



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

COMUNICOLOGIA:

LA CIENCIA DE LA COMUNICACION.

AFINES Y PRINCIPIOS, CONCEPTOS Y DISCIPLINAS

T E S I S

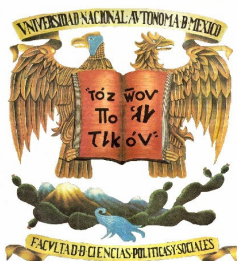
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
(ESPECIALIDAD EN PUBLICIDAD)

P R E S E N T A :

ANGEL GIOVANNI CRUZ VELAZQUEZ

ASESORA DE TESIS:
LIC. ADELA MABARAK CELIS



CIUDAD UNIVERSITARIA, MEXICO, D.F.

2008

DEDICATORIA ESPECIAL Y CON TODO MI AMOR A:

**SIEMPRE A DIOS , A MI MAMÁ YOLANDA VELÁZQUEZ,
A MI PAPÁ CARLOS BETANCOURT Y A MI HERMANITA KARLA CRUZ QUE DURANTE TODA MI VIDA
ME DAN SU APOYO INCONDICIONAL.**

**TAMBIÉN A MIS SERES QUERIDOS: MI ABUELITA ANGELITA,
MI ABUELITA PAULITA Y MI PRIMA KARINA GUTIÉRREZ.**

Y A UNA PRINCESITA MUY HERMOSA QUE FUE UNA PERSONA

CLAVE PARA TERMINAR ESTE LIBRO: CLAUDIA MARTELL. DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS A:

**A MI PROFESORA ADELA MABARAK QUE TANTO QUIERO,
POR SU EXELENTE ORIENTACIÓN E INSTRUCCIÓN.**

**Y AUNQUE NO LA COMPRENDO DEL TODO,
ENTIENDO LA IDEA DEL PORQUÉ ENSEÑA DE ESTA FORMA.**

**A QUIEN INSPIRÓ LA IDEA DE UNA COMUNICOLOGÍA POSIBLE Y LA REALIZACIÓN DE ESTE TRABAJO, LA MAESTRA
EUGENIA SORIA.**

**ADEMÁS, A MIS SINODALES POR SU APOYO Y BUENOS CONSEJOS
PARA MEJORAR ESTA OBRA ESCRITA: EFRAÍN P. ESPINO,
ENRIQUE G. CASANOVA, JORGE LUMBRERAS Y MARILÚ GARAY.**

**A MI MAESTRO HEINZ DIETERICH, JUNTO CON MIS GRANDES APOYOS
Y HERMANOS: DULCE DELGADO, ELSA CARREÓN E ISRAEL PÉREZ.**

**TAMBIÉN A MIS AMIGOS QUE CONSIDERO MIS HERMANOS: ROCÍO, ENRIQUE ESMERALDA, PACO, MARIBEL,
MANOLO, CRISTIAN Y ERICK;**

**POR SUS COMENTARIOS QUE ME HAN SIDO DE MUCHA UTILIDAD
PARA LA REALIZACIÓN DE ESTE DOCUMENTO Y EN MI VIDA.**

Y A TÍ, ESTIMADO LECTOR QUE ME REGALAS TU TIEMPO Y ATENCIÓN

| | |
|---|-----------|
| ÍNDICE | |
| CARÁTULA UNAM | 2 |
| PORTADA | 4 |
| DEDICATORIA | 5 |
| ÍNDICE | 6 |
| INTRODUCCIÓN | 10 |
| CAPÍTULO I | |
| LA CIENCIA Y EL SER HUMANO | 20 |
| 1. 1 REALIDAD Y CONOCIMIENTO | 20 |
| 1.1.1 Comunicación y conocimiento | 27 |
| 1.1.2 El saber de la Episteme y la Doxa | 28 |
| 1.2 CIENCIA | 29 |
| 1.2.1 Del pensamiento y la ciencia, de las leyes y las teorías | 38 |
| 1.2.1.1 Modelos | 41 |
| 1.2.1.2 Reglas | 47 |
| 1.2.1.3 Causalidad: relación causal | 50 |
| 1.2.2 Categorización de la ciencia: ciencias fácticas y ciencias formales | 53 |
| 1.2.2.1 Características de las ciencias formales | 53 |
| 1.2.2.2 Características de las ciencias fácticas | 58 |
| 1.2.2.3 Divergencia y relación entre las ciencias formales y las ciencias fácticas | 60 |
| 1.2.3 Lógica y ciencia: la lógica para la formación de las ciencias | 62 |
| 1.3 LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS HUMANIDADES | 66 |
| 1.3.1 Las Ciencias de las Humanidades | 67 |
| 1.3.2 Las Ciencias Sociales | 69 |
| 1.3.2.1 El científico social y la investigación social | 75 |
| 1.3.2.2 Ensayo sobre la promesa de la “ <i>Imaginación</i> ” en las Ciencias Sociales y en la Comunicación con rumbo a la Comunicología | 81 |
| | |
| CAPITULO II | |
| LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN | 92 |
| 2.1 LA COMUNICACIÓN | 92 |
| 2.1.1 Características de la comunicación | 100 |
| 2.1.2 Funciones de la comunicación | 101 |
| 2.1.3 Marco referencial de la comunicación | 103 |
| 2.1.4 Elementos de la comunicación | 105 |
| 2.1.5 Clasificación de la comunicación o niveles de la comunicación | 124 |
| 2.2. LA SOCIEDAD MEDIATIZADA Y EL SISTEMA DE LAS COMUNICACIONES | 146 |
| 2.2.1 Desarrollo de la comunicación, el hombre y sus medios de comunicación | 146 |
| 2.2.2 Medios de comunicación y ‘ <i>mass media</i> ’ | 148 |
| 2.2.3 Definición de los medios de comunicación | 150 |
| 2.2.4 El papel socio-histórico de los ‘ <i>mass media</i> ’ | 154 |
| 2.2.5 Los diferentes ‘ <i>mass media</i> ’ | 155 |
| 2.2.5.1 La imprenta y el papel | 156 |
| 2.2.5.2 Los periódicos: prensa y periodismo | 157 |
| 2.2.5.3 La radio | 160 |
| 2.2.5.4 El cine | 162 |
| 2.2.5.5 La televisión | 166 |
| 2.2.5.6 Telefonía: De su base el telégrafo a la telefonía móvil | 169 |
| 2.2.5.7 Internet y los servicios que ofrece este medio globalizador | 178 |

