específicamente burgués pequeño-burgués, revisionista o proletario. No es posible, por tanto etiquetar, políticamente el léxico ni construir una especie de Botánica del discurso," (133)

#### EL DISCURSO JURIDICO.

Todo discurso jurídico debe ser analizado dentro de un Código General: "resulta difícil admitir que un artículo de un código, constituya por sí sólo un discurso, no se debe considerar aisladamente de éste, el discurso del derecho es toda la Ley," (134)

El discurso del derecho se caracteriza por su forma explícitamente normativo y, por la univocidad de sus conceptos, forma de organización textual que responde a principios fundamentales de la lógica formal: axioma, definición, deducción. (135)

Las investigaciones recientes han demostrado la imprecisión semántica de los términos y sintagmas jurídicos. El jurista razona en función de los hechos y normas, sus razonamientos son deductivos, analógicos y estadísticos. (136)

El discurso jurídico no es similar al científico que emplea un lenguaje rigurosamente formalizado. Se asemeja sí al retórico-argumentativo, por ser relativamente tecnificado. (137)

"Todo discurso jurídico, tratase de la elaboración o interpretación del derecho, debe considerarse argumentativo, organizado en vista de un proyecto que negocia frente a una audiencia particular o general, habida cuenta de valores que le sirven de pretexto para fundamentar sus enunciados normativos. Este discurso está construido por estrategias que asumen una apariencia lógica y están destinadas a inducir y regular el juicio colectivo sobre una situación u objeto. No se puede ignorar al sujeto discursivo, ni a las situaciones sociales en que se despliega. (138)

#### DISCURSO POLITICO-JURIDICO.

El discurso jurídico-político es una clase de discurso producido dentro de una escena política, que se refiere a la estructura y organización jurídica fundamental del poder del Estado, Se trata de un discurso vehiculizado hacia los mitos estatales y recubren el campo conceptual del que se ocupa habitualmente los constitucionalistas y teóricos del Estado.

El discurso político-jurídico es por antonomasia el discurso constitucional. Este presenta en efecto, el arquetipo del discurso del poder dominante estatalmente entronizado y, su contenido expresa la juridificación actual de las relaciones políticas de dominación. (139)

#### METODO DE ANLAISIS DE LOS DISCURSOS.

El análisis del discurso político-jurídico debe comprender las siguientes fases:

a) Fase preconstituyente: seguimiento y análisis de las luchas ideológicas-políticas en torno a una problemática constitucio-

nal, que pueda considerarse como antecedente mediato de una determinada codificación constitucional.

b) Fase Constituyente: seguimiento y análisis de los debates ideológicos-políticos que constituyen los antecedentes inmediatos de una determinada codificación constitucional.

c) Fase de Codificación Constitucional: contextualización y análisis de documentos formales que fijan normativamente la estructura y organización fundamental del poder y de los aparatos de Estado.

d) Fase de la Vida Constitucional: seguimiento y análisis de las sucesivas interpretaciones del texto constitucional, así como de sus enmiendas y adiciones, todo ello en función de las nuevas situaciones y de los nuevos desplazamientos de la relación de fuerzas sociales. (140)

Este procedimiento constituye al ciclo constitucional del discurso jurídico-político del Estado.

Una metodología se define como organización y estrategia de ciertas técnicas en función de una teoría y en vista de un objeto de investigación científicamente pertinente. En este caso, la postulación teórica de la indisociabilidad entre el discurso político-jurídico y sus condiciones históricas - sociales de producción impone los siguientes niveles de análisis con sus correspondientes implicaciones técnicas:

a) Reconstrucción histórica y análisis del sistema de aparatos ideológicos-políticos que delimitan la escena política dentro de la cual se inscribe el discurso.



b) Reconstrucción histórica y análisis de la coyuntura política que determina el discurso y a la vez se inscribe en él. Entiendo por coyuntura, dice Gimenez, un desplazamiento significativo de la correlación de fuerzas sociales en breve plazo, a raíz de un acontecimiento desencadenante que funciona frecuentemente como revelador de las contradicciones sociales -- hasta entonces latentes.

c) Análisis de la dimensión formal del discurso (en el plano lingüístico, semiótico o argumentativo) como producto y síntoma de las condiciones extratextuales. (141)

En el caso del análisis del discurso político-jurídico, se presenta frecuentemente la necesidad de explorar con mayor detención el campo semántico y la distribución de ciertos términos-pivote que forman parte del léxico político-jurídico -- fundamentalmente en un determinado corpus.

La argumentación como probable manifestación discursiva de una lógica naturaleza ideológica y social, cuyas leyes y modos de funcionamiento se trata de detectar y formular. Esta puede definirse como proceso de esquematización o representación de la realidad, a partir de premisas ideológicas -- que suponen ser compartidas, en vista de una interacción sobre determinado público, todo ello desde un lugar social e institucionalizado. Lo que distingue a la argumentación es su referencia a una situación, su inscripción y pretensiones al incidir en ésta. (142)

De la argumentación se debe tener en cuenta tres aspectos: su punto de partida, como premisas ideológicas culturales; su objetivo de interacción sobre el destinatario y; su

Función esquematizadora de la realidad, como proceso de representación de la misma, en el sentido teatral de la palabra. - La argumentación es un discurso finalizado, que busca intervenir sobre el destinatario para modificar sus representaciones de la realidad.

La Retórica clásica suele situar el fenómeno de la persuasión, pero ésta no puede ser considerada como resultado de una misteriosa fuerza psicológica del emisor, sino como resultado de un efecto de reconocimiento ideológico, que provoca en el receptor la ilusión de la verosimilitud. En la argumentación, la dimensión ideológica permanece vinculada a la dimensión persuasiva a su vez, adquiere un valor político. (143)

El discurso argumentativo se rige por las siguientes reglas operativas:

- 1) Reglas de selección: selección de objetivos del discurso.
- 2) Reglas de determinación: determinación de los objetivos mediante especificaciones ulteriores.
- 3) Reglas de cierre: caracterización de la selección operada y de las especificaciones hechas por medio de propiedades que se atribuyen a los objetivos así determinados.
- 4) Reglas de admisibilidad: introducción a partir de las propiedades atribuidas, de juicios que vienen a estabilizar lo 'bien fundado' de la selección y las determinaciones.

Estas reglas operatorias se hayan imbricadas en otro sistemas de reglas (llamadas ideológicas) que tienen por función asegurar el efecto de verosimilitud del discurso, y tiene que ver con los diferentes modos en que las operaciones -

discursivas remiten implícita o explícitamente a los esquemas o paradigmas ideológicos preconstruidos que le sirven de fundamento y punto de partida (tipo de valores), juicios, opiniones, imágenes, representaciones colectivas, etc. (144)

Siguiendo una tradición que se remonta a Aristóteles, la argumentación se contrapone a la demostración científica, que se caracteriza por el esfuerzo de controlar críticamente su punto de partida, así como también por el afán de explicar rigurosamente las reglas de derivación de enunciado. El razonamiento científico sería menos dependiente de la situación de comunicación y no tendría por finalidad principal intervenir sobre un auditorio. (145)

Finalmente, la argumentación política se inscribe siempre dentro de un determinado esquema de poder materializado en los aparatos y dinamizados por sucesivas coyunturas. Desde este punto de vista puede decirse que el proceso argumentativo es 'un habla, un discurso o raciocinio que resitúa un conjunto de signos informativos en función del poder'. (146)

Hasta aquí fueron resumidas las características del discurso político y jurídico, así como a sus diversas modalidades de argumentación desarrolladas por Gilberto Gimenez. También se resumió la metodología con que pueden ser analizados estos tipos de discursos, cuya teoría ayuda a comprender el análisis de la Comunicación Social Institucionalizada Estatal, la cual, como se pudo comprender opera con o sin recursos tecnológicos para difundir sus discursos ideológicos. Esta Teoría del Discurso jurídico-político y su análisis representa a la Escuela Francesa, misma que fundamenta la Teoría Social de la Comunicación.

#### 4.8. LA ESCUELA DE MADRID.

Manuel Martín Serrano, representante de la Escuela de Madrid, ofrece una teoría fundamental que dota de sistematicidad metodológica y por tanto de especificidad social a la Comunicación Social Institucionalizada: La Teoría Social de la Comunicación:

"Por razones que expondré, propongo se llame Teoría Social de la Comunicación, al paradigma que da cuenta de las mutuas afectaciones entre Sistema Social y Sistema de Comunicación." (147)

La Teoría Social de la Comunicación, funda su existencia en el supuesto de que "existen interdependencias entre las transformaciones de comunicación pública y el cambio de la sociedad. Su estudio debe ser científico, detectando la naturaleza de las mutuas afectaciones; formular leyes históricas que expliquen cuándo y cómo se producen éstas, encontrar criterios que permitan preveer los efectos que tales interacciones tienen para el progreso o estancamiento de la cultura, sus relaciones y las instituciones. (148)

La Teoría Social de la Comunicación, tiene su fundamento en la Producción Social de la Comunicación, desarrollada también por Manuel Martín, cuyo paradigma trata a la producción de información destinada a la comunicación pública y su uso social. Se interesa por todas las posibles modalidades de éste tipo de comunicación que han existido a lo largo de su historia: desde su origen hasta su momento actual. Se ocupa también del origen y transformación de los Sistemas de Comuni-

cación Institucionalizados encargados de la producción, distribución y consumo de noticias que conciernen a la comunidad. Propone identificar los componentes tecnológicos que forman parte de la estructura de éstos sistemas, su organización y productos culturales producidos y determinados fabricados para abastecer a la comunidad de información.

Analiza el tratamiento que se le proporciona a los productos comunicativos para la producción y reproducción de la sociedad. También analiza las funciones que cumplen los productos comunicativos en cada sociedad, como propuesta metodológica. (149)

La Teoría Social de la Comunicación se fundamenta a partir de teorías sociales y culturales producidas por otros autores científicos a través de la historia, cuyos temas sirven para definir el ámbito teórico de entre el conjunto de las --- Ciencias Sociales a la producción social de la comunicación. Su análisis en este sentido es paradigmático. (150)

El enfoque paradigmático se distingue porque no se limita al análisis de la producción, distribución y uso de la información que concierne a la sociedad, sino que se utiliza para probar la pertinencia de una teoría que se toma como objeto de estudio a sí misma y que sólo puede ser posible cuando las prácticas que analiza son sociales y universales. El psicoanálisis, fenomenología, dialéctica, funcionalismo y estructuralismo han concebido al deseo, producción, socialización, comprensión, actividades humanas suficientemente universales y significativas que aguardan estudio social. (151)

Sin embargo, el problema que limita la creatividad epistemológica de los científicos sociales en nuestra época es la falta de espacios vírgenes de conocimiento no detectados, quedan todavía algunos fenómenos sociales de los que se sabe mucho pero poco se comprende. Uno de esos campos es el de la Comunicación Social Institucionalizada.

Las Ciencias de la Comunicación no cuentan con una teoría de la producción social de información que satisfaga requisitos epistemológicos equivalentes a los que ya cumplen las teorías cognitivas para la Ciencias de la Mente o las teorías de las necesidades como en las Ciencias del Comportamiento.

El científico que se interese por el descubrimiento teórico tiene en el campo de la Comunicación Pública una oportunidad de aportar algo nuevo al saber científico y no sólo conocimiento instrumental de los procesos comunicativos. (152)

La información destinada al conjunto de la comunidad es un fenómeno de producción social a partir del momento en que se institucionaliza en el tratamiento y uso de la comunicación pública. Esta institucionalización se logra creando una organización más o menos compleja y especializada en esa tarea y, a la que se le asignan recursos materiales y humanos. (153)

Las mutuas afectaciones existentes entre el cambio de la sociedad y transformación de la comunicación social podrán ser observadas en toda comunidad del pasado y del presente que hayan institucionalizado alguna forma de operar la información de interés común. Por tanto, el campo de estudio abarca desde algunas sociedades primitivas hasta las actuales. (154)

La reciente historia de las Formaciones Sociales Capitalistas y de la comunicación de masas ilustra la existencia de afectaciones entre sociedad y comunicación pública. Todo cambio en la sociedad modifica los objetos de referencia de comunicación. Los actores de la producción de la comunicación pública son quienes han cambiado a ésta y transformado a las sociedades. Existe una interacción mediadora entre las instituciones públicas y privadas, cuya determinación obedece a la dinámica política de ese sistema social. En la organización y desempeño de cada sociedad se reconoce la importancia del modo de producir y distribuir la información pública. (155)

La dinámica Comunicación-Sociedad todavía no ha sido esclarecida porque no existen estudios serios entre la evolución de las sociedades y la organización, funciones y uso de la comunicación pública, existen datos para la exploración pero no han sido explotados ni sistematizados a este nivel.