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO III | |
| COMUNICOLÓGIA Y ESTUDIO DE CASO | 187 |
| 3.1 HACIA UNA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN | 187 |
| 3.1.1 Naturaleza de la Comunicología: Ciencia y comunicación | 191 |
| 3.1.2 Características y funciones de la Comunicología | 198 |
| 3.1.3 Taxonomía Científica de la Comunicología | 204 |
| 3.1.3.1 Disciplina Comunicativa | 207 |
| 3.1.3.2 Disciplina Histórica Comunicacional | 208 |
| 3.1.3.3 Disciplina Mediática | 209 |
| 3.1.3.4 Disciplina Organizacional | 211 |
| 3.1.3.5 Metaciencia y Paraciencia Comunicacional | 216 |
| 3.1.4 Del Comunicador y el Comunicólogo: El Comunicadólogo | 217 |
| 3.2 ESTUDIO DE CASO: ANÁLISIS DE IDENTIFICACIÓN Y CONTENIDO DE LA PELÍCULA “ <i>EL NÁUFRAGO</i> ” | 223 |
| 3.2.1 Resumen Cinematográfico | 224 |
| 3.2.2 Ficha Técnica | 225 |
| 3.2.3 Análisis Científico de: “ <i>El Náufrago</i> ” | 226 |
| 3.2.3.1 Elementos de la comunicación y comunicación interpersonal | 226 |
| 3.2.3.2 Comunicación interpersonal (de individuo a individuo) y sus efectos producidos por la comunicación de las emociones | 233 |
| 3.2.3.3 Comunicación interpersonal (de individuo a grupo) en concordancia con la organizacional | 235 |
| 3.2.3.4 Comunicación intrapersonal | 239 |
| 3.2.3.5 El ‘ <i>mix</i> ’ entre la comunicación intermedia e interpersonal a través de los ‘ <i>mass media</i> ’ | 245 |
| 3.2.3.6 Composición de varios fenómenos de comunicación en una misma situación: organizacional, intermedia y publicidad | 250 |
| 3.2.3.7 Medios de comunicación de masas: Televisión | 253 |
| 3.2.3.8 Medios de comunicación de masas: Internet | 255 |
| 3.2.3.9 Medios de comunicación de masas: IRC en el Internet | 257 |
| 3.2.3.10 La influencia de las organizaciones a través del uso de los medios de comunicación de masas | 261 |
| 3.2.3.11 Comunicación no verbal | 264 |
| 3.2.4 Análisis Técnico de: “ <i>El Náufrago</i> ” | 269 |
| CONCLUSIONES | 272 |
| ANEXO 1 | 284 |
| ANEXO 2 | 286 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN | 288 |
| 1. Bibliografía | 288 |
| 2. Cibergrafía | 299 |
| 3. Filmografía | 300 |
| 4. Especialistas | 300 |



INTRODUCCIÓN

“LA CAPACIDAD DE PENSAR, rasgo distintivo del ser humano crea y cruza el prodigioso mundo de las ideas. Allí el hombre y la comunidad operan los elementos de la vida: realidad, historia, tiempo, sueño, espacio... La relación humana genera el futuro. Y la palabra comunica”
-Horacio Guajardo.¹

“¿Qué es una tesis?... Es una propuesta... Es mi libertad de pensamiento a través de una investigación sustentada”.
-Adela Mabarak.²

La realidad es infinita, un complejo que el hombre percibe a través de su pensamiento y entiende por medio de la razón. Su verdad congénita es procurar entender y saber al mundo. La existencia que lo emancipa y suprime es sólo el espacio y tiempo en el que radica, aunque el auténtico motor que lo lleva a ejercer cualquier acción física, mental, social u otra, es en principio, la comunicación.

Cualquier proceso biológico o sensorial, mecanismo fisiológico, malestar patológico; cualquier relación con otro ser humano, interacción con la naturaleza, definición de su crecimiento vital, inconformidad con otro ser; cualquier ideación, proceso educativo, formación profesional, aprendizaje, desarrollo de una investigación, percepción y concepción de la realidad, semiótica o semiología, innovación tecnológica, acercamiento y alcance, negociación, etcétera... es producto de la comunicación e involucra a la misma.

La comunicación está inmersa en toda realidad. Desde antes de nacer nos ponemos en contacto con algo o alguien más y todo el tiempo nos estamos comunicando mediante procedimientos químicos y biológicos con la madre que nos concibe durante la gestación. El universo y los sistemas solares en sí, también se encuentran en constante comunicación a través de sus fenómenos físicos. Y hasta los mismos fenómenos implican a la comunicación.

Pero, ¿que es la comunicación? Esta es un término demasiado complejo de explicar si se aborda la cabalidad de la realidad o el universo. Empero, evocándonos en una demarcación propia de la comunicación humana y con el enfoque correspondiente a las ciencias sociales, su teorización puede presentarse menos dificultosa y más desenredada. Es por eso que se opta por esta última delimitación para el presente estudio, concretando a la comunicación:

“Es la transferencia de mensajes entre un emisor y un receptor que, a su vez, puede funcionar como emisor. También puede ocurrir la emisión de información sin recurrir para ello al lenguaje hablado; a esto se le llama comunicación no verbal”³.

¹ GUAJARDO, Horacio. *Teoría de la Comunicación Social*. México: Editorial del Valle de México. P. 11.

² MABARAK, Celis Adela. En Asignatura: *Seminario de Titulación I*. Facultad de Ciencia Políticas y Sociales, UNAM. Primera mención: 19 de abril del 2006.

³ *Diccionario de Antropología*. España: Ediciones Bellaterra, S.A.; 1980. P. 40.



La comunicación asimismo, puede tener lugar por correo, telégrafo, teléfono, prensa, radio, televisión, revistas... Los efectos de éstos en la actual sociedad de masas, han hecho que se les clasifique como medios de comunicación de masas (en inglés *'mass media'*). Sus problemas son estudiados por varias disciplinas científicas, como la psicología que analiza la cantidad y calidad de la difusión de ciertos contenidos, la eficacia de cada medio (cine, radio, prensa, televisión, etc.), su penetración en un determinado contexto socio-cultural, su adopción favorable, alcance, etc.⁴

La comunicación es un fenómeno en movimiento que puede ser benéfico y aplicable, cuyo *"interés es técnico"*⁵ debido a la funcionalidad que puede detonar en algunos casos y utilidad que tiene para reparar situaciones adversas. De hecho, gracias al progreso humano se ha convertido en una moderna herramienta de apoyo para la resolución de problemas y la creatividad de ideas; y el éxito de sus aplicaciones se ve medido a través de la observación controlada, con las operaciones que se van ejecutando en los casos o experimentos en los que se emplea ésta⁶; tal como es el ejemplo empresarial conocido como: La Comunicación en Casos de Crisis (CCC, o CSC: Comunicación en Situaciones de Crisis).

Ésta se puede aplicar estratégicamente a través de sus diferentes tipos: *"intrapersonal, interpersonal, grupal y cultural"*⁷; ello a fin de solucionar inconvenientes dentro de los sistemas sociales, mejorar los sistemas comerciales, producir nuevos medios tecnológicos de comunicación, imaginar e innovarlos, generar eficientes programas ciudadanos en las comunidades, etcétera.

En sí, dicho fenómeno está presente de manera general en la realidad, naturaleza, existencia del hombre y en su actividad humana cotidiana. Y es por dicha razón que la comunicación, además, puede verse implicada en *"la experiencia científica empírico-analítica; por que a fin de cuenta, esta experiencia científica no es más que una extensión de la experiencia cotidiana común"*⁸.

Así pues es que la Comunicología que aquí se propone a título particular, por su carácter técnico-funcional, debe ser estudiada con la visión propia de las ciencias empírico-analíticas; esto es, con base en *"una organización previa, surgida de la experiencia dentro del círculo funcional de la acción instrumental"*⁹.

Ello con el objetivo de que sirva mejor para remediar inconvenientes y para obtener una comprobación lo más exactamente posible de sus hipótesis y teorías, ya que se sabe que: *"En las ciencias empírico-analíticas... se fijan reglas tanto para la construcción de teorías como para su comprobación"*¹⁰; parafraseando a Mardones.

⁴ Basado en: ONTZA, Juan (Equipo de redacción PAL, bajo su dirección). *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*. Tomo: *"Historia de las ideas"* y *"La política"*. Bilbao: Asuri de Ediciones, S.A.; 1981. P. 104. Y en: TELLEZ M., Inés. *Diccionario Enciclopédico Rezza*. Colombia: Editorial Norma, S.A.; 1998. P. 344.

⁵ MARDONES, J.M.; y Ursua N. *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. México: Ediciones Coyoacán, S.A. de C. V.; 2003. P. 230.