No existe una teoría que aclare la naturaleza de la información pública que oriente metodológicamente las investigaciones relativas a las interdependencias entre sociedad-comunicación. Los estudios de comunicación social no corresponden a las necesidades de Producción Social de la Comunicación, porque seleccionan a la teoría del estudio de la sociedad, que no permite comprender en qué consiste la comunicación pública histórica y evolutivamente. (156)

La Teoría Social de la Comunicación poco tiene que ver con los estudios de comunicación social, por eso conviene hacer una delimitación de esta reflexión:

Son Ciencias de la Comunicación aquellas que estudian - las interacciones en la que existe recurso a actos expresivos en sustitución de los ejecutivos. La Teoría de la Comunicación debe proporcionar el paradigma que sirva de marco a las -- Ciencias de la Comunicación, le corresponde estudiar las diferencias entre interacciones expresivas y actos ejecutivos no comunicativos; dar cuenta de todas las relaciones comunicativas que son producidas tanto por Actores animales como de humanos; diferenciar a las tecnologías biológicas o técnicas utilizadas por ambos para la comunicación. (157)

Las Ciencias de la Comunicación seleccionan a las humanas cuando las comunicaciones son entre Actores que son hombres. La Teoría de la Comunicación Humana, debe justificar su especificidad, distinta a la de los animales. Esta teoría incluye entre sus objetos de estudio a los de referencia, ecosistema material y social, gnoseológico y axiológico producidos por el hombre. Estudia las interacciones de productos fabricados para la función expresiva, herramientas que amplifican el alcance en el espacio de señales, prolongación y duración del tiempo comunicativo (carta, teléfono, magnetófono, etc). (158)

La comunicación humana se sirve de tecnologías que permiten multiplicar los productos comunicativos; implica en su proceso a numerosos sujetos y; se refiere al acontecer de la comunidad cuando sus prácticas se organizan y producen información, las cuales tienen un lugar reservado en las Ciencias de la Comunicación Sociales, campo que pertenece a la Comunicación Social, sin embargo:



a) Comunicación Social dice demasiado si se refiere sólo al uso no privado de la información. Toda comunicación humana incluye a la privada e institucionalizada, ambas también son sociales." (159)

b) Comunicación Social dice poco si se interesa sólo por las interacciones tecnológicas usadas por los medios de comunicación. La Comunicación pública siempre ha existido sin la necesidad de herramientas, en muchas sociedades funcionan sistemas institucionalizados de comunicación con el mero recurso de la palabra hablada. (160)

c) La Comunicación Social no debe delimitar los estudios a objetos solamente materiales, noción incorrecta científicamente concebida.

d) Si Comunicación Social solamente se asocia al concepto propagandístico y manipulador históricamente que al recurso de comunicación pública, merece entonces un enfoque instrumental que debe evitarse para que no siga suplantando al conocimiento científico. (161)

La propuesta de la Teoría Social de la Comunicación es histórica en torno a las prácticas comunicativas sociales. Lo social delimita el enfoque teórico para definir cómo se debe orientar una disciplina para sistematizar la existencia de información que se produce, distribuye y usa de forma institucionalizada y que se refiere a los acontecimientos que interesan a la comunidad en su conjunto, es la razón por lo que las -- Ciencias de la Comunicación pueden tener una disciplina que pertenezca al ámbito de los estudios sociales. (162)

La Teoría Social de la Comunicación define epistemológicamente a su objeto de estudio entre la Teoría de la Comunicación porque su fundamento se encuentra en "La Producción Social de la Comunicación, estudio que explica a la comunicación institucionalizada en un marco de conocimiento que describe la naturaleza de sus componentes y funcionamiento institucionalizado para la producción, distribución y uso de la información que interesa a la comunidad. (163)

Toda obra teórica presupone un modelo general de análisis. El de la Producción Social de la Comunicación posee un paradigma, el que ésta propone se denomina: La Mediación, que permite estudiar todas las prácticas, sean o no comunicativas, donde las formas de conciencia, conductas y bienes materiales entran en procesos de interdependencia. La propuesta de análisis no la realiza por separado, sino en su totalidad. El paradigma de la Mediación se hace sentir cuando el manejo de la información producida por los actores manifiesta una actividad que no puede ser disociada por partes: la producción de la información destinada a la comunicación pública es un proceso mediado. (164)

Los antecedentes teóricos de la Producción Social de la Comunicación se encuentran en trabajos que se ocupan de las relaciones entre cultura y sociedad. Todas las escuelas: marxista, organicista, funcionalista, estructuralista y sistémicas, han propuesto alguna interpretación de esas relaciones. Existe material sociológico, aunque discrepante que fundamenta a la Teoría Social de la Comunicación. (165)

Estas discrepancias teóricas limitan a la Teoría Social de la Comunicación evitando se configure su estatuto cientí-

fico, por lo que se requiere la elaboración de modelos más - específicos adecuados para el diseño paradigmático, es decir, validaciones para las hipótesis contenidas en esta teoría. Estos trabajos aún no se sistematizan para el dominio de la comunicación pública, a diferencia de otras ciencias sociales. El estudio de los procesos y sistemas de comunicación existentes en la sociedad se caracterizan porque están separadas la teoría de la investigación. (166)

Los temas de la Teoría Social de la Comunicación han sido discutidos en otros contextos científicos, por lo cual, le corresponde a la Producción Social de la Comunicación atenderlos. Las ciencias psicológicas, antropológicas, sociológicas y del cambio social, que se refieren a la cultura y el comportamiento, así como la semiología o la investigación de la comunicación de masas, han estudiado a la comunicación institucionalizada y sus formas de producción, pero ninguna de ellas abarca todos los temas de especificidad, cuyas referencias epistemológicas son otras. La Teoría Social de la Comunicación tiene un espacio epistemológico por cumplir y explicar: las relaciones interdependientes entre cambio social y transformación de la comunicación pública. (167)

Los temas de la Teoría Social de la Comunicación Social son inagotables e incorporables a la teoría, éstos buscan explicar leyes y categorías, modelos de la sociedad y comunicación. Identificar el cambio y transformación que se produce entre Formaciones Sociales y Comunicación Pública tomada como actividad histórica. Estudia los Sistemas de Comunicación y su ajuste a la sociedad correspondiente. (168)

Analiza dialécticamente teorías que se ocupan de prácticas de información pública y cambio de la sociedad, la producción de bienes organizados (libros, legislaciones, constituciones, etc) cómo la filosofía del derecho, historia, Economía Política de autores han revolucionado y transformado a la sociedad, por mencionar algunos.

Actualmente a la Teoría Social de la Comunicación le interesa establecer fundamentalmente:

a) La diferencia entre Comunicación Pública y otras modalidades de comunicación social. b) Tipos de Sistemas Comunicativos existentes durante la historia de sociedades que gestionan a la comunicación pública. c) Estructura y funcionamiento Institucionalizado de la producción social de la comunicación pública históricamente. d) Niveles del Sistema Social que afectan a los Sistemas de Comunicación en su función y organización. e) Naturaleza de interacciones entre Sistema Social y Sistema de Comunicación, cuyas constricciones tengan valor histórico y aplicación universal a toda sociedad. f) Aparición, transformación y desaparición de los Sistemas de Comunicación Pública y sus leyes históricas. f) Momentos de efectos sociales en que la comunicación pública se sirve de productos comunicativos fabricados expresamente para el soporte de la información. h) Características y diferencias de la producción de la comunicación de otras producciones y bienes. (169)

i) Análisis de las representaciones de los productos comunicativos narrativos. j) Categorías, métodos y técnicas para investigar la naturaleza y funciones de productos comunicativos, en su dimensión de cosa material y relativos.

k) Productos comunicativos por reducción de estructuras narrativas que den cuenta de información sobre el acontecer y modelos. 1) Modelos de estructuras narrativas usados en comunicación pública, universalmente y particulares, configuración y cambio del Sistema Social, tecnologías que transforman a esos modelos, por mencionar a los muchos temas por desarrollar e investigar en Teoría Social de la Comunicación. (170)

Hasta aquí quedó resumida a manera de referencia los aspectos más importantes de la Teoría Social de la Comunicación para el análisis de la Comunicación Social Institucionalizada, tendencia de análisis paradigmática que representa a la Escuela de Madrid y cuyo mejor expositor es Manuel Martín Serrano.

Con este capítulo cierro el ciclo de las teorías, categorías y métodos sociológicos o, fundamentos epistemológicos-científicos que sustentan en una parte, aunque de manera esquemática, a la Teoría Social de la Comunicación en lo referente al análisis de la Comunicación Social Institucionalizada. Las teorías aquí desarrolladas brevemente no son todas las que debería representar a escuelas y corrientes del análisis sociológico del estudio de la comunicación social, desde la perspectiva institucionalizada, pero estimo que son suficientes a manera de ejemplo, para darse una idea de cómo puede ser analizada este tipo de comunicación desde una perspectiva científica-epistemológica para fundamentar a un saber comunicativo, exigido por un paradigma ya existente; La Teoría Social de la Comunicación.

## CITAS BIBLIOGRAFICAS DEL CUARTO CAPITULO.

- (1) Moragas Spa Miguel., Teorías de la comunicación.,p.31.
- (2) Ob,cit.,p.31.
- (3) Moragas Spa., Sociología de la comunicación masiva.,p.79.
- (4) Moragas Spa., Teorías de la comunicación.,p.29.
- (5) Corral Corral Manuel., La ciencia de la comunicación en México.,p.
- (6) Moragas Spa., Sociología de la comunicación.,p.70.
- (7) Moragas Spa., Teorías de la comunicación.,p.36.
- (8) Ob,cit.,p.32.
- (9) Ibidem.,p.32-33.
- (10) Ibidem.,p.34-35.
- (11) Ibidem.,p.37.
- (12) Ibidem.,p.37.
- (13) Ibidem.,p.39.
- (14) Ibidem.,p.97.
- (15) Ibidem.,p.97.
- (16) Ibidem.,p.97.
- (17) Ibidem.,p.97-98.
- (18) Paoli Antonio., Comunicación e información.,p.11.
- (19) Ob,cit.,p.11-14.
- (20) Ibidem.,p.15.
- (21) Ibidem.,p.16-17.
- (22) Ibidem.,p.17-20.
- (23) Ibidem.,p.21.
- (24) Ibidem.,p.21-22.
- (25) Ibidem.,p.22-23.
- (26) Ibidem.,p.23.

- (27) Paoli Antonio., *Comunicación e información.*,p.24.
- (28) Ob,cit.,p.24.
- (29) Ibidem.,p.26.
- (30) Ibidem.,p.27-28.
- (31) Benassini Claudia., *Teorías de la comunicación en Estados Unidos y en europa.*,p.49.
- (32) Ob,cit.,p.50.
- (33) Ibidem.,p.50.
- (34) Ibidem.,p.51.
- (35) Ibidem.,p.52.
- (36) Ibidem.,p.52.
- (37) Ibidem.,p.52.
- (38) Ibidem.,p.53.
- (39) Ibidem.,p.53-54.
- (40) Ibidem.,p.54.
- (41) Ibidem.,p.54-55.
- (42) Ibidem.,p.55.
- (43) Paoli Antonio., *Comunicación e información.*,p.33.
- (44) Ob,cit.,p.33.
- (45) Ibidem.,p.36.
- (46) Ibidem.,p.36.
- (47) Ibidem.,p.36-37.
- (48) Ibidem.,p.37.
- (49) Ibidem.,p.37.
- (50) Ibidem.,p.38.
- (51) Ibidem.,p.38.
- (52) Ibidem.,p.52.
- (53) Ibidem.,p.40.

- (54) Paoli Antonio., Comunicación e información.,p.41-44.
- (55) Florence Touissaint., Crítica a la información de masas.,p.41.
- (56) Moragas Spa., Sociología de la comunicación.,p.137.
- (57) Ob,cit.,p.137.
- (58) Ibidem.,p.138.
- (59) Ibidem.,p.138-139.
- (60) Ibidem.,p.140.
- (61) Ibidem.,p.140-141.
- (62) Ibidem.,p.137-141.
- (63) Ibidem.,p.141.
- (64) Alva de la Selva Alma Rosa., Radio e ideología.,p.12.
- (65) Ob,cit.,p.13.
- (66) Ibidem.,p.13.
- (67) Ibidem.,p.13-14.
- (68) Ibidem.,p.15.
- (69) Ibidem.,p.15.
- (70) Ibidem.,p.16.
- (71) Ibidem.,p.16-17.
- (72) Mattelart Armand., La comunicación masiva en el proceso de liberación.,p.27.
- (73) Ob,cit.,p.29.
- (74) Ibidem.,p.29-30.
- (75) Ibidem.,p.30.
- (76) Ibidem.,p.31.
- (77) Ibidem.,p.74.
- (78) Ibidem.,p.74.
- (79) Ibidem.,p.74.
- (80) Ibidem.,p.74-75.