⁶ Sobre este respecto, Mardones comenta lo siguiente: *"En la observación controlada, que frecuentemente asume la forma de experimento, engendramos condiciones iniciales y medimos el éxito de las operaciones allí realizadas"* (*Ibidem*).

⁷ DE LA MORA Medina, José de la [et. al.]. *Antología de comunicación*. México: UNAM. 1979. P. 240.

⁸ POPPER, Karl R. *Conjeturas y Refutaciones*. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1972. P. 229.

⁹ *Op. Cit.* MARDONES, J.M., 2003 P. 230

¹⁰ *Ibidem*.



En otro respecto, relacionado con el nivel intelectual o de investigación, cabe agregar que la comunicación también se puede teorizar como cualquier otro fenómeno social. Aunque “*debido a que la comunicación es fundamental para todas las acciones del hombre... genera problemas en su delimitación*”¹¹.

A pesar de ello y la juventud de su estudio: “*la comunicación es un fenómeno complejo que se da en la sociedad y que es susceptible de ser estudiado por una rama científica*”¹².

Ahora bien, en su científicidad y al igual que la biología, arquitectura, psicología u otras semejantes, por la extensión que involucra, la ciencia que trate a la comunicación debe contener diferentes tipos estudios dependiendo las especificidades que trate.

La comunicación, en este sentido, ha representado un problema para la comunidad científica que los hombres de ciencia no han podido dar solución. Es muy prudente considerar que esto se debe a que éstos mismos no se han detenido a estudiar qué es la ciencia, la forma en que se tiene que ramificar, el cómo se compone y de qué consta para fundarla como tal; llevando a cabo su acertada sistematización y la adecuación de campos de estudio apropiados para la misma.

Y estos son cuestionamientos que conducen a la consideración de que, al conocimiento de la comunicación, se le debe otorgar el valor y lugar dentro de la ciencia, como una ciencia empírico-analítica independiente: la Ciencia de la Comunicación. **Una Comunicología con “valor instrumental”**¹³ que esté estructurada a partir de varias sub-disciplinas propias (tal cual lo hacen otra ciencias como la Medicina o la Física), y con sólo el apoyo de otras ciencias para su progreso constantes, y es que “*el desarrollo continuo es esencial para el carácter racional y empírico del conocimiento científico al grado que, si la ciencia cesa de desarrollarse, pierde su carácter*”¹⁴.

Después de todo, la sociología que trata a las relaciones humanas con base en las estructuras y funciones de la sociedad, le integra a sus estudios cuestiones de otras disciplinas como: la ola dialéctica (surgida de la filosofía socrática), la emancipación del conocimiento (emergida directamente de la pedagogía y parafraseada de manera muy respetable por el docente Pablo Freire), la mayéutica (también de la filosofía socrática), la descripción objetiva (soportada por las áreas históricas, de las bellas artes y el diseño, entre otras), el análisis y el muestreo (enraizados a partir de las ciencias o estudios que se comenzaron a preocuparse por hacer válido un conocimiento a modo de constatación; tales como las Ciencias Biológicas y de la Salud –Genética, Química, Biología y Medicina por ejemplo-), la interpretación (dentro del campo de las ciencias fácticas, emergida directamente de la Filosofía y las Metaciencias), el razonamiento (producto fundamentalmente lógico), de las la solución (avalada por la aportación fundamentada y argumentada ante un problema con una posible propuesta de solución o re-solución que puede aplicarse), entre otras¹⁵.

¹¹ GALLARDO, Alejandro. *Curso de teorías de la Comunicación*. México: Editorial Cromocolor, 1998. P.2.

¹² *Ibid.*, p. xii.

¹³ “*La concepción galileana... instrumental afirma que las teorías y conocimiento... no son sólo instrumentos, sino también –y principalmente-, son descripciones del mundo o ciertos aspectos y fenómenos que ocurren en el mundo*”. (Op. Cit. POPPER, Karl R., 1972. P. 130-135).

¹⁴ *Ibid.*, p. 264.

¹⁵ La Comunicología, de manera introductoria, podría considerarse como la ciencia más completa, o por lo menos una de las ciencias más complejas y sólidas producidas a partir de las Ciencias Sociales y Humanísticas.



Y es más, si recordamos a Mills en su *“Imaginación sociológica”*¹⁶, éste nos narra con argumentos bien fundamentados, que el origen de la Sociología fue la filosofía y la historia; que ésta rama (en su momento, simple especialidad, al igual que la política como parte del campo de estudio de la sociología) se desprendió por la necesidad que se tenía por problematizar los problemas sociales y darles solución, más allá de su explicación objetiva e histórica.

De este modo fue como se derivó la Sociología; por razón de que ésta, careciendo de rectitud científica formal y fundamento histórico, no era lo suficientemente capaz de completar dicha necesidad que tuvo la sociología para nacer como un campo independiente de la ciencia.

Así pues, y siendo diferente el estudio de la sociología con respecto al complejo de la Comunicación, es posible considerar que la Ciencia de la Comunicación debe madurar en nuestra época para constituirse como un campo científico autónomo y formal.

Ahora, el modo en que se puede llevar a cabo el planteamiento de la comunicología es tan prolongado como la sociología. Aunque por otro lado, la comunicación no es sociología. No se limita a un sistema, sociedad civil, influencia social sobre los individuos. No, la comunicación es comunicación. Su criterio de estudio es todo aquello que en materia humana le compete; entre ello el sistema mediático. Quizá en los límites de la Ciencia Social, se remita a aquella comunicación de la humanidad dentro de la sociedad; empero no se cierra en ese punto. De hecho, el estudio científico de la comunicación debe ser más abierto. Inclusive su abordaje puede centrarse en un sólo individuo, cuando se habla de la comunicación intrapersonal, dejando al interaccionismo social de lado.

Además debe coo-ayudar a solucionar problemas sociales, conocer causas y consecuencias afín de poder realizar predicciones pertinentes y prácticas¹⁷; y esto debido a que, *“las tareas de las ciencias sociales es fundamentalmente la misma que la de las ciencias naturales: hacer predicciones, muy especialmente, predicciones históricas... y acerca del desarrollo social y político de la humanidad”*¹⁸.

Y como resultado de lo anterior, la **comunicología** debe entenderse como la ciencia pluridisciplinaria que estudia a la comunicación; tratando sus diferentes causas y consecuencias, niveles, desarrollos, modelos, aplicaciones y resultados (políticos, sociales, económicos, comerciales, mercadológicos, etcétera), mecanismos, técnicas, sistemas, medios y evoluciones; con el objetivo de resolver problemas sociales y conjeturar predicciones útiles. Sólo con ello se puede lograr una consolidación más sustanciosa y trascendental de esta Ciencia de la Comunicación.

Además tiene que servir para ampliar y mejorar su conocimiento teórico con el fin de revolucionar en la praxis, de una manera más profesional, técnica y tecnológica; todas las ejecuciones (como las publicitarias), los programas (como los gubernamentales o pedagógicos) y los productos mediáticos que se

¹⁶ □ WRIGHT Mills. *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977. 237p.

¹⁷ Es importante señalar sobre este respecto que: *“Los problemas característicos de las ciencias sociales sólo surgen de nuestro deseo de conocer las consecuencias inesperadas y, más especialmente, las consecuencias no deseadas de nuestras acciones. Pues deseamos prever no solamente las consecuencias directas, sino también esas consecuencias indirectas no deseadas”*. (Op. Cit. POPPER, Karl R., 1972. P. 130-135).

¹⁸ *Ibid.*, p. 405.



origen de la misma; así como cualquier otro material, planeación e inclusive planteamiento que se realice con base en la comunicación y su investigación.