- (81) Ibidem., p. 81.
- (82) G Smith Afred., Comunicación y cultura., p.12.
- (83) Ob,cit., p.11.
- (84) Ibidem., p.12-24.
- (85) Ibidem., p.25.
- (86) Ibidem., p. 31.
- (87) Ibidem., p. 31.
- (88) Ibidem., p. 31.
- (89) Ibidem., p. 33.
- (90) Ibidem., p. 35.
- (91) Ibidem., p. 35.
- (92) Ibidem., p. 36.
- (93) Ibidem., p. 36.
- (94) Ibidem., p. 38.
- (95) Murdock Graham., Organizar lo imaginario., p.7-8.
- (96) Ob,cit., p. 32.
- (97) Ibidem., p. 32.
- (98) Ibidem., p.41.
- (99) Ibidem., p.45.
- (100) Ibidem., p. 57.
- (101) Ibidem., p. 57-60.
- (102) Ibidem., p.61.
- (103) Ibidem., p. 61.
- (104) Ibidem., p. 63.
- (105) Ibidem., p. 64.
- (106) Ibidem., p. 64-94.
- (107) Ibidem., p. 95.

- (108) Murdock Graham., Organizar lo imaginario.,p.61.
- (109) Ibidem.,p. 97.
- (110) Ibidem.,p. 98.
- (111) Ibidem.,p. 98-99.
- (112) Ibidem.,p. 99.
- (113) Ibidem.,p. 101.
- (114) Ibidem.,p. 102-103.
- (115) Ibidem.,p. 103.
- (116) Ibidem.,p. 103-104.
- (117) Ibidem.,p. 104.
- (118) Ibidem.,p. 104-108.
- (119) Ibidem.,p. 108.
- (120) Ibidem.,p. 109.
- (121) Ibidem.,p. 107-122.
- (122) Gimenez Gilberto., Poder, estado y discurso.,p.8.
- (123) Ob,cit.,p. 142.
- (124) Ibidem.,p. 143.
- (125) Ibidem.,p. 144.
- (126) Ibidem.,p. 145.
- (127) Ibidem.,p. 145.
- (128) Ibidem.,p. 146.
- (129) Ibidem.,p. 147.
- (130) Ibidem.,p. 147.
- (131) Ibidem.,p. 144.
- (132) Ibidem.,p. 149.
- (133) Ibidem.,p. 151.
- (134) Ibidem.,p. 153.
- (135) Ibidem.,p. 154.

- (136) Ibidem., p. 154.
- (137) Ibidem., p. 154.
- (138) Ibidem., p. 154-155.
- (139) Ibidem., p. 155-156.
- (140) Ibidem., p. 156.
- (141) Ibidem., p. 157.
- (142) Ibidem., p. 164.
- (143) Ibidem., p. 165.
- (144) Ibidem., p. 166.
- (145) Ibidem., p. 167.
- (146) Ibidem., p. 168.
- (147) Martín Manuel Serrano., **La producción social de la comunicación.**, p.15.
- (148) Ob,cit., p.16.
- (149) Ibidem., p.15-16.
- (150) Ibidem., p.17.
- (151) Ibidem., p.18.
- (152) Ibidem., p. 18.
- (153) Ibidem., p.19.
- (154) Ibidem., p.19.
- (155) Ibidem., p.19-20.
- (156) Ibidem., p.20-21.
- (157) Ibidem., p.22.
- (158) Ibidem., p.22.
- (159) Ibidem., p.22-23.
- (160) Ibidem., p.23.
- (161) Ibidem., p.23.
- (162) Ibidem., p.23.

- (163) Ibidem., p. 24.
- (164) Ibidem., p. 24.
- (165) Ibidem., p. 25.
- (166) Ibidem., p. 25.
- (167) Ibidem., p. 26.
- (168) Ibidem., p. 26.
- (169) Ibidem., p. 27.
- (170) Ibidem., p. 29-30.

**CAPITULO QUINTO:****ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION Y ANALISIS DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION EN MEXICO.**

ANTECEDENTES DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACION DE  
LA COMUNICACION EN MEXICO.

El presente capítulo no será desarrollado en base a la Teoría Social de la Comunicación, pero sí desde una perspectiva social de la comunicación o, cuando menos eso es lo que se pretende. Sin embargo, espero que en la medida en se sistematice en sus múltiples aspectos la investigación de la comunicación mexicana, en un futuro puede comenzar a ser desarrollada en función del paradigma de la Teoría Social de la Comunicación y de la Producción Social de la Comunicación.

No obstante, el presente tiene una afinidad lógica con los cuatro primeros capítulos; su desarrollo teórico-metodológico del estudio de la comunicación en el país en función de los principales saberes comunicativos utilizados en escuelas de educación superior para la comprensión de la comunicación social institucionalizada.

Para efectos de comprensión, el presente capítulo se compone de dos partes, la primera ofrece algunos antecedentes disponibles acerca del origen, desarrollo y perspectiva actual de la investigación de la comunicación en México. La segunda consiste en un análisis de la producción teórica de la comunicación usada en México.

La sistematización de la producción de la comunicación en México se fundamenta en un paradigma sociológico denominado: "Bibliografía sobre Teoría de la Comunicación" propuesto por Roiz Celix Miguel y Antonio Muñoz Carrión.\*

\* Los temas de estudio que propone este paradigma son siete - obtenidos en Revista Española de Investigaciones Sociológicas, No 33, 1986., Madrid España.

El análisis de la producción de la comunicación pretende sistematizar en siete temas o áreas de conocimiento al saber comunicativo usado y/o producido en México en torno a la Comunicación Social. Estos temas son los siguientes:

- 1) Epistemología y Teoría de la Comunicación.
- 2) Participantes en los procesos comunicativos.
- 3) Instrumentos, medios y canales.
- 4) Expresiones y lenguajes.
- 5) Representaciones comunicativas.
- 6) Usos y prácticas sociales de la comunicación.
- 7) Métodos y técnicas de investigación en comunicación. (1)

A partir de los resultados obtenidos se pretende conocer; a) Cuál de éstas áreas ha sido más desarrollada y cuál menos. b) Cuál de esas áreas es fundamental para la orientación adecuada de la investigación en comunicación. c) Qué tema debe dejar de ser analizado para dar más preferencia a otros. d) Qué instituciones producen conocimientos fundamentales útiles para el desarrollo de la investigación y la academia. e) A partir de temas fundamentales formar elementos para la fundamentación curricular de planes de estudio donde se practica y estudia la comunicación. f) Las conclusiones pueden ser muchas de acuerdo a las necesidades de quien haga uso de ellas. g) Se pretende sistematizar al saber comunicativo para el desarrollo de una fundamentación científica-epistemológica, entre otras.

Espero que con esta breve introducción se comprenda la relación que guarda este apartado con el resto de los capítulos anteriores, conformando y complementando así la estructura de la presente tesis.

### 5.1. LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN MEXICO.

La investigación de la comunicación en México es un objeto de estudio importante para la Teoría Social de la Comunicación. A varias décadas de estudio profesional en torno a la comunicación social, en México todavía no se cuenta con una sistematización de la investigación que permita comprender cuando menos el origen, desarrollo y perspectiva actual de esta disciplina. Un buen comienzo para sistematizarla es reunir en un solo tratado algunos elementos para la historia de la investigación de la comunicación mexicana desde la perspectiva teórico-metodológica, enfoque que el presente capítulo pretende ofrecer.

La investigación de la comunicación mexicana obedece a la lógica científica-epistemológica de la Communication Research Norteamericana desde su origen. Diversos factores de carácter económico, político, tecnológicos, culturales e ideológicos emanados de los intereses industriales, gubernamentales y científicos norteamericanos motivaron el desarrollo de la investigación en nuestro país. Desde entonces esta disciplina se ha desarrollado en un estado de subordinación respecto a métodos y teorías de los Estados Unidos.

Un factor fundamental que motivó el estudio de la comunicación en México, fue la introducción de los medios de comunicación masivos:

"Algunos autores latinoamericanos opinaron que éste fenómeno es producto de un proceso similar al ocurrido en los países industrializados como consecuencia de ciertas condiciones económicas y tecnológicas que suscitaron el mismo tipo de in-



terés y, en particular en los Estados Unidos. Las circunstancias que motivaron a los investigadores fueron especialmente las vinculadas al desarrollo tecnológico de las comunicaciones, en especial los medios electrónicos, así como la influencia de la radio y televisión; unidos a una prensa en constante competencia con los primeros. Para otros autores, los factores sobrepasaron lo meramente tecnológico, abarcando su análisis en los elementos ideológicos y políticos contenidos en la cultura transnacional. (2)

La proliferación de la tecnología comunicativa originó el fenómeno de la comunicación social en México. Se volvieron entonces indispensables para su estudio la capacitación de recursos humanos y técnicos que desempeñaran el oficio de comunicadores. Esas fueron las tareas asignadas a las escuelas y facultades de periodismo y comunicación. (3)

La dependencia tecnológica condujo a la dependencia científica respecto de los Estados Unidos. Se puede decir que la investigación sobre comunicación en México, ha estado condicionada por los siguientes factores:

"Cuando esta corriente de investigación se trasladó a México, como lo hicieron a otras regiones del tercer mundo, tomó las mismas características de análisis que en los Estados Unidos, aunque en condiciones diferentes dado el atraso que vivía la región. Como América Latina ha sido uno de los principales receptores ideológicos de conocimientos y teorías de los grandes centros metropolitanos, uno de los primeros frutos ha sido una ciencia social carente de piezas integradas -

a la cultura y al sistema de valores de la nación, como afirmó categóricamente Antonio García."(4)

Este fenómeno creó la necesidad de contar con libros de texto sobre comunicación, entre éstos se pueden mencionar los de Carlos Septién García, que sin ser investigación sistemática sobre el periodismo, ofrece algunos criterios sobre su concepción; los análisis descriptivos de Diego Guzmán Arenas, Mario Rojas y Avendaño y Enrique González Casanova, cuyos trabajos periodísticos fueron realizados en condiciones desventajosas por la novedad de la materia, carencia de bibliografía y ausencia de un marco teórico interpretativo del fenómeno de los medios masivos. (5)

Esos primeros estudios no substituyeron a los abundantes trabajos norteamericanos de Schramm, Lazarsfeld, Lasswell, Hovland, Berlo etc, primeras teorías con que fueron formados los primeros investigadores de la comunicación, sin duda útiles pero insuficientes para desentrañar las paradojas de la comunicación de masas.

Poco después comenzó a desarrollarse una corriente que pugna por la latinoamericanización del estudio de la comunicación. En 1960 se fundó en Quito el Centro Internacional de Estudios de Periodismo para América Latina (CIESPAL), patrocinada por la UNESCO, sin lograr una alternativa a la influencia norteamericana y, quien no atendió el desarrollo de los modelos de comunicación adecuados a las necesidades y situaciones de América Latina. (6)

Sin embargo, no se puede afirmar que no existiera interés por desarrollar nuevas líneas de investigación que, sólo

hacia la segunda mitad de los años sesenta comienzan a desplegarse en otros enfoques teóricos:

Autores como Antonio Pascuali, Eliceo Verón y los integrantes del Instituto Torcuato di Tella, empezaron a impugnar las estructuras económicas, políticas e ideológicas culturales de dominación. (7)

A ese viento renovador que llegó del sur del continente Americano, se añade la investigación de los estudios provenientes de Europa. Umberto Eco, con Apocalípicos e Integrados, en 1968, indicó el análisis que fue más allá del estudio histórico, con métodos más amplios que el análisis de contenido desde una perspectiva sociológica, ciencia política y literatura, para el estudio de los medios de comunicación de masas. (8)

Cazanueva, con Sociología de la radio y televisión, que aparece en 1967, insistiendo en el análisis de los medios desde la perspectiva de las ciencias sociales.

Marshall McLuhan, demostró que no existía límites para la imaginación y creatividad para el conocimiento de la comunicación de masas, cuya obra La Comprensión de los Medios Como las Extensiones del Hombre, apareció en 1969, creó desconcierto, sobre la desmistificación de los medios y la cultura. (9)

Se introdujeron también los análisis de los discursos, desde los rígidos intentos de Abraham Moles (La comunicación, 1971) y el de las sofisticadas estructuras en base a los planteamientos de Ferdinand de Saussure (Linguística General), que mucho se comentaban pero poco se comprendía. Roman Jakobson, Roland Barthes con Elementos de Semiótica, en 1971, sis-

tematiza y traduce algunas aportaciones para la crítica en el estudio de los mensajes, que poco después fueron trasladados a la docencia e investigación de la comunicación. (10)

En esta etapa, la comunicación comienza a ser asumida - como fenómeno cultural a partir de la influencia de Edgar - Morin (La Industria cultural, 1967), cuyo tema central son el análisis de la imágenes.

Roman Gubern (Historia del cine, 1971; el Lenguaje de los Comics, 1974), Cristian Metz (Ensayos sobre significación en cine, 1972), Gilo Dorles (Símbolo, comunicación y consumo, 1972) y Ludovico Silva (Teoría y práctica de la ideología, 1971), se expresan en la pasión de las imágenes cinematográficas e impresas, que en México encuentran eco en obras como las de Irene Herner (Tarzán, el hombre mito, en 1974, y Mitos y monitos, 1979) (11)

Antes de la mitad de los años setenta, una segunda vertiente llega del extranjero, para suscitar nuevas preocupaciones en la naciente investigación de la comunicación sobre - medios, con la intención de dar un sesgo distinto a la comercial. Se ensayan entonces experiencias como las de la Universidad Popular de Chile y, del Centro de Estudios de la Realidad Nacional en Santiago, surgiendo ensayos como los de Armand Mattelart (Comunicación masiva en el proceso de liberación, 1973), de Patricio Biedma (La lucha ideológica en torno a la prensa en Chile, 1972), de Camilo Taufic (Periodismo y lucha de clases, 1973). Invitaciones a subvertir la orientación tradicional de los medios, como las de Hanz Magnus Enzensberger (Integrantes de teoría de los medios de comunicación, 1972),

o búsqueda como las que confiere actualidad en V.I Lenin, a pesar de sus limitaciones políticas sugiere una nueva veta en la investigación de la comunicación en México. (12)

De esta corriente desmistificadora comenzó a surgir un nuevo mito en la investigación de la comunicación de masas: la comunicación alternativa:

Trabajos como los de Daniel Prieto Castillo (Discurso autoritario y comunicación alternativa, 1984) o Máximo Simpson Comunicación alternativa y cambio social en América Latina, 1981] se ocupan por recuperar experiencias de comunicación en ese sentido. Tales experiencias parecieron ser necesarias frente a la vida política de América del Sur, que permitió vinieran a México, investigadores chilenos, argentinos a enriquecer la investigación. Para entonces, la influencia del CEREN había calado fuerte en nuestro país. La revista de esa institución 'Comunicación y Cultura' dirigida por Hugo Assman, Armand Mattelart y Héctor Schmucler influyó en la investigación.

"Buena parte de los estudios sobre comunicación escritos en México, han sido elaborados por investigadores de otras nacionalidades. Esta aportación implica un empuje significativo, aunque por un tiempo se le olvidó a la comunicación propiamente mexicana." (13)

Apenas pequeños trabajos como los de Raúl Cremoux (Televisión o prisión electrónica?, 1974) o de Hugo Gutiérrez Vega (Información y sociedad, 1974), logran señalar algunas vetas originales para el conocimiento de las nuevas tendencias de la investigación de la comunicación en México.

La consolidación del monopolio privado en la televisión, Irresponsabilidad del Estado en el manejo de los Medios, la primacía de valores mercantiles sobre el interés de la sociedad son algunos de los nuevos temas que estudiantes habrán de explorar en universidades. La alternatividad de éstos en los años siguientes fue: prensa sindical, radiodifusoras universitarias, comunicación campesina, teatro, cassette y videocalternativos constituyen la que posiblemente sea la principal tendencia de la investigación entre los estudiantes de comunicación en la primera mitad de los años ochenta. (14)

Enrique Sánchez Ruiz ha dicho que "una constante encontrada en los investigadores de la comunicación mexicana es el uso de modas intelectuales y marcos teórico-metodológico sacados de los países industrializados, no solamente provenientes de Estados Unidos, sino también de Europa. (15)

El desarrollo de los medios de difusión en México se enmarcaron en un contexto vinculado al impacto del capitalismo de la posguerra. Su penetración comenzó con la aparición de las agencias de noticias e instituciones educativas creadas por Estados Unidos para la formación de recursos humanos en el area de la comunicación. (16)

Trascurrida la primera mitad del presente siglo, la comunicación social comienza a recibir ese nombre y, sobre todo a ser una auténtica industria próspera, influyente, pero desconocida por la academia. Era inusual que sobre los medios hubiera crítica, documentación y análisis sistemático. La historia de la radio mexicana en su primer medio siglo, se encuen-

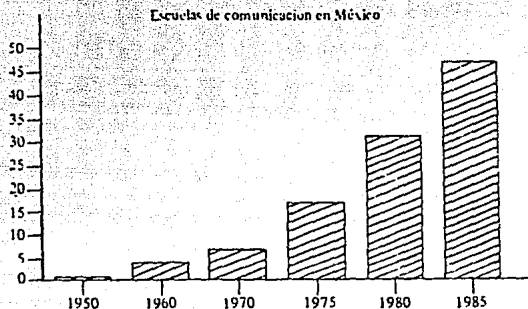
tra por escribir casi toda, principalmente porque en los momentos en que se desarrollaba, nadie tuvo la precaución de documentarla. Con la televisión, que comenzó a transmitir comercialmente durante los años cincuenta, sucedió lo mismo. El caso del cine fue diferente, ya que el interés que suscitó en la sociedad se reflejó en la prensa y porque se trataba de un medio más abierto a la pluralidad que los de difusión electrónica a distancia. (17)

"Al mediar este siglo, empiezan a surgir escuelas de periodismo. En 1943 en la Universidad Femenina se estableció una carrera técnica de periodismo. En 1949 nace la escuela Carlos Septián. En 1951 se formaliza la enseñanza del periodismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Hacia la década siguiente, se busca enseñar "ciencias de la información" como pomposamente se inicia la costumbre de llamar a esa disciplina. Desde entonces, comienzan a ser aceptados, casi de manera acrítica, textos y esquemas teóricos formulados por científicos sociales norteamericanos y; a establecerse pequeños centros de investigación en escuelas y facultades. Los años sesenta marcan el inicio de la investigación de la comunicación universitaria. (18)

Durante el decenio de 1960, cuando se consolida en México el sistema comercial-privado de difusión masiva estadounidense se abrieron en el país carreras de comunicación social solamente en instituciones privadas de educación superior.

Durante el decenio de 1970, cuando el Estado Mexicano - intentaba participar nuevamente de manera activa en los medios

de difusión (particularmente en televisión), se instituyeron escuelas de comunicación en diversas universidades públicas. De 1970 a la fecha, el número de escuelas de comunicación se ha quintuplicado en el país:



FUENTE: CONIICC

(19)

De 1980 a la fecha, el número de éstas escuelas se ha incrementado inusitadamente: de ellas 16 son de carácter público y 32 privadas, éstas últimas están orientadas al estudio de mercadotecnia, publicidad y relaciones públicas. Sería conveniente un estudio que permita ver los niveles de eficiencia con que opera el personal docente, los recursos técnicos, la orientación ideológica expresada en planes y programas de estudio, para detectar la repetición del discurso ideológico proveniente de los Estados Unidos o, espacios para nuevas pautas de investigación. (20)



En 1976 varias instituciones educativas que imparten - carreras de comunicación se integraron en el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC) (21)

La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) surgió en 1970. (22)

En 1980 apareció la Asociación Nacional de Estudiantes de la Comunicación (ANECO) con los propósitos de impulsar las relaciones entre las instituciones educativas que imparten la carrera. (23)

Estas instituciones poco a poco han venido configurando a toda una estructura de la investigación de la comunicación mexicana de manera aislada y no reconocida como tal en México.

Las escuelas y facultades de periodismo y comunicación desde su origen recibieron el impulso, aunque en la dirección señalada por los organismos internacionales que definieron - la línea que debían seguir política, económica y educativa- mente. Los planes y programas de estudio, métodos, técnicas, y bibliografía para la enseñanza e investigación fueron diseñadas por CIESPAL y, recomendados a las universidades de la región. (24)

Una evaluación de la CIESPAL se podría concluir de la siguiente manera, según Hugo Assman:

"Dicha institución posee el mérito de haber iniciado en nuestro medio la labor de tener contacto y, reunir esfuerzos para promover iniciativas de investigación; respaldar escuelas; realizar cursos y simposios, etc. Sin embargo, hoy en -

día comienza a notarse un exceso de dependencia de aquel organismo respecto a las pautas ideológicas y parámetros de análisis de la comunicación estadounidense." (25)

Desde 1940 Estados Unidos ha invadido al mundo con capital, control político, instituciones, escuelas, películas y muchas otras cosas más. De entre sus exportaciones se encuentran sus visiones ideológicas y su ciencias social: el método científico: empirismo, desarrollismo, difusionismo, ciencia política, economía, antropología y ciencias de la comunicación social. La modernización de México debía incluir también a las ciencias sociales. (26)

Sin embargo, para 1970 existían también influencias de Europa, tal es el caso de la Escuela de Frankfort y el marxismo, estructuralismo de origen lingüístico, semiología y psicoanálisis para el análisis social de la comunicación, modas intelectuales, que con el tiempo se constituyeron en un obstáculo, porque todavía no se terminaba de explotar una teoría cuando ya era superada por otra. (27)

Sin embargo, no deja de reconocerse el enriquecimiento de ésta importación científica para el estudio de la comunicación, que de alguna manera permite la interpretación de nuestra realidad, sobre todo aquella corriente europea que críticamente viene desarrollando Gilberto Gimenez en torno al discurso del poder, que representa a la ciencia social mexicana. (28)

Las ciencias sociales han entrado en crisis teórico-metodológica, cuya investigación debe tomar otra orientación epistemológica. "Ha sido evidente que los medios masivos en

México, constituyen no sólo una pujante y adinerada industria, sino también una compleja fuente de poder político, al desenmarañar sus estructuras, mensajes, programación y discursos, la alternatividad está en esta tendencia. En 1975 Fátima Fernández Crhrstlieb presentó su obra *Información Colectiva y Poder en México*, poco después Miguel Angel Granados Chapa comenzó a ocuparse de la radio y televisión, que más tarde aparecieron en *Examen de Comunicación en México*. Florence Toussaint con *Crítica de la Información de Masas*, en 1981. Alma Rosa Alva de la Selva con *Radio e Ideología*, etc, dan cuenta de ese retorno a los temas de la comunicación mexicana propias de la investigación de la comunicación. (29)

Así, la investigación de la comunicación mexicana poco a poco se ha hecho cargo de su propia realidad, utilizando para ello nuevas luces epistemológicas para analizar los medios de comunicación en México, desde una perspectiva plural y paradigmática. Los medios de comunicación son analizados a partir - de sus aspectos políticos, económicos, ideológicos, estructurales, etc, fundamentándose en una nueva teoría aparecida alrededor de las últimas dos década: La Teoría Social de la Comunicación, expuesta por Manuel Martín Serrano.

Trabajos como los de Enrique Sánchez Ruiz revela que los medios de difusión en México obedecen a un proceso multidimensional que no puede estar divorciado de la evolución del poder, cuya estructura política, económica, cultural e ideológica determinan a la sociedad. (30)

Por ejemplo, se habla de un proceso de imperialismo/dependencia cultural; Imperialismo televisivo; imperialismo/dependencia

dencia de medios que deben ser analizados en su conjunto, conceptos poco definidos y comprendidos. (31)

En un primer acercamiento los medios producen mensajes. Desde una perspectiva ideológico/cultural, producen discursos sociales, portadores de significaciones y de sentido, cuyas producciones son generadas a partir de códigos dominantes dentro de los medios masivos. (32)

Cuando los discursos sociales llegan a la esfera pública, la consecuencia global es un proceso ideológico vía a construir una realidad. Este proceso ideológico tiene determinaciones políticas, desde ésta perspectiva es un proceso de legitimación de las estructuras sociales, económicas y políticas dominantes que parten de un proceso hegemónico. (33)

Desde la perspectiva económica los medios producen mercancías: periódicos, revistas, etc, son comprados y vendidos. Mediante la publicidad promueven bienes y servicios para el consumo de mercancías, se trata entonces de un proceso mercantil. (34)

Los medios de comunicación en México es un objeto de estudio histórico-social que se relaciona a diversos niveles en un proceso global. Su funcionamiento no ocurre en un vacío, sino que son grupos y clases sociales concretas quienes los controlan y los hacen actuar. Es importante saber los intereses que representan y cómo operan en la estructura de poder. (35)

Esta breve reseña de una parte de la obra de Enrique Sánchez Ruiz refleja claramente la nueva perspectiva de análisis de la investigación de la comunicación, desde la ten-

dencia de la Teoría Social de la Comunicación. Otra área de conocimiento relacionada con ésta Escuela lo constituye el tema de las "Nuevas Tecnologías de Comunicación en México", que en épocas recientes ha venido desarrollandose:

"La preocupación y empeño por estar al día en asuntos que puedan afectar a las cuestiones sociales es una de las características que las escuelas mexicanas de comunicación han tenido hasta ahora, Más aún si éstos asuntos se refieren específicamente al área de su competencia, como lo es el caso de las nuevas tecnologías de información, que sin lugar a dudas afectará -para bien o para mal- las conductas de los mexicanos.