También la comunicología, con el apoyo del método científico, debe contener metodologías más especializadas con criterios y técnicas particulares de su objeto de estudio. Sin embargo ésta, debe ser muy abierta y plural para poderse retroalimentar y progresar. La rigurosidad es una limitante que puede ser un soporte, pero no principio, puesto que el fenómeno de la comunicación es variable.

En síntesis, este documento tiene por objetivo desarrollar a través de una postura particular y con base en el enfoque empírico-analítico e instrumentista de las ciencias. una propuesta científica para la fundación de una Comunicología integrada por varias disciplinas o ramas; además de ofrecer el planteamiento de un científico social que se componga de la dualidad del comunicólogo (quien teoriza a la comunicación) y el comunicador (quien la practica), una revolucionada identidad común del experto en comunicación: el comunicadólogo (Ver su importancia y construcción etimológica grecolatina en las páginas 217—222, del punto 3.1.4 Del Comunicadólogo y el Comunicólogo: el Comunicadólogo).

Para constatar la propuesta de la Comunicología que aquí se integra, se realiza un trabajo de experimentación mediante un estudio de caso, aterrizado en un análisis de identificación y contenido de cine; el cual, al mismo tiempo comprueba la existencia de la comunicación en varios acontecimientos sociales y casos de la vida en general, así como la posibilidad para abordar a dicho fenómeno como un objeto de estudio dentro de un campo científico especializado: el campo comunicológico.

En este sentido y con el estudio de caso se insiste, que la comunicología debe tratarse como una ciencia que tenga por principio el empirismo “*ya que el destino de una teoría, su aceptación y su rechazo, se decide por la observación y el experimento, por el resultado de una compleja investigación*”¹⁹.

Al mismo tiempo, otro de sus objetivos es analizar teóricamente a la ciencia en general y las ciencias sociales y humanidades en específico; así como estudiar los principios y la clasificación de la comunicación, los medios masivos que en compañía de la tecnología se han creado, la influencia social de éstos y de sus técnicas artificiales. Todo esto brindando una serie de definiciones y argumentos de varios científicos sociales, además de otras tantas acotaciones y razonamientos desarrollados desde una visión particular, cuya orientación radica en el conocimiento científico: empírico-analítico.

En sí este texto consta de tres secciones:

La **primera** es una mirada a la ciencia, la lógica y a las Ciencias Sociales y Humanidades. Introduce a las cuestiones fundamentales de éstas, desde lo que se refiere a sus nombres, definición, conceptos, elementos integrales; hasta lo que su clasificación e importancia atañen. Esto sirve como argumento teórico para espaldar en las partes posteriores el porqué la comunicación es una ciencia, sus tipologías, la forma en que se desarrollan sus conocimientos científicos y se validan.

Asimismo, implica la definición y visión que tienen algunas áreas sociales y de las humanidades de la comunicación; como lo es: la Antropología, la Historia, la Filosofía, la Sociología, la Psicología, entre otras.

¹⁹ *Ibid.*, p. 82.



Y por último, se realiza un ensayo de la “Imaginación” de Wright Mills, con la finalidad de reforzar con ello el estudio científico de la comunicación.

En la **segunda** se desarrolla el significado de la comunicación, se exponen sus principios básicos, características, enumeran sus funciones, determinan de sus elementos y muestran su clasificación, citándose algunos ejemplos desde el punto de vista comunicológico. En esta parte comienzan a plantearse algunas acotaciones más severas sobre el porqué la Ciencia de la Comunicación es posible su formulación.

También, al mismo tiempo en que se definen los medios masivos de comunicación, se ensaya resumidamente una descripción histórica de la comunicación a través de los ‘*mass media*’ durante la historia de la humanidad; y cómo es que ésta se ha visto inmersa dentro de una sociedad de masas que ha influido culturalmente a las personas mediante la propaganda, la publicidad, entre otros afines.

Esta parte es fundamental porque compone la explicación sobre cómo los estudios de la comunicación han rebasado los enfoques tradicionales apegados a entenderla como un mero lenguaje, para concebirla en la modernidad como todo un fenómeno de comunicación humana.

La **tercera** parte y más importante, se dedica a construir sistemáticamente la propuesta de la Comunicología, en su definición, características, funciones, ramificación y categorías, conceptos implicados. Ello partiendo de cinco disciplinas iniciales y distintas para el estudio de la comunicación; según el contexto de los asuntos que aborde cada una.

Dicha taxonomía cuyo carácter es progresivo, puede resumirse de la siguiente manera:

DISCIPLINA COMUNICATIVA:

Trátase primeramente sobre el entendimiento filológico y lingüístico de la comunicación conforme lo que es; es decir, toma en cuenta la profundización de la palabra como concepto nada más, lo que se derive de ello basándose exclusivamente en su significado y los modelos que existen sobre éste término específico.

Y segundo, aborda la estructuración del estudio de la fenomenología de la comunicación humana como efecto; esto implica, la adecuación de un estudio de la ciencia de la comunicación partiendo del fenómeno que trate al mismo y las consecuencias o hechos que se generan al estarse perpetrando: el Cómo ocurre la comunicación, que ocurre al emplearla y en el momento de hacer uso de ella (sus mecanismos, formas -biológicas, psicológicas, sociales...-, y estructuras -sean lingüísticas, kinésicas, gráficas...- fundamentos, herramientas e instrumentos, entre otros coherentes).

DISCIPLINA COMUNICACIONAL:

Acota un estudio de la comunicación como sujeto, ello de una manera antropológica y antropomórfica: su evolución, su desarrollo, su institucionalización, sus metamorfosis producto de las nuevas tecnologías, necesidades y ambiciones humanas.

Asimismo arriba lo que ello ha originado y podría llegar a ocasionar; así como el porqué



racionalizado y preciso (sea de necesidad, ambición, y otro determinado-determinante) de cada uno de estos participantes ya enunciados.

DISCIPLINA MEDIÁTICA:

Abre la pauta para tratar la fenomenología informacional y del entretenimiento en relación con los medios de comunicación; donde se abarca no sólo su existencia social o sus orígenes; sino que se ejecutan investigaciones con respecto a cual ha sido su influencia e impacto social, cultural, etcétera.

También procura explicar científicamente el poder que poseen dichos '*media*' dentro de la humanidad, estudiar las formas y formatos de los mismos, los fines que persiguen, el porqué de su manipulación orientada a objetivos sociales o a fines lucrativos, su funcionamiento y estructuras, objetivos que persiguen con las múltiples clases sociales (dependiendo el estatus o rango de educación, nivel económico, edad, nación, formas de pensar o ideología, -es decir: basándose en una segmentación-), el porqué de su falta de comunicación y generalización elitista de la información. Además dicho estudio contrae consigo mismo el estudio de las diversas teorías que corresponden a lo informacional y del entretenimiento.

En sí, este escalón es: un estudio precisado enfocado exclusivamente a la relación de los medios de comunicación de masas²⁰ con la sociedad.²¹

DISCIPLINA ORGANIZACIONAL:

Es el tratado de la comunicación que tiene que ver con la vinculación y la organización de instituciones públicas –gubernamentales y asociaciones civiles- y privadas –el sector empresarial-; ya que ésta se emplea en las mismas, le sirve y la aplica para su mayor eficiencia, toma de decisiones y resolución de problemas.

²⁰ La terminología medios de comunicación de masas, de principio, debe considerarse como imposible, ello por la relatividad del hombre, su diferenciación del otro y la diversidad en sus múltiples maneras de pensar, de hacer y de actuar como sociedad y como individuo. Si acaso es posible una comunicación de aproximaciones (no de similitudes exactas); empero, sí es enjuiciable y muy difícil de concebir una comunicación masiva convencional en donde todos agrupen las mismas reflexiones y se subordinen bajo un fin común; o donde los medios de comunicación masiva aborden a la totalidad de las supuestas masas o grupos de personas que hay en el mundo.