En octubre de 1984, el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigadores de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), convocó a un encuentro nacional que debería converger a escuelas, investigadores y responsables gubernamentales a coordinar la comunicación en el país. Así, estudiantes, profesores, investigadores y profesionales de la comunicación se abocaron al estudio de la brecha tecnológica y su impacto en la sociedad. (36)

## SISTEMATIZACION DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION EN MEXICO.

Después de haber ofrecido algunos antecedentes de la Investigación de la Comunicación en México, desde una posible perspectiva teórico-metodológica, en el presente apartado se ofrecerán algunos datos y resultados del Análisis de la Producción de la Comunicación en México, basados en el paradigma de análisis "Bibliografía sobre Teoría de la Comunicación", propuesta por Roiz Celix y Antonio Muñoz Carrión.

El análisis consistirá en clasificar a una muestra de la producción de la comunicación mexicana de un periodo que abarca de 1984 a 1986, en base a siete áreas o temas de investigación, las cuales son las siguientes: 1) Epistemología y Teoría de la Comunicación. 2) Participantes en los Procesos Comunicativos. 3) Instrumentos, medios y canales de comunicación. 4) Expresiones y lenguajes. 5) Representaciones Comunicativas. 6) Usos y prácticas sociales de la comunicación. 7) Métodos y Técnicas de investigación en comunicación. (37)

La muestra de análisis comprende a 1109 títulos/ texto, la cual se estima es un número reducido pero suficiente para ejemplificar la operatividad del paradigma de Bibliografía sobre Teoría de la Comunicación. Los textos aquí analizados no se caracterizan por su grado de sistematicidad, sino más bien por la importancia de sus temáticas. Esta muestra comprende ensayos, libros, artículos, ponencias, etc, cuya información no representa a los trabajos más significativos e importantes por su grado de sistematicidad teórico-metodológica.

Gran parte de los textos aquí analizados fueron tomados del archivo del Centro de Documentación para el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de la Comunicación (CONEICC) (38)

Algunos otros fueron recopilados de diversas fuentes - disponibles, algunos de ellos fueron extraídos de los libros del Foro de Consulta Popular. Su selección procuró clasificarse por Instituciones de Educación Superior, Asociaciones, Consejos y Editoriales, donde se estima emana gran parte de la producción sobre comunicación.

Antes de presentar los resultados de la presente muestra, conviene ofrecer el procedimiento para la elaboración de los cuadros/gráfica.

Primeramente se diseñó un cuadro que condensa al número de las instituciones que colaboraron con textos de comunicación: sumaron un total de 36, Todas ellas compuestas por Instituciones de Educación Superior, Asociaciones y Editoriales. En el cuadro 1, puede apreciarse además de las instituciones, el número de textos reunidos por institución. (vease cuadro No 1 en la siguiente página.). Este cuadro se rotuló con el título: Panorama General de la Producción de la Comunicación en México: periodo 1984-1986. Este cuadro también condensa al total de textos analizados por Temas de Investigación. El número de texto sumó un total de 1109 y, el total de áreas de investigación 1711.\*

\* Poco más adelante se explicará porqué el total de Temas de investigación supera al total de los textos.

PLANIFAMA GENERAL DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION EN MEXICO.  
PERIODO 1984-1986.

INSTITUCION	No de TITULOS	AREAS DE INVESTIGACION							TOTAL DE TITULOS
		1	2	3	4	5	6	7	
ESTO DE CONSULTA POPULAR	571	9	126	135	170	144	137	28	943
UNAM-BOHIOLOGICO	108	15	24	20	0	34	21	34	148
UNAM	67	6	17	1	5	31	30	15	113
U. IBEROAMERICANA	60	8	7	10	5	15	20	12	85
ITESO	51	9	13	9	0	20	14	16	85
AMIC	44	8	8	6	4	4	13	3	51
CONFICE	33	4	7	9	1	11	13	0	45
CINACVT	36	7	2	14	4	7	15	7	56
U. DE COLIMA	7	0	1	1	0	1	2	0	5
U. DE DURANGO	9	3	1	0	4	1	1	3	13
U. LATINOAMERICANA	3	0	1	1	0	1	1	0	4
U. DEL NORTE DE TAMPICO	4	0	1	0	0	1	1	1	4
U. INTERCONTINENTAL	1	1	0	0	0	0	0	0	1
U. DE GUADALAJARA	5	0	1	1	0	1	4	0	7
U. DE SINALOA	3	1	0	0	0	1	1	1	4
U. DE ANAHUAC	1	0	0	0	0	0	1	0	1
EL COLEGIO DE MEXICO	3	0	0	0	0	1	0	0	3
EL COLEGIO DE JALISCO	3	0	1	1	0	1	1	0	5
CESTEMANCA IMAGEN	11	0	2	1	3	0	9	0	15
COMETISEP	37	6	3	9	4	0	12	3	55
REVISIONES DE COMUNICACION	1	1	1	1	0	0	1	0	4
CANACINTEVA	1	0	0	1	0	0	1	0	2
ENCUENSURE	2	0	0	1	0	0	1	0	2
EL DIA	3	0	1	1	0	0	1	0	5
REVISTA LATINOAMERICANA	9	0	5	1	0	1	0	0	15
EPISODIO CARALLITO	1	0	1	0	0	0	1	0	2
EP. SIMBOLICO	7	0	0	0	0	0	7	0	7
EP. CENICIA	5	0	0	1	0	0	4	0	6
EP. COSTARRO	2	0	0	0	0	0	2	0	2
EP. OCEANO	3	0	2	0	0	0	1	0	3
EP. CASIS	1	0	0	1	0	0	1	0	2
EP. PATRIA	1	0	0	0	0	0	1	0	1
EP. TROPICALES	1	0	0	0	0	0	1	0	1
EP. DE LA NATURAL	2	0	0	1	1	0	1	0	3
EP. TROPICAL	2	0	1	1	0	0	1	0	4
EP. SOCIAL	5	0	2	1	0	0	1	0	8
	1122	31	130	122	11	52	240	13	1211

Descripción del cuadro 1.

INSTITUCION: Representa Universidades, Asociaciones y Editoriales.

No de TITULOS: Representa al total de textos analizados.

AREAS DE INVESTIGACION: (1,2,3,4,5,6,7.) significan el nombre de los Temas de investigación: (ver ejemplo en la próxima página.)

TOTAL DE TITULOS: Representa al total de títulos analizados por Temas de investigación. (ver ejemplo en la próxima página.)



Los Temas de Investigación son los siguientes:

- 1) Epistemología y Teoría de la Comunicación.
- 2) Participantes en los Procesos Comunicativos.
- 3) Instrumentos, Medios y Canales de Comunicación.
- 4) Expresiones y Lenguajes.
- 5) Representaciones Comunicativas.
- 6) Usos y Prácticas Sociales de Comunicación.
- 7) Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación\*

EJEMPLO PARA OBTENER LA FRECUENCIA POR TEMAS DE INVESTIGACION.

Primer rubro del cuadro 1: Foro de Consulta Popular:

(CUADRO 2)

INSTITUCION	No de TITULOS	AREAS DE INVESTIGACION							TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
F.C.P.	571								943

Descripción del cuadro 2.

Se tiene un total de 571 títulos/texto para Foro de Consulta Popular. Cada título puede encajar en más de dos Temas de investigación.

Ejemplo:

Se encontró un título denominado "Sociología de la Comunicación". Este texto puede adaptarse cuando menos en dos Temas de Investigación: 1) Epistemología de la Comunicación y; 7) Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación. Esto explica porqué el Total de Temas, supera al Total de Títulos originales.

\* A partir de este momento los números 1,2,3,4,5,6,7, representan a los Temas de Investigación para todas las gráficas posteriores.

La naturaleza del tema de cada título determina el área donde puede encajar. Un sólo título puede adaptarse hasta en más de dos Temas de Investigación. Sin embargo, existen títulos que solamente se adaptan a una sola área de investigación.

Así de un total de 571 títulos para Foro de Consulta Popular se distribuyeron de la siguiente manera, después de ser analizados por Temas de Investigación: 1)=9. 2)=36. 3)=235. 4)=10. 5)=344. 6)=231. 7)= 28. Total= 943 Temas de Investigación.

Para cada una de las instituciones restantes del Cuadro 1 se aplicó la misma técnica de análisis que para el Cuadro 2. Fue un trabajo complicado y requirió de mucha paciencia, pero al final se logró analizar a cada uno de los los 1109 títulos de la muestra, sumando un total de 1711 Temas de Investigación. Posteriormente cada Institución con su análisis respectivo fue condensado en el cuadro 1.

#### SIGNIFICADO DE LOS TEMAS DE INVESTIGACION.

- 1) Epistemología y Teoría de la Comunicación: saberes comunicativos teóricos sistematizados y métodos de análisis para conformar una teoría relacionados con la comunicación social.
- 2) Participantes en los Procesos Comunicativos: actores/productores/receptores de comunicación e información social.
- 3) Instrumentos, Medios y Canales: Instrumentos tecnológicos y/o amplificadores o traductores de información social o pública.
- 4) Expresiones y Lenguajes: expresiones simbólicas, sonoras,

lingüísticas, discursivas, etc, estructuradas para la influencia en perceptores de la comunidad, implícitas en la comunicación social.

5) Representaciones Comunicativas: modelos culturales que organizan datos de referencia con un sentido definido en comunicación social.

6) Usos y prácticas Sociales de la Comunicación: modalidades y tipos de comunicación social o pública.

7) Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación: paradigma, modelos y técnicas de investigación en comunicación social.

Como se puede comprender, los textos aquí analizados hacen referencia al estudio de la comunicación social o pública, sin que necesariamente posean algún rigor científico, pero que cuando menos hagan referencia a alguno de los Temas de Investigación aquí propuestos para la sistematización de la producción de la comunicación en México. Algunos de los títulos/textos, incluyen también algunos que no fueron producidos en el ámbito mexicano, pero que son usados para su consulta, lo cual, no altera al análisis de la producción.

Terminada la descripción y procedimiento de las gráficas y el sistema utilizado para el análisis de los títulos por Institución, procederé ahora presentar los resultados obtenidos del análisis. Espero que con esta breve explicación se aclare la estructura de éste último apartado de la tesis.

LA PRODUCCION ACADÉMICA SOBRE COMUNICACION EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR (1984-1986).

Los sucesivos cuadros representan los porcentajes de los Temas de Investigación, es decir, a los resultados obtenidos. Estos cuadros para su mejor comprensión serán divididos en Instituciones de Educación Superior, Asociaciones y Editoriales, por lo cual, los resultados obtenidos son parciales de un total. Antes de proseguir, expreso que éstos cuadros fueron elaborados por quien suscribe y el Doctor Rafael Serrano Partida, con quien comparto el crédito de este apartado.

(CUADRO 3) DOCUMENTOS PUBLICADOS SOBRE COMUNICACION EN LAS INSTITUCIONES ACADÉMICAS DE MEXICO (1984-1986).

INSTITUCIONES ACADÉMICAS	TOTAL DE DOCUMENTOS PUBLICADOS (Títulos)	%	% ACUMULADO
UAM-Xochimilco	108	33.23	33.23
UNAM	67	20.62	53.85
U. Iberoamericana	60	18.46	72.31
ITESO	54	16.62	88.93
Universidad de Puebla	9	2.77	91.70
U. Latinoamericana.-	5	1.54	93.24
U. de Guadalajara	5	1.54	94.78
Universidad de Noreste	4	1.23	96.01
Colegio de Jalisco	3	.92	96.93
Universidad de Sinaloa	3	.92	97.85
El Colegio de México	3	.92	98.77
Universidad de Colima	2	.61	99.38
U. Intercontinental	1	.31	99.69
Universidad Anáhuac	1	.31	100.00
TOTAL	325	100.00	

LECTURA DEL CUADRO 3:

Como puede observarse en el cuadro N° 3 catorce instituciones de Educación Superior publicaron 325 títulos documen-

tos durante el periodo analizado. La distribución de la producción que muestra el cuadro nos indica una fuerte concentración en cuatro instituciones: UAM-Xochimilco, UNAM, Universidad Iberoamericana e ITESO que produjeron el 88.93 % de los títulos/documentos. Cabe decir que las diez instituciones restantes produjeron 36 títulos/documento de los 325, el 27.69%.

La institución que más título/documentos produjo fue la UAM-Xochimilco (108 títulos) con el 33.23%; seguido de la UNAM (67 títulos) con el 20.62%; la Universidad Iberoamericana con (60 títulos) con el 18.46% y el ITESO (54 títulos) con el 16.62%.

(CUADRO 4) CLASIFICACION DE LAS PUBLICACIONES SOBRE COMUNICACION POR TEMAS DE ESTUDIO EN INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR. (1984-1986)

INSTITUCIONES ACADEMICAS	TEMAS DE ESTUDIO						
	1	2	3	4	5	6	7
UAM -Xochimilco	15	24	20	--	34	41	11
UNAM	6	17	8	5	32	30	15
U IBEROAMERICANA	8	7	10	5	15	29	11
ITESO	9	13	9	--	20	16	16
UNIVERSIDAD DE PUEBLA	3	1	--	4	1	1	3
U LATINOAMERICANA	--	2	1	--	3	2	--
U GUADALAJARA	--	1	1	--	1	2	--
U DE COLIMA	--	1	1	--	1	2	--
COLEGIO DE JALISCO	--	1	1	--	1	2	--
COLEGIO DE MEXICO	--	1	1	--	1	2	--
U DE SINALOA	1	-	-	-	1	1	1
U DE NORSESTE	--	1	-	-	1	1	1
TOTAL	<u>42</u>	<u>69</u>	<u>53</u>	<u>14</u>	<u>110</u>	<u>131</u>	<u>58</u>
PORCENTAJE (%)	9	15	11	3	23	27	12

## LECTURA DEL CUADRO 4 :

Como puede observarse en el Cuadro 4, en doce instituciones académicas fue posible identificar los temas de estudio de mayor interés. Cuatro de estas instituciones abarcan casi todos los temas con excepción de cuatro: 4) Expresiones y lenguajes., que no aparecen en la producción académica revisada de la UAM-Xochimilco ni el ITESO. Las ocho instituciones restantes muestran mayor concentración de su actividad académica en las áreas 2), 5) y 6) (Participantes en los procesos comunicativos; Instrumentos, medios y canales; Usos y prácticas sociales de la comunicación.). Y mucho menos concentración en las áreas 1), 4) y 7) (Epistemología y teoría de la comunicación; Expresiones y lenguajes; y Métodos y Técnicas de investigación de comunicación).

Los Temas más estudiados por las instituciones de Educación Superior fueron 5) Representaciones comunicativas con el 27% y, el 6) Usos y prácticas sociales de la comunicación con el 23 %, ambas representan al 50% de todos los trabajos analizados. Los Temas 4) y 1) fueron los menos considerados por las instituciones con el 9% en el Tema 1) Epistemología y teoría de la comunicación y, en 3% en el 4) Expresiones y lenguajes. Los Temas restantes: 2), 3) y 7) abarcaron el 38% de las publicaciones con la siguiente distribución: 15% para Tema 2) Participantes en los procesos comunicativos; 12% para el 7) Métodos y Técnicas de investigación en comunicación y, 11% para el Tema 3) Instrumentos, medios y canales.\*

\* Esta descripción de la distribución por porcentajes en Temas de investigación, fue redactada e interpretada por el Doctor Rafael Serrano Partida. El que suscribe realizó el análisis y recabación de la información, así como también efectuó los diseños de los cuadros con sus respectivos totales de título/documento por institución. El Dr. Serrano obtuvo los porcentajes.

CUADRO 5: DOCUMENTOS PUBLICADOS SOBRE COMUNICACION POR SOCIACIONES Y/O CONSEJOS (1984-1986)

ASOCIACION / CONSEJO	NUMERO DE PUBLICACIONES	%	ACIMULADO
AMIC*	44	38.94	--
CONACYT**	36	31.86	70.8
CONEICC ***	33	29.20	100.0

\*AMIC: Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación.

\*\*CONACYT: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

\*\*\* Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de la Comunicación.

LECTURA DEL CUADRO 5:

Como puede observarse en el cuadro N°5 se detectaron 112 publicaciones distribuidas casi homogéneamente en 3 Asociaciones y/o consejos. La AMIC fue la institución que más documentos produjo con 44 (38.94%), seguida del CONACYT con 36 (31.86%) y el CONEICC con 33 (29.20%). Las diferencias entre las tres instituciones no es mucha, existiendo una distribución más o menos homogénea.

CUADRO 6) CLASIFICACION DE PUBLICACIONES SOBRE COMUNICACION POR TEMA DE INVESTIGACION EN ASOCIACIONES Y/O CONSEJOS (1984-1986)

ASOCIACION/CONSEJO	TEMAS DE ESTUDIO						
	1	2	3	4	5	6	7
AMIC	8	8	6	4	9	15	3
CONACYT	4	7	9	1	11	13	0
CONEICC	7	2	14	4	7	15	7
TOTAL	19	17	29	9	27	41	10
PORCENTAJE (%)	(15)	(11)	(19)	(6)	(18)	(27)	(6)

## LECTURA DEL CUADRO 6:

Como puede observarse en el cuadro N°6 los Temas de investigación más tratados fueron el 6), 3) y 5) :Usos y prácticas de la comunicación con el 27%. Instrumentos, medios y canales con el 19% y, Representaciones Comunicativas con el 18%. Estos tres temas concentran el 64% de todas las publicaciones. Los temas 1) y 2) Epistemología y teoría de la comunicación, concentraron el 24% de todas las publicaciones. Los temas que fueron menos estudiados fueron el 4) y el 7): Expresiones y lenguajes y Métodos y técnicas de investigación, ambos con el 6%.

En la página posterior se ofrecen los resultados de la clasificación de la producción de la comunicación por Editoriales por temas de estudio. (1984-1986).



(CUADRO 7) CLASIFICACION DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION POR EDITORIALES  
EN TEMAS DE INVESTIGACION. (1984-1986)

EDITORIALES	Nº DE TITULOS PUBLICADOS (1)	TEMAS DE ESTUDIO						
		1	2	3	4	5	6	7
Trillas	8 (21.1)	2	1	1	-	3	3	-
Ed. Comunicación	8 (21.1)	2	1	1	-	2	1	-
Siglo XX	5 (13.2)	-	2	1	-	2	1	-
Gernica	5 (13.2)	-	-	1	-	2	3	1
Oceano	3 ( 8)	-	2	-	-	-	-	-
Seix Barral	2 ( 5.2)	-	-	1	1	-	1	-
Griiialbo	2 ( 5.2)	-	-	-	-	1	1	-
Caballito	1 ( 2.6)	-	1	-	-	-	1	-
Oasis	1 ( 2.6)	-	-	1	-	1	1	-
Publi-graps	1 ( 2.6)	1	-	-	-	-	1	-
Concepto	1 ( 2.6)	-	-	-	-	-	1	-
Patria	1 ( 2.6)	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	38 (100) %	5	7	6	1	9	17	1
PORCENTAJE (1)		(10)	(15.2)	(13)	(2.4)	(20)	(37)	(2.4)

## LECTURA DEL CUADRO 7:

Como puede observarse en el cuadro 7 los Temas de Investigación más atendidos fueron el 6) y el 5): Usos y prácticas sociales de la comunicación con el 37% y, Representaciones comunicativas con el 20%, los Temas 2), 3) y 1) concentraron el 38%. Participantes en los procesos comunicativos con el 15.2%, Instrumentos, medios y canales con el 13%, Epistemología y teoría de la comunicación con el 10%. Los Temas menos estudiados fueron el 4) y el 7): Expresiones y lenguajes y Métodos y técnicas de investigación, ambos con el 2%

(CUADRO 8) CLASIFICACION DE DOCUMENTOS SOBRE COMUNICACION EN EL FORO DE CONSULTA POPULAR POR TEMAS DE INVESTIGACION. (1984-1986)

TOTAL DE DOCUMENTOS	TEMAS DE ESTUDIO							TOTAL DE TEMAS DE ESTUDIO
	1	2	3	4	5	6	7	
571	9	86	235	10	344	231	28	943
PORCENTAJE	(.95)	(9.1)	(24.9)	(1)	(36.4)	(24.4)	(2.9)	

## LECTURA DEL CUADRO 8:

Como puede observarse en el cuadro 8 los Temas de Investigación más atendidos fueron las Representaciones comunicativas con el 36%, seguido por los Instrumentos, medios y canales y, por Usos y prácticas sociales de la comunicación con el 24.9% y el 24.4%. Estos tres Temas comprendieron el 85.7% de los más estudiados. Con menor incidencia se presenta el Tema Participantes en los procesos comunicativos con el 9.1%. In-

significante resultado a los temas 7), 4), y 1) que no alcanzan juntos el 5% de los Temas estudiados. Cabe resaltar que Epistemología y teoría de la comunicación no alcanzó - el 1% del total de Temas.

#### CONCLUSIONES DEL ANALISIS DE LA PRODUCCION DE LA COMUNICACION EN MEXICO DURANTE EL PERIODO 1984-1986.

De los cuadros estadísticos presentados se pueden inferir algunas conclusiones, de ninguna manera definitivas:

La producción de conocimientos en el área de la comunicación en México se encuentran fuertemente concentradas en cuatro instituciones educativas. Dos de ellas pertenecen al sector público y dos al privado. La producción de éstas cuatro representan el 88.9% de las publicaciones recopiladas en el periodo 1984-1986. Esta concentración lo es también en cuanto a la preferencia de temas de estudio, en donde 5) Representaciones comunicativas y 6) Usos y prácticas sociales de la comunicación, representan el 50%. Se puede inferir que es necesario producir más en otras instituciones y que también es importante abarcar otras áreas de conocimiento, sobre todo 1) Epistemología y teoría de la comunicación, así como 7) Métodos y técnicas de investigación en comunicación. Es por tanto, pertinente mantener una teoría cuyo eje sea Epistemología y teoría de la comunicación y la enseñanza de métodos y técnicas de investigación en el saber comunicativo de la comunicación social.

Por otra parte, aunque se podría objetar que la UNAM es una institución muy productiva (ver cuadro 3 y 4), su pro-

ducción está fuertemente concentrada en el campus de Ciudad Universitaria. La ENEP (Aragón y Acatlán) tienen una escasa o nula producción sobre éstos Temas. La descentralización en el terreno de la actividad científica es una necesidad impostergable. (39)

Con este capítulo termino de presentar la estructura y objetivo final de la tesis, la cual desde su inicio respondió a la necesidad de ir marcando la evolución de la comunicación humana históricamente hasta llegada la comunicación social institucionalizada. Este último apartado, aunque no fue desarrollado sobre ésta última perspectiva, si intentó darle un enfoque social a la investigación y producción de la comunicación en México, cuyo paradigma de análisis sobre "Bibliografía para Teoría de la Comunicación", justifica buena parte de la Teoría Social de la Comunicación, cuya metodología de análisis propuesta por Manuel Martín Serrano fue crucial para el desarrollo y terminación de la presente tesis.

## CITAS BIBLIOGRAFICAS DEL ULTIMO CAPITULO.

- (1) Roiz Celix Miguel y Antonio Muñoz Carrión., Revista Española de Investigaciones Sociológicas., No 33.,p.
- (2) Dávila de Vela Gloria., et,al., La evolución de la investigación de la Comunicación en América Latina.,p.1.
- (3) Corral Corral Manuel., La ciencia de la comunicación en México.,p.66.
- (4) Dávila de Vela Gloria, et, al., La evolución de la investigación de la comunicación en América Latina.,p.16.
- (5) Sánchez Ruiz Enrique., La investigación de la comunicación en México.,p.90.
- (6) Ob,cit.,p.90.
- (7) Ibidem.,p.91.
- (8) Ibidem.,p.91.
- (9) Ibidem.,p.91.
- (10) Ibidem,p. 91-92.
- (11) Ibidem.,p.92.
- (12) Ibidem.,p.92-93.
- (13) Ibidem.,p.93.
- (14) Ibidem.,p.93-94.
- (15) Sánchez Ruiz Enrique., La enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamerica, México y Jalisco.,p.22.
- (16) Corral Corral Manuel., La ciencia de la comunicación en México.,p.62.
- (17) Sánchez Ruiz Enrique., La Investigación de la comunicación en México.,p.86.
- (18) Ob,cit.,p.86.
- (19) Sánchez Ruiz Enrique., La enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamérica, México y Jalisco.,p.13.
- (20) Corral Corral Manuel., La ciencia de la comunicación en México.,p.71.