Pese a que estos medios sean conocidos como de: comunicación masiva, ello es sólo una construcción platónica; puesto que no siempre ocurre una retroalimentación, interacción de y con las masas o, el entendimiento de los medios con las masas; ni siquiera ocurre una acción comunicativa en *común*. Además, en sus procesos informacionales y de entretenimiento, así como en su envío de mensajes; no existe la coo-incidencia en el tiempo y tampoco se efectúa un acuerdo común fijado entre medio y receptor. Éstos generan un proceso de transmisión de información o fenómeno de comunicación frustrada.

En sí, la teoría de sociedad de masas señala que la humanidad se divide en diferentes grupos y que todo individuo es parte de un mismo grupo o masa igualitaria; esta teoría debe asimilarse desde esta parte del trabajo, tan falsa como el término de '*mass media*'. Aunque, no por ello ha dejado de ser un concepto usual y hasta legítimo, empleado por estudiosos de la Comunicación; y que irónicamente se respeta su uso constante.

²¹ Hay que distinguir que ésta es distinta a la Disciplina Comunicacional, por causa de que su perspectiva científica precisa en los medios, y no en la evolución del sujeto que es o representa la comunicación. Esta disciplina se refiere a la información y al entretenimiento u a otro alcance que se desarrolla dentro de los formatos y contenidos de los medios de comunicación, presumidamente masivos.



Asimismo, agrupa el estudio y técnica de las organizaciones; así como el funcionamiento de la Comunicación en éstas como una herramienta de vinculación que emplea diferentes mecanismos, estrategias, recursos, capitales, etc., para su mejoramiento y desarrollo.

Su relación es directa con la gestión, las relaciones públicas, la correspondencia con los públicos (internos, externos y mixtos), la psicología de las organizaciones y la comunicación social en un sentido colectivo dentro de un organismo que cuenta con una organización estructurada o sistemas de trabajo que funcionan en gran medida por la comunicación y en favor de la misma.

METACIENCIA Y PARACIENCIA COMUNICACIONAL:

Este último estudio agrupa el último entendimiento de la comunicación, el '*desentendimiento*'²².

Se enfoca a la Comunicación en su sentido más informal, científicamente y socialmente hablando: El estudio de la Comunicación, donde ésta es un fenómeno no material, no palpable, sin metodología específica y cerrada-limitada, no empírica bajo procesos iguales aunque sí semejantes con la misma sustancia –hacer comunicación–, no universal en sus formas pero si universal en su función y finalidad (hacer comunicación también), no rigurosa y hasta existencialista (pues la comunicación intrasensorial, intersensorial, parapsicológico o mental es algo real que no se puede medir ni registrar, empero ¿que acaso no ha pasado que en ocasiones uno sabe que puede y en verdad lo hace, comunicarse con alguien o llamarlo vía el pensamiento y la razón (lo que se reconoce como '*monomanía comunicativa*'²³)?

Empero: pensamiento, inteligencia, conocimiento y experiencias, son algo que no pueden ser menospreciados ni reprimidos por límites ni modelos herméticos.

Ésta sección a pesar de que tiene una visión un tanto científicista y existencialista resuelve confusiones en relación con la científicidad de la comunicación y da explicación al fenómeno comunicativo inmaterial. Y es fundamental; puesto que con ella y de modo paradójico, se plantea la integración de todo lo que supuestamente no es legalmente científico en la Comunicación y de lo que actualmente le afecta en su rigor.

De alguna forma se pudiera pensar que es como una especie de bandeja de reciclaje o basurero para quitarle a la Comunicación todo lo que le impide ser Ciencia; sin embargo la realidad aterriza en otro rubro: se trata de la **sistematización estructurada** de todo un campo disciplinario y desarrollado minuciosamente de la Comunicación, pero con otra perspectiva.

O bien, desde el '*otro enfoque*' no correspondiente a la verdad de la '*lógica científica*'. En la

²² A dicha estructura se le menciona dentro del texto en varias ocasiones como ciencia enteléquia de la comunicación o entelequia de la comunicación.

²³ La monomanía acontece, como se cita en el texto superior, cuando te llaman. Aunque también sucede cuando habita una comunicación únicamente con el pensamiento, cuando se posee un mal presentimiento sobre una persona –una '*ente*' te lo comunica–, cuando coinciden los pensamientos de manera construida y simultánea por parte de una persona hacia otra.



misma se toma en cuenta a la paraciencia, la metafísica, la parapsicología y otros campos divergentes con la Ciencia; aunque también involucra el uso de áreas fácticas y formales.

Consiguientemente, se describe la identidad de un nuevo hacedor científico de la comunicación: el **comunicadólogo**.

Su constitución se basa en la integración formal o fusión del comunicólogo²⁴ y el comunicador²⁵ (tal como el médico en la medicina, quien sabe, investiga y aplica sus conocimientos de una forma más práctica), sus características generales y cualidades particulares, funciones teóricas por parte del comunicólogo y prácticas de comunicador; sus habilidades para investigar, capacidad para saber informar resultados y maestría al aplicar sus conocimientos técnicos en problemáticas de comunicación y en otros rubros propios de la materia social²⁶; empero, principalmente que cumpla con su labor: la misión de generar un beneficio común para la sociedad mediante la comunicación, investigando e informando resultados.

En este fragmento, para cerrarlo con broche de oro, se realiza un análisis científico de identificación y contenido dentro de un estudio de caso mediante la producción cinematográfica llamada: *“El Náufrago”*; **cuyo eje de análisis es el fenómeno de la comunicación, la identificación y descripción de sus elementos** (como ya se señaló), el desarrollo de sus características, planteamiento de los medios masivos que aparecen y la explicación de sus diferentes tipologías; entre otros afines.

En este análisis se identifican elementos propios de la comunicación, la función que desempeña y los efectos que produce, entre otras cuestiones. Esto con la finalidad de registrar la posibilidad de una Ciencia que estudie a la Comunicación con elementos consistentes (tangibles).

Es decir, con el objetivo de comprobar la hipótesis sobre la existencia y posibilidad de una Comunicología, se realiza este estudio científico de la Comunicación para demostrar; tanto que es factible ordenar los conocimientos y la experiencia relacionada a dicho fenómeno; así como su: existencia, repetitividad, rigor, convencionalidad, universalidad y representatividad.

Cabe resaltar que el mismo estudio debe sustentar su ejercicio sobre bases teóricas y prácticas, al igual que cualquier otra ciencia empírica.

²⁴ Sabiendo que el comunicólogo es el especialista en la comunicación dedicado a investigarla y teorizarla científicamente.

²⁵ Entendiendo al comunicador como aquel profesional dedicado a ejecutar cuestiones prácticas de comunicación, como es el caso del informador de noticias en los medios masivos (radio, televisión, Internet, etc.), el responsable de los departamentos o coordinaciones de comunicación social en las instituciones, los directores de las áreas de mercadotecnia y relaciones públicas en las empresas; entre otros, por citar algunos ejemplos.

²⁶ Cabe decir que: *“El esquema en su conjunto muestra que la ciencia se origina en problemas y finaliza en problemas, así como que está progresa mediante la invención audaz e teorías y la crítica de las diferentes teorías rivales”*. (Op. Cit. POPPER, Karl R. 1972. P. 484.)



Ya puntualizado el capitulario, se espera que esta Tesis genere una retroalimentación representativa sobre el tema de la Comunicación en materia de ciencia; y que sirva tanto a profesores como a alumnos que dedican su vida y apasionamiento a la enseñanza o aprendizaje de la Ciencia de la Comunicación.