- (21) Corral Corral Manuel., La ciencia de la comunicación en México.,p. 71.
- (22) Ob,cit.,,p.71.
- (23) Ibidem,p.71.
- (24) Ibidem.,p.66.
- (25) Ibidem.,p.66.
- (26) Sánchez Ruiz Enrique., La investigación de la comunicación en México.,p.16.
- (27) Ob,cit.,,p.16.
- (28) Ibidem.,p.20.
- (29) Ibidem.,p.94.
- (30) Et,al., Comunicación social, poder y democracia en México, p.15.
- (31) Ob,cit.,,p.23.
- (32) Ibidem.,p.15.
- (33) Ibidem.,p.16.
- (34) Ibidem.,p.16.
- (35) Ibidem.,p.17.
- (36) Et,al., Tecnología y Comunicación.,p.5.
- (37) Roiz Celix y Antonio Muñoz Carrión., Bibliografía sobre Teoría de la Comunicación.,p.
- (38) CONEICC., Catálogo General.,p.
- (39) Serrano Partida Rafael, et,al., Análisis Científico.,p.15.

## CONCLUSIONES.

En el presente estudio sobre Fundamentos Epistemológicos, Científicos y Tecnológicos para la Interpretación del Fenómeno Comunicativo, en el cual se reunieron los principales saberes comunicativos, se pueden obtener conclusiones diversas.

Las siguientes conclusiones no pretenden ser una verdad última, pero al parecer resuelven muchas dudas sobre la problemática del tema desarrollado, según se ha dejado asentado a lo largo del capitulado.

En este sentido, se presentan los resultados progresiva y enumeradamente, de acuerdo a la estructura de la tesis que parte de lo general a lo particular. Entendido como particular al estudio de la Comunicación Social Institucionalizada.

1) La comunicación siempre ha existido durante la historia de los seres vivos y evolucionado de una especie animal a otra. De entre alguna de las especies superiores evolucionó la comunicación humana. Sin embargo, los comportamientos comunicativos de especies que antecedieron al hombre son distintas a la producida por él mismo. Los códigos comunicativos animales consisten en sonidos, olores, movimientos y coloridos. No obstante toda forma de comunicación es producida para significar expresiones.

2) Sólo algunas especies superiores son capaces de producir un trabajo expresivo para comunicar y no todas las especies inferiores: las condiciones que los facultan para el desarrollo de este tipo de función son: poseer conciencia de sí mismo, poseer voluntad e iniciativa propia para producir símbolos significados, y pensar, entre las más importantes.

3) La comunicación animal es un proceso natural o innato legado de generación a generación. Sin embargo, existen animales superiores que además de comunicarse naturalmente (sonidos, olores, movimientos, etc) son capaces de producir trabajos expresivos con significado. Una de esas especies superiores fue el hombre primitivo que motivado por múltiples factores comenzó a producir sonidos con significado en sustitución de las acciones. Por lo tanto, el hombre posee un lenguaje comunicativo natural al igual que los animales y otro producido por él mismo: la palabra hablada.

4) De entre el conjunto de las especies animales, sólo el hombre fue capaz de crear un lenguaje hablado o articulado, debido a que la naturaleza lo dotó de ciertos rasgos biológicos, morfológicos y fisiológicos. Sin embargo, para que pudiera especializarse para la función comunicativa, primero tuvo que esperar un momento óptimo durante el proceso evolutivo.

5) Uno de los factores fundamentales para que el hombre desarrollara su comunicación hablada fue la necesidad de expresar a otros sus emociones, sentimientos, conocimientos, experiencias e ideas. Sin embargo, existen muchas opiniones acerca del origen del lenguaje humano, una de ellas muy importante es el trabajo.

6) El hombre produce sus emociones, sentimientos, experiencias e ideas para después ser comunicadas a sus semejantes. Sin embargo, toda comunicación humana está producida para influir en los demás. De esta manera, la comunicación humana es realizada para socializar e integrar a la comunidad a través de procesos de influencia social.



7) Sólo el hombre es capaz de producir diversas formas de comunicación para amplificar su voz e incluir en otros. De entre esas modalidades ha creado la Comunicación Interpersonal y la Comunicación Social Institucionalizada. La primera se caracteriza por el intercambio de información cara a cara en contextos informales o formales y; la segunda porque un grupo de personas se institucionalizan para producir informaciones destinadas a la comunidad, para hacerla llegar producen amplificadores tecnológicos o herramientas donde difunden la información.

8) A pesar de que la Comunicación Interpersonal y la Comunicación social Institucionalizada siempre han existido durante la historia del hombre en sociedad, sus estudios sistemáticos solamente se inician como disciplina científica poco después de la primera década del siglo XX. Sus fundamentos para interpretar sus procesos se encontraron en teorías antiguas, como por ejemplo, en la Retórica Aristotélica. Sin embargo, existen muchas otras teorías que versan sobre el proceso de la comunicación.

9) La Comunicación Social Institucionalizada encontró sus antecedentes en la Comunicación Interpersonal formalizada. De acuerdo a este criterio, se sabe que la primera ha evolucionado históricamente desde la comunicación pública (Etatal y otras formas de comunicación afines) hasta la Comunicación de Masas.

10) Se estima que los primeros estudios sistemáticos en -- torno al proceso de la comunicación fueron iniciados como disciplina científica en los Estados Unidos de Norteamérica. Sus primeros estudios parten del análisis de la Comunicación Interper-

sonal, cuyos resultados fueron aplicados para la comprensión del proceso de la Comunicación de Masas. Las teorías utilizadas para el análisis de la comunicación interpersonal emanaron de otras antiguas de carácter psicológico, sociológico y cultural, que poco después sirvieron de base para el estudio de la Comunicación de Masas. Entre los científicos más importantes que iniciaron los estudios sobre el proceso de la comunicación se pueden mencionar a Lasswell, Hovland, Lewin y Lazarsfeld. A partir de éstos primeros estudios, comenzaron a crearse nuevos modelos para la interpretación del proceso de la comunicación masiva. Por lo tanto, se puede asegurar que los primeros estudios sobre Comunicación Social Institucionalizada se originaron en Estados Unidos de Norteamérica.

11) Diversos factores de carácter económico, político, ideológico, científicos, culturales, militares y tecnológicos ocurridos en Estados Unidos entre las dos guerra mundiales, fueron fundamentales para que en ese país se iniciara la investigación de la comunicación de masas. La radio, fue un elemento crucial que motivo su inicio, aunado a los estudios de la propaganda política y el sistema de producción comercial, donde el primero representó un herramienta inseparable de los dos procesos restantes.

12) Desde sus inicios la investigación de la comunicación se institucionalizó para el análisis y perfeccionamiento de los sistemas de comunicación institucionalizados, cuyos productos científicos proliferaron en torno a este tipo de comunicación, que más tarde sirvieron para producir las primeras

teorías para el desarrollo de las comunicaciones internacionales en torno a la comunicación institucionalizada imperialista. El perfeccionamiento de los sistemas de comunicación en base a sus teorías fueron orientados hacia la producción, distribución y difusión de las ideas dominantes de ese país, para justificar a toda una red institucionalizada de información a nivel mundial.

13) La producción teórica sobre el estudio de la comunicación en sus diversas modalidades y en concreto de la comunicación de masas, dió origen a la primera corriente metodológica para el análisis de la comunicación: el Funcionalismo, cuyas bases, poco después sirvieron de regla general a toda la investigación de la comunicación a nivel mundial. Estados Unidos con su método científico influyó en las investigaciones europeas, países socialistas y latinoamericanas. La producción teórico-metodológica también significó una forma de poder imperialista.

14) A partir de la producción teórico-metodológica emanada de los Estados Unidos, poco a poco comenzaron a surgir nuevas teorías, con perspectivas de análisis particulares en otros países, en torno al estudio de la Comunicación de Masas, distinto al enfoque funcionalista. Desde entonces corrientes de análisis como el Estructuralismo y Marxismo, representan la vertiente crítica de este tipo de investigación.

15) Casi todos los países, poco después de la segunda Guerra Mundial, han contribuido con algún tipo de conocimiento en torno al estudio de la Comunicación de Masas para integrar una Teoría en función de este tipo de comunicación. Sin embargo, esa

producción no había sido sistematizada para especificar al saber comunicativo de la Comunicación de Masas. Es tan sólo durante las últimas décadas, cuando comienzan a formularse algunos estudios sistemáticos en torno a la epistemología de la comunicación social, cuyos trabajos consisten en historias, condensación de datos, elementos para la reflexión, etc, para conformar a un paradigma. Sin embargo, poco después de la década de los 70, comienza a surgir en España, una Escuela que se autodenomina Teoría Social de la Comunicación, cuyo método ofrece un paradigma especial para el análisis de la Comunicación Social Institucionalizada, cuyo máximo exponente ha sido Manuel Martín Serrano.

16) La Teoría Social de la Comunicación se caracteriza por dotar de especificidad al estudio de la comunicación social entre el conjunto de las Ciencias de la Comunicación, cuyo paradigma la Producción Social de la Comunicación está destinado para el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada a través de curso histórico.

17) La Teoría Social de la Comunicación es un paradigma especificado y sistematizado en categorías de análisis para el estudio de la Comunicación Social Institucionalizada, pero no fundamentado. La Fundamentación de sus categorías las encuentra entre el conjunto de las Ciencias de la Comunicación, que han atendido a la comunicación social.

18) La Comunicación Social Institucionalizada se caracteriza por ser una institución compleja a la que se le asigma recursos materiales y humanos para la producción, distribución y difusión de los productos comunicativos destinados a la comunidad.

Sin embargo, esta modalidad de comunicación puede operar -- con o sin recursos tecnológicos (medios de comunicación, satélites, computadores, etc) y capaz de funcionar con el mero recurso de la palabra hablada. No obstante, en la actualidad esta forma de comunicación ha evolucionado integrando a su sistema a los recursos tecnológicos, su modalidad más acabada lo constituye la Comunicación de Masas.

La Comunicación Social Institucionalizada siempre se ha - caracterizado por ser indirecta, unilateral y pública. Posee - una División Social del Trabajo hacia su interior compuesta por profesionales destinados a producir los productos comunicativos destinados a la colectividad, públicos, audiencias y auditorios. Por lo tanto, este tipo de comunicación es un sistema comunicativo compuesto de una Estructura, Infraestructura y Superestructura.

19) La Comunicación de Masas es una forma de Comunicación - Social Institucionalizada poseedora de las características anteriores, cuyo funcionamiento obedece a la lógica de producción capitalista y, cuyos productos comunicativos son producidos para justificar a ese sistema mercantil. Por lo tanto, los estudios realizados sobre comunicación de masas obedecen a una operatividad instrumental y no científica. Sin embargo, gran parte de esta producción teórica sirve para fundamentar al paradigma de la Producción Social de la Comunicación.

20) La Teoría Social de la Comunicación solamente ha resuelto la Teoría de la Comunicación Institucionalizada científica- y epistemológicamente, pero no resuelve a la Teoría General de la Comunicación.

21) En base al estudio realizado en la presente tesis llegamos a la conclusión que para resolver problemas de carácter epistemológico en torno a la Teoría General de la Comunicación se precisa clasificarla cuando menos en las siguientes teorías:

1) Teoría General de la Comunicación, la cual comprende: a) La Comunicación Animal. b) Comunicación Humana. c) Comunicación Interpersonal. d) Comunicación Social.

2) Teoría de la Comunicación Humana, la cual estima: a) Teoría de la Comunicación Interpersonal. b) Teoría de la Comunicación Social.

3) Teoría Social de la Comunicación, la cual abarca: a) Teoría de la Comunicación de Masas. b) Teoría de la Comunicación Pública. c) Teoría de la Comunicación Social Institucionalizada. d) Teoría de la Comunicación Institucionalizada de cualquier otra naturaleza distintas a las anteriores

22) A las diversas ramas del saber comunicativo general habría que sumarle una más: 4) Teoría Sobre Epistemología de la Comunicación, la cual abarca a la sistematización de las teorías, métodos, paradigmas, disciplinas, perspectivas teóricas y objetos de estudio en torno al saber del Fenómeno Comunicativo. Esta teoría significa dejar un espacio abierto a la producción teórica del estudio de la comunicación, debido a que constantemente surgen nuevos hallazgos científicos-epistemológicos.

23) La sistematización sobre Teoría de la Epistemología de la Comunicación apenas comienza a interpretarse durante las últimas décadas del siglo XX.

24) Es necesario se sistematice la Investigación de la Comunicación en México para que sea integrada a la Teoría General de

de la Comunicación, por lo tanto, se concluye que esa sistematización se oriente hacia una perspectiva sociológica, de tal manera que en futuro se incorpore al análisis paradigmático de la Teoría Social de la Comunicación.