Principalmente, se confía en que la propuesta en curso, innove la forma vigente (tan dependiente de otras ciencias) de estudiar y visualizar a la comunicación, además del modo de realizar su investigación científica.

Ello considerando como punto de partida, la contrastación positiva de la Hipótesis de este Trabajo; la cual enuncia que: La Comunicología es una ciencia instrumental que se debe sustentar con investigación teórica y práctica, cuyo enfoque es empírico-analítico. Su objeto de estudio es el fenómeno mismo de la comunicación humana; considerando: todos sus elementos, tipologías, conceptos, funciones, teorías, casos que se presenten en la realidad social e individual, sus sistemas, modelos y técnicas, entre otros afines; además de otras investigaciones realizadas por otros investigadores en el pasado.

Asimismo, se proyecta que este documento sea un modesto punto de partida para la renovación de los conocimientos y modernización de los elementos relacionados con la Comunicación, junto con aquellos que la componen en su holística; trayendo como consecuencia una nueva revolución de la Ciencia (y en específico, de las Ciencias Sociales y Humanísticas), mediante la contribución de una nueva ciencia integral de la Comunicación: la Comunicología

Para finalizar, cabe resaltar que este material es concebido por el amor que siento por la comunicación y ciencia; pero que nunca se hubiera logrado de no haber sido por la excelente formación que me ha brindado a nivel licenciatura nuestra Máxima Casa de Estudios, de la cual estoy orgulloso de pertenecer: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Agradeciendo de antemano las atenciones que tienes estimado lector al leer el presente te saludo calurosamente y te dejo con el titulado: Comunicología. Ciencia de la Comunicación (Afines y principios, conceptos y disciplinas).

IMPORTANTE: Cabe mencionar que todos los cuadros, textos y tablas que no tienen a un autor ni poseen ninguna referencia como nota al pie, se tratan de propuestas propias de un servidor; o bien, de adaptaciones realizadas a partir de otros libros y documentos, como por ejemplo: el cuadro que contiene la Tipología Básica de la Comunicación (*Ver página 124*). Asimismo, cualquier conclusión o análisis que no posee una fuente de información directa, es una reflexión personal.



CAPÍTULO 1: LA CIENCIA Y EL SER HUMANO

1.1 REALIDAD Y CONOCIMIENTO

“PERO DARÉ A CONOCER lo poco que he aprendido para que alguien mejor que yo pueda atisbar la verdad, y en su obra, pueda probar y criticar mi error. Así, me regocijaré a pesar de todo: de haber sido un medio a través del cual salga a la luz la verdad de una nueva teoría... un nuevo conocimiento”.
-Alberto Durero.²⁷

“El hombre es un querer, un poder y un conocer que tiene hacia el infinito... es mortal por sus temores, pero inmortal por sus deseos”.
-Vico y Pitágoras.²⁸

El universo es un complejo fenomenológico difícil de entender y complicado al interpretarse. A éste la humanidad normalmente lo presume como infinito y ha trabajado a lo largo de la historia para conocerlo y comprenderlo. No obstante, aún se pueden generar muchas dudas y cuestionamientos de su inmensidad, debido a que el hombre todavía no ha logrado explicarlo en su totalidad; y a cambio de ello, ha conseguido descubrirlo sólo poco a poco sin llegar a tener el pleno conocimiento de éste. Y aunque ciertamente el hombre aún no conoce al mundo por completo, éste desde su etapa pensante ha tratado de razonarlo de muchas formas con la finalidad de conseguir la explicación de su existir cotidiano; ya sea con la mera percepción del sentido común, o mediante una interpretación cognoscitiva más inteligible, especializada y ordenada como lo es el conocimiento científico empírico.

Y a final de cuentas, el resultado de su observación basada el sentido común o de sus investigaciones experimentales basadas en la ciencia, es semejante: una innovación cognitiva o la ambición de entender la realidad afín de mejorar las condiciones de hombres y mujeres en el mundo. De esta forma, el ser humano procura entender intrapersonalmente su realidad y universo para poder comunicar y explicar sus nuevos conocimientos a los demás, a partir de las diferentes posibles categorías cognitivas o ciencias que actualmente existen.

Y es que en el caso de ambos géneros, por el simple hecho de nacer y compartir sus conocimientos con otros seres, contraen obligadamente una interacción de comunicación entre ellos y con la realidad, una afinidad con ésta y la curiosidad o enamoramiento de querer comprenderla, para habitar con mayor comodidad y satisfacción en la vida.

Como consecuencia de su interacción con otros y su entorno, el ser **humano** se convierte día con día en un deber; donde necesita, con la comunicación: aprender a vivir; y para vivir, a conocer para conocer, y a reproducir la realidad para tener una existencia plena; ya que antropológicamente los seres humanos por especie nacemos siéndolo, no obstante nos convertimos en tales hasta tiempo después.

²⁷ *Op. Cit.* POPPER, Karl R., 1972. P. 22.

²⁸ MIGAL. *Frases Célebres*. España: EDIMAT LIBROS, S.A.; 1999. Pp. 134 y 135.



“Nuestra humanidad biológica necesita una confirmación posterior, algo así como un segundo nacimiento en el que, por medio de nuestro propio esfuerzo y de la relación con otros humanos y con la existencia, se confirme definitivamente el primero... [Necesitamos que otros seres humanos nos contagien su humanidad, y de la imitación o aprendizaje, podemos explorar y ejecutar nuestras habilidades y capacidades]...

*A este proceso lo antropólogos lo denominan **Neotenia** (“Plasticidad o disponibilidad juvenil”) y quiere indicar que los humanos nacemos aparentemente demasiado pronto, sin cuajar del todo... pero también implica una trama de relaciones necesarias con otros seres humanos”.*²⁹

Para que nuestra humanidad se complete es indispensable la constatación de su ignorancia. Esto implica que los seres humanos requieren saber lo que saben y corregir sus errores de lo que presuntamente saben y dominan.

En este sentido, el proceso de **neotenia** se desarrolla también por la confrontación del conocimiento ya obtenido por vía de la experiencia individual o colectiva, su discusión compartida y el **diálogo comunicativo**; en donde a este último se le puede reconocer como “*la herramienta de reflexión y ejercicio de inteligencia para un mejor vivir*”³⁰.

O bien, al **diálogo** se le puede identificar a título personal como: un instrumento de reproducción comunicacional en favor del conocimiento; ya sea de aquel ordinario que se aprehende en la experiencia personal y al estar en contacto con las cosas; o bien, de aquel que se trata científicamente mediante un **proceso educativo**.

Y con base en la reflexión particular anterior, se puede decir que la comunicación es la interpretación de la realidad, entendida mediante la vivencia común o un proceso educativo.

El proceso educativo es aquel:

“Conjunto de fases sucesivas y jerárquicas o lineales que desarrolla habilidades y acciones que son coherentes con las necesidades del trabajo en el sector primario y que apremia a quienes lo adquieren y hacen rendir dichas habilidades. Éste segmenta la estructura del trabajo y, compone a cada labor, con diferentes puestos ocupacionales.

*[Asimismo,] fortalece las diferencias entre los laborales, fomentando diversas actitudes, actividades, habilidades, formas de pensar y otras, entre distintos grupos socioeconómicos...Por tanto, reproduce la jerarquización social existente”.*³¹

²⁹ SAVATER, Fernando. *El valor de Educar*. México: Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América, 1997. Pp. 26-29.

³⁰ *Ibid*, p. 5.

³¹ DIDRIKSSON Takayanagui, Axel. Ensayo: *La universidad del futuro*, en: FUENTES Hernández, Cesar Enrique. *El conocimiento. Lecturas Básicas II*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2000. P. 156.