24) La sistematización de la investigación de la Comunicación en México solamente será posible si se realiza en función de un paradigma que analice a la producción de la comunicación, sea desde una perspectiva general o social, para que a partir de aquí se especifiquen línea de investigación que sean operativas a la realidad mexicana y a la academia.

25) Se concluye que en base al paradigma "Bibliografía sobre Teoría de la Comunicación", propuesto por Roiz Celix y Antonio Muñoz Carrión, se puede sistematizar a la producción de la comunicación en México desde una perspectiva sociológica, cuyos resultados pueden ser de utilidad para la orientación de la investigación y enseñanza de la comunicación social en nuestro país.

26) El análisis de la producción en México en Base al paradigma anterior reporta que se precisa producir conocimientos comunicativos en las siguientes áreas de investigación: 1) Epistemología y teoría de la Comunicación. 2) Métodos y Técnicas de investigación en comunicación, cuya producción puede dotar de especificidad científica al estudio e investigación de la comunicación social en nuestro país.

## BIBLIOGRAFIA GENERAL.

- 1) Arredondo Ramirez Pablo, et, al., Comunicación Social, Poder y Democracia en México., 2a ed., Méx, Guad Jal., Ed CEIC-U de G., 1978., 214 pp.
- 2) Alva de la Selva Alma Rosa., Radio e Ideología., México 1982, Ed el Caballito., (Colección Fragua Mexicana, No 49) 137, pp.
- 3) Aceves José Ignacio, et, al., Antología en Comunicación., Méx., 1989., Ed ENEP-Acatlán., 204 pp.
- 4) Akmalian Adrian., Lingüística: una introducción al lenguaje y a la Comunicación., México 19 .., Ed Alianza Universidad., 299 pp.
- 5) Berlo K David., El Proceso de la Comunicación: introducción a la teoría y la práctica., 4a ed., México 1981., Ed Ateneo., 239 pp.
- 6) Benassini Claudia., Teoría de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa., México, 1980., Ed EDICOM-U Iberoamericana., (Serie Iberoamericana de Comunicación)., 169 pp.
- 7) Barnet S.A., La Conducta de los Animales y del Hombre., Madrid España., 1972., Ed Alianza .., 291 pgs.
- 8) Backman Secord., Psicología Social., México 1981., Ed McGraw Hill., 619 pp.
- 9) Burgelin Oliver., La Comunicación de Masas., España, 1974., Ed, A.T.E., 229 pp.



- 10) Castañeda Yañez Margarita., Los Medios de la Comunicación y la Tecnología Educativa., México 1980., Ed Trillas., 185 pp.
- 11) Corral Corral Manuel., La Ciencia de la Comunicación en México: origen, desarrollo y situación actual., México, 1986, Ed Trillas, 122 pp.
- 12) Coseriu Eugenio., Introducción a la Lingüística.,
- 13) Dávila de Vela Gloria., et, al., La Evolución de la Investigación de la Comunicación en América Latina., Caracas Venezuela, 1987., Ed CIESPAL-UNESCO., 102 pp.
- 14) De Fleur M.L., Teorías de la Comunicación Masiva., 4a ed., Buenos Aires Argentina, 1979., Ed Paidos., (Biblioteca Mundo Moderno, No 57)., 251 pp.
- 15) Esteinou Javier, et, al., "Investigación en Comunicación: los temas, los problemas y las perspectivas"., en Revista Mexicana de Comunicación , No 1., 1989., 40-49, pp.
- 16) Esteinou Javier., "La Nueva Revolución Industrial y sus Repercusiones Culturales"., en Revista Ciencia y Desarrollo, No 70., Ed CONACYT, 1986., 59-69, pp.
- 17) Et, al., Tecnología y Comunicación., México, 1986., Ed UAM-X- CONEICC., 84, pp.
- 18) Et, al., Introducción a la Epistemología., México, 1981., Ed ENEP-Acatlán-UNAM., (Selección de Lecturas), 345 pp.

- 19) Fuentes Navarro Raúl., "Alternativas al Estudio Científico de la Comunicación"., en Revista CONNOTACIONES-AMIC, No 4., México, 1982., 76-85 pp.
- 20) Fuentes Navarro Raúl., "La Investigación Mexicana en Comunicación: sistematización documental 1956-1985.", Ponencia presentada en IV Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación., México, Guad-Jal., 1987., 9 p.
- 21) Fuentes Navarro Raúl., "La Investigación de la Comunicación en el ITESO"., Ponencia presentada en II Reunión de Investigadores de la Comunicación., México, 1982., 11 pp.
- 22) Fuentes Navarro Raúl., "Entre las Intenciones y las Condiciones: la difícil formación de una comunidad científica"., AMIC, 1978-1989., México, Guad-Jal., S/d, 1989., 14 pp.
- 23) Fernández C Fátima, et, al., Los Medios de Difusión Masiva en México., México, 198 ., Ed Juan Pablos., 260 pp.
- 24) G Smith Alfred., Comunicación y Cultura., (Semántica y pragmática), Tomo III., Buenos Aires., 1971., Ed Nueva Visión., 350 pp.
- 25) Gimenez Gilberto., Poder, Estado y Discurso., México, 1989, Ed UNAM., 179 pp.
- 26) Girón Hurtado Elvia., "La Comunicación Matemática, auxiliar de las Ciencias Sociales"., en Revista Información Científica y Tecnológica, No , México, 1987., 19-21, pp.

- 27) Goded Jaime, et,al., Los Medios de la Comunicación Colectiva., México,1976., Ed FCPS-UNAM, (Serie Lecturas No 1).., 291 pp.
- 28) Gutierrez Pérez F., El Lenguaje Total, 4a ed., Nuenos Aires Argentina,1976., Ed HVMANITAS., 190 pp.
- 29) Gutierrez Pérez F., Pedagogía de la Comunicación, 2a ed., Buenos Aires Argentina., Ed HVMANITAS, 1975., 65 pp.
- 30) Harnecker Marta., Los conceptos elementales del materialismo Histórico., 26 ed., México,1974., Ed Siglo XXI., 336 pp.
- 31) Hybels Sandra., La Comunicación., 5a ed., México-España., 1982., Ed Logos Consorcio., 296 pp.
- 32) Lamarck .., Filosofía Zoológica., Ed Mateu., pp.
- 33) López Aylón Sergio., El Derecho a la Información., México 1984, Ed Porrúa-UNAM., (Serie G: Estudios Doctrinales, No 85).., 255 pp.
- 34) Maletzke Gerhard., Psicología de la Comunicación Social., 4a ed., México,1976., Ed Colección INTIYAN-CIESPAL., 349 pp.
- 35) Martín Serrano Manuel., Teoría de la Comunicación:epistemología y análisis de la referencia., Madrid 1982., Ed REIS., 227 pp.
- 36) Martín Serrano Manuel., La Producción Social de la Comunicación., Nadríd España., 1986., Ed Alianza., 501 pp.

- 37) Martín Serrano Manuel., La Mediación Social, 2a ed., Madrid España, 1987., Ed AKAL, (Colección Manifiesto de Comunicación) 181 pp.
- 38) MacQuail Denis., Sociología de los medios masivos de comunicación, 3a ed., Argentina, 1979., Ed Paidós, (Biblioteca de Psicología Social y Sociología, No 52)., 165 pp.
- 39) Martínez Uriegas Eugenio., "Las misteriosas relaciones entre expresión, conocimiento e intelecto", en Revista Información Científica y Tecnológica No 126., México, 1987., 26-28 pp.
- 40) Marx y Engels., Obras Escogidas., Tomo III., México 198 Ed Progreso., pp.
- 41) Maestría en Comunicación ITESO., Plan de Estudios., Guadalajara Jalisco, Méx, 1986., 11pp.
- 42) Maestría en Comunicación FCPS-UNAM., Plan de Estudios., México D.F, 1980 pp.
- 43) Maestría en Comunicación y Desarrollo U Iberoamericana., Plan de Estudios., México 1982., 10 pp.
- 44) Moragas Spa Miguel., Sociología de la Comunicación de Masas, 2a ed., Barcelona España., Ed G Gili, 1982., 614 pgs.
- 45) Moragas Spa Miguel., Teorías de la Comunicación: investigación sobre medios en América y Europa., Barcelona España, 1981., Ed G Gili., 362 pp.
- 46) Mattelart Armand., Comunicación Masiva y Revolución Socialista, 4a ed., México 1980, Ed Diógenes 335 pp.

- 47) Mattelart Armand., La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, 8a ed., México 1981., Ed Siglo XXI, 263 pp.
- 48) McEntee de Madero Eileen., Comunicación Oral, 2a ed., México 1989., Ed Alhambra., 292 pp.
- 49) Menendez Antonio., Comunicación Social y Desarrollo., México 1977., Ed FCPS-UNAM., 269 pp.
- 50) Murdock Graham., Organizar lo imaginario: control u autonomía de la Comunicación Masiva., México, 1988., Ed Red de Jonas., 206 pp.
- 51) Paoli J Antonio., Comunicación e Información: perspectivas teóricas., México 1983., Ed Trillas., 137 pp.
- 52) Paoli Bolio Francisco., Las Ciencias Sociales., México 1985., Ed Trillas, (Serie Temas Básicos No 10)., 110 pp.
- 53) Pascuali Antonio., Comunicación y Cultura de Masas., 4a ed., Venezuela Caracas 1986., Ed Monte Avila Editores., 605 pp.
- 54) Pardinás Felipe., Manual de Comunicación Social., (Colección Comunicación)., México 1978., Ed Edicol., 351 pp.
- 55) Peredo Roberto., Introducción al Estudio de la Comunicación. Teoría de la Comunicación I., México 1986., (Serie Iberoamericana de Comunicación)., Ed EDICOM-U Iberoamericana., 203 pp.
- 56) Pierre Albert, et, al., Historia de la Radio y la Televisión., Francia-México 1981., (Breviarios) Ed FCE., 174 pp.

- 57) Portelli Hugues., Gramsci y el Bloque Histórico., México 1972,  
Ed Siglo XXI., 162 pp.
- 58) Reed H Blake, et, al., Una Taxonomía de los Conceptos de la Co  
municación., México 1980., Ed Nuevomar., 167 pp.
- 59) Roca Pons J., El Lenguaje.,
- 60) R Wright Charles., Comunicación de Masas.,
- 61) Sánchez Ruiz Enrique, et, al., La Investigación de la Comunica  
ción en México: logros, retos y perspectivas., México, Guad-  
Jal 1989., Ed EDICOM-U de Guadalajara., 261 pp.
- 62) Sánchez Ruiz Enrique., La Enseñanza y la Investigación de la  
Comunicación en Latinoamérica, México y Jalisco., México 1986,  
(Cuadernos de Difusión Científica No 5) Ed CEIC-U de G., 49 pp.
- 63) Schmucler Héctor., "La investigación sobre Comunicación Masiva"  
en Revista Comunicación y Cultura No 4., Buenos Aires Argentina,  
1975., Ed Galerna., 3-14 pp.
- 64) Sanders Romero Alejandro M., Amor y Comunicación., México 1979,  
Ed Avante., 126 pp.
- 65) Schmid Heribert., Cómo se comunican los animales., Barcelona  
España 1986., (Biblioteca Científica Salvat) Ed Salvat., 199 pp.
- 66) Schramm Wilbur., La Ciencia de la Comunicación Humana., 5a ed.,  
México 1975., Ed Roble., 159 pp.

- 67) Silverstein Albert, et, al., Comunicación Humana: exposiciones teóricas., México 1975., Ed Trillas., 277 pp.
- 68) Smallwood William., Biología., 5a ed., México 1974., Ed PECSA, 369 pp.
- 69) Solis Leere Beatriz., "Notas sobre la Enseñanza de la Comunicación", en Revista Connotaciones No 4., México 1982., 53-61 pp.
- 70) Solis Leere Beatriz., "Estado actual y tendencias de la Enseñanza de la Comunicación Social en México"., Ponencia, Monterrey Nuevo León, 1982., CONEICC., 20 pp.
- 71) Solis Leere Beatriz., "La Comunicación Social en México"., México 1975., U Xochimilco., 83 pp.
- 72) Swadersh Mauricio., El Lenguaje y la vida Humana.,
- 73) Trejo Delarbre Raúl., "La Investigación Mexicana sobre Medios de Comunicación: modas, mitos y propuestas"., Ponencia V Reunión de AMIC 1987., Guadalajara Jal, México., 25 pp.
- 74) Varios Autores., El Mundo de la Naturaleza., 2a ed., España 1976., Ed Grijalbo (Tomo I y II) 404 pp.
- 75) Varios Autores., Hombre y Animal.,
- 76) Wolf Mauro., La investigación de la Comunicación de Masas., Barcelona España 1987., (Colección dirigida por Umberto Eco) Ed Paidós., 318 pp.