Dicho proceso, simultáneamente requiere de aprendizaje, interpretado como:

“un proceso complejo de interrelaciones entre los niveles de cambio tecnológico de la estructura productiva diferenciados entre sí, pero con un ordenamiento relacionado con la difusión, la transmisión y la amplificación de la direccionalidad de este cambio”³².

El proceso educativo puede ser:

“informal o formal”

1) PROCESO EDUCATIVO INFORMAL: Es aquel que se transmite y obtiene mediante los padres y adultos cualesquiera en una situación ordinaria.

2) PROCESO EDUCATIVO FORMAL: Es el proceso generado por personas previamente instruidas y capacitadas para tal función. Este segundo proceso normalmente es impartido de manera más rigurosa y sistemática en lugares especializados; como los son los institutos, colegios, tutores particulares, centros de investigación, escuelas públicas y privadas o demás instituciones especialmente asignadas para consumir esta labor.

En ambos casos se realizan ejercicios de reflexión acerca de la realidad y de sus significados; de esta vida que parte de la percepción personal de cada ser humano y que se generaliza al momento en que el mundo se revela, mostrando sus múltiples fenómenos y objetos; mismos que el hombre ha sido capaz de conceptualizar y organizar.

De esta manera, la vida se cristaliza en el acto de *“habitar al mundo en donde las cosas no sólo son lo que son, sino que también significan; pero lo más humano de todo es comprender que, si bien lo que sea la realidad no depende de nosotros, lo que la realidad significa sí resulta competencia, problema y en cierta medida opción nuestra”³³.*

Es decir que la realidad significa lo que ésta nos comunica; lo que confirma que gracias a la comunicación se interpreta la realidad o es su interpretación, dependiendo el significado que cada individuo le asigna.

Como secuela la humanidad vislumbra que el universo en sí, es más magnánimo de lo que se imagina. Es por ello que diariamente con su experiencia le suma conocimientos, con el único objetivo de comprender al todo, otorgándole un **significado** específico a cada cosa a través de la ciencia y revolucionando al conocimiento, es por eso que cabría apuntar que, *“no hay conocimientos sin problemas –pero tampoco hay ningún problema sin conocimiento. Es decir, que éste comienza con la tensión entre saber y no saber, entre conocimiento e ignorancia: ningún problema sin conocimiento – ningún problema sin ignorancia”³⁴.*

³² *Ibid.*, p. 161.

³³ *Ibid.*, pp. 36-37.

³⁴ POPPER, Kart R.; [...et. al.]. *La lógica de las Ciencias Sociales*. México: Editorial Grijalbo, S. A.; 1978. P. 10.



El conocimiento no tiene límites y puede sugerirse como todo aquello que se conoce, que se sabe con verdad. No obstante, también el conocimiento es ignorancia por descubrir y aclarar. El conocimiento es el entendimiento pleno que le da el hombre a las cosas y cuestiones de la vida; sean propios de lo material o de asuntos fenomenológicos que va explicando pauta a pauta y paso por paso.

Éste se expande como el universo, segundo a segundo “*se ha calculado que el conocimiento que genera la comunidad científica, en cualquier campo de la ciencia, se duplica cada cinco años*”³⁵; y conforme la humanidad se desarrolla, su inteligencia formula y alcanza nuevos rangos cognoscitivos para comprender una mayor cantidad de tópicos y mejorar su calidad de vida en general: enriquecerla. Después de todo el conocimiento es la riqueza del hombre, su particularidad consciente, su distintivo no instintivo y la razón en su existir en muchas ocasiones.

En cambio, el conocimiento puede vislumbrarse como “*el resultado de la actividad de conocer, [...debido a que] conocer es aprehender teóricamente los objetos, sus modos y sus relaciones*”³⁶. Este, cuando se da de modo inmediato, se le conoce como conocimiento intuitivo y éste tiene dos categorizaciones que remiten Mario Bunge y Rojas Soriano:

“conocimiento ordinario y conocimiento científico”

1) EL CONOCIMIENTO ORDINARIO:

El conocimiento denominado ordinario es conseguido por la experiencia cotidiana. Son conocimientos ocasionalmente compuestos de superficialidades, no relacionados entre sí ni sistemáticos, dispersos pues. Siendo acríticos, su constitución es una aproximación más o menos certera de los hechos y casos. Es la manera común y corriente de conocer los objetos y fenómenos que, en muchas veces, tiene confusiones e imprecisiones.

Por su parte Rojas Soriano bautiza a esta forma de conocimiento como: **empírico cotidiano o espontáneo**, y lo presenta como:

*“...el conocimiento que obtiene el hombre común en su práctica diaria al exponer sus órganos sensoriales al mundo externo. Este tipo de conocimiento se refiere a los aspectos inmediatos y externos de los fenómenos y sirve para orientar el quehacer cotidiano. A diferencia del conocimiento empírico espontáneo, el conocimiento empírico que obtiene el científico se capta a través de un proceso orientado por hipótesis y objetivos debidamente sustentados y utilizando técnicas e instrumentos adecuado y precisos. A partir de este conocimiento empírico y con base en la teoría se construye el conocimiento científico o se reformulan los planteamientos teóricos existentes”.*³⁷

³⁵ SUMANO López, Héctor S y; Ocampo, Camberos, Luís. *Farmacología Veterinaria*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S. A. de C. V. P. xi.

³⁶ ORTEGA, Esteban. *Lógica, introducción a la filosofía y a la ciencia*. México: Editorial Diana, 1993. P. 211.

³⁷ ROJAS, Soriano Raúl. *Investigación social. Teoría y praxis*. México: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.; 1989. P.133.



La socióloga alemana Eva Heller por otro rubro, explica que es la sumatoria de la cabalidad cognoscitiva correspondiente a la realidad, usada de forma efectiva en la vida cotidiana y de una forma heterogénea. Es una especie de guía para la actividad humana y las acciones del hombre, como un referente de conversación o el mínimo de saber cotidiano que éste posee.

Es decir, son los menos elementos que debe integrar en su psique el hombre para poder existir y moverse en su entorno.

En cambio, Hugo Padilla dictamina que este material cognoscitivo *“es la información que necesitamos para la conducción normal de nuestras vidas... sobre muchos temas del ambiente físico, biológico y social. No obstante, tal conocimiento del sentido común, está marcado por numerosas limitaciones serias; algunas de las cuales deberían superarse para hacerse notar...”*³⁸.

Padilla además, agrega que el conocimiento ordinario no es más que un complejo de creencias del sentido común informal que apoyan al conocimiento científico más que no es del todo confiable, al detallar seguidamente que:

“Así, las creencias del sentido común son generalmente imprecisas y a menudo se confunden con cosas y procesos diferentes, en puntos cruciales; las creencias del sentido común, con frecuencia, son mutuamente inconsistentes, de tal manera que la adopción de una u otra de dos creencias incompatibles como base para la acción de vuelve arbitraria; las creencias del sentido común tienden a ser altamente fragmentadas, de tal manera que, en general, las relaciones lógicas y sustantivas entre posiciones independientemente sostenidas son ignoradas; las creencias del sentido común, casi en su totalidad, son aceptadas con poca conciencia de su grado de aplicación confiable, las creencias del sentido común, en conjunto son miopemente utilitarias; a menudo, están ampliamente vinculadas con materias que inciden directamente sobre intereses prácticos inmediatos y, normalmente, son adecuadas únicamente dentro de áreas de la experiencia rutinaria. Sobre todo, finalmente, las creencias del sentido común de manera habitual pasan por alto otras posibilidades para manejar problemas concretos, de tal forma que su aceptación continuada se basa en la autoridad no criticada de la costumbre y, por tanto, no se puede tomar fácilmente como guía confiable en el tratamiento de situaciones nuevas.

*...Si bien no se puede trazar una línea precisa entre las afirmaciones del sentido común y las conclusiones de la investigación científica –por supuesto, toda investigación científica toma su punto de partida en las creencias y distinciones del conocimiento que ordinariamente se adquiere del sentido común, y eventualmente apoya sus resultados, en parte, apelando a tal sentido común- una marca distintiva de la ciencia es que deliberadamente trata de producir conclusiones libres de las limitaciones del sentido común, o asumiéndolas a un grado menor”.*³⁹

De esta forma se puede entender que el conocimiento ordinario no es más que aquel sentido frívolo y somero de las cosas. Su orden depende de aquel que le organiza el sujeto que lo capta. El mismo es el

³⁸ PADILLA, Hugo. *El conocimiento científico*. México: Editorial Trillas, S. A. de C.V.; 2002. P. 224.

³⁹ *Ibid.*, P. 224 y 225.

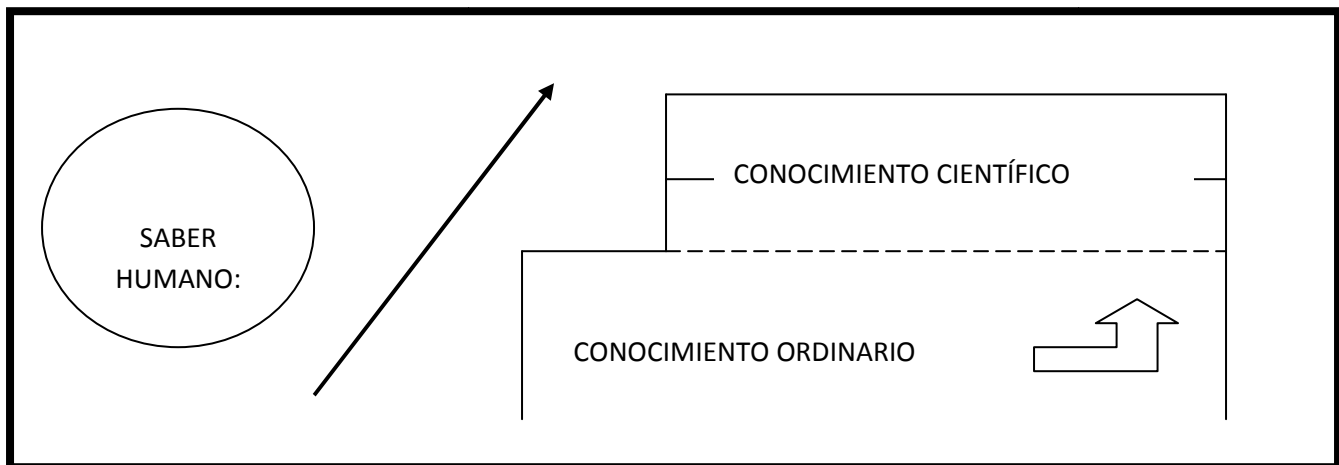


primer limitante de la percepción o el primer escalón del verdadero saber. Sus horizontes se reducen a lo adyacente que se genera por medio de las vivencias usuales, experiencia común y corriente, estados de ánimo y emociones.

Por otro lado es importante considerar que en nuestros días el saber producido por la ciencia está siendo penetrado y modificado por el conocimiento ordinario. Este fenómeno, aunque no es reciente, si es un hecho que se puede comprobar en la difusión científica a través de los 'mass media'.

Actualmente esta clase de conocimiento también conocido como vulgar, adopta ciertas querencias científicas, más no se consume como algo científico. Dentro de nuestra época, cuando el conocimiento originado por la comunidad científica aterriza en la sociedad, ésta lo digiere y asimila para englobarlo dentro de su estructura misma.

Ello trae como resultado una especie de positivismo del pensamiento ordinario, por motivo de que existe información científica en general que pasa de boca en boca y se modifica entre el vulgo de manera ordinaria, adaptándose a nuestra cultura: y siendo o convirtiéndose también en objeto de la investigación científica, especialmente en materia social.



Y, en relación con la investigación científica y la generación de la verdad en el ámbito social, Castells plantea que “...la investigación científica consiste en el establecimiento de una adecuación entre Sujeto y el Objeto de conocimiento. Esta adecuación define a la Verdad. Lo cual puede expresarse esquemáticamente por medio de la ‘fórmula’:

$$(Sujeto) = (Objeto) = Verdad. ”^{40}$$

2) EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO:

⁴⁰ CASTELLS, Manuel y; DE IPOLA, Emilio. *Epistemología y Ciencias Sociales*. México: UAM. P. 32.



La función de la ciencia se vincula a su intencionalidad, objeto y desarrollo. Es por esto que la razón de ser de la ciencia no está en ella misma, sino en el entendimiento correcto de la realidad.

Además, Habermas indicó en el pasado que las ciencias tienen un interés emancipatorio del conocimiento; a lo que Popper añadió la importancia de valorar, evaluar y criticar el progreso del avance científico al concluir que *“...el mejor modo de estudiar el aumento del conocimiento es estudiar la evolución del mismo conocimiento científico”*⁴¹. Y sobre esta línea es trascendental recalcar que el conocimiento científico es aquel que afina al conocimiento ordinario y lo expande, abriendo la mente humana para conocer a los fenómenos con mayor profundidad y veracidad. Este conocimiento está sistematizado y comprobado.

“Es aquel que se reproduce en el pensamiento los aspectos o elementos de la realidad material y se concreta en conceptos, leyes y teorías. Puede haber conocimientos empíricos objetivos, aún cuando se refieran a los aspectos externos de la realidad. Este último tipo de conocimientos se expresa en datos empíricos y sirve para elaborar un conocimiento cualitativamente superior: el conocimiento científico”.⁴²

Los conocimientos científicos representan la agrupación de la información experimental y de los modelos conceptuales empleados en un espacio-tiempo específico, los cuales son sometidos a una revaloración constante. Éstos configuran postulados usando métodos y revolucionándolos; aprovechando la creación científica, imaginación científica, argumentación, fundamentalismo u otros.

El conocimiento científico es acumulativo y suma los modelos habidos con anterioridad: *“...es la acumulación de piezas de información laxamente vinculadas”*⁴³ que empieza con el conocimiento ordinario; o bien, *“arranca de conocimiento no especializado... con la percepción de que el acervo de conocimiento disponible es insuficiente para manejar determinados problemas... A partir del conocimiento común... le rebasa con su crecimiento... elabora sus propios cánones de validez sin ser intuitiva... obtenido mediante el método de la ciencia... puede volver a someterse a prueba, enriquecerse y, llegado el caso, superarse mediante el mismo método”*⁴⁴.

A pesar de que el conocimiento ordinario se basa en opiniones, éste también puede convertirse en científico; empero deben ser opiniones fundadas en un sustento legítimo, capaz de ser contrastables.

Rubén H. Pardo en su ensayo: *“Verdad e historicidad. El conocimiento científico y sus fracturas”*, del libro *“Posciencia”*; indica que el científico se amplía con la *“razón [y con la] ciencia”*⁴⁵.

⁴¹ POPPER, Kart R. *La lógica de la Investigación Científica*. Madrid: Editorial Tecnos; 1980. P. 16.

⁴² *Op. Cit.* ROJAS Soriano, Raúl; 1989. Pp. 133-134.

⁴³ BUNGE, Mario. *La investigación Científica*. México: Siglo XXI Editores, S. A. de C. V.; 2004. P. 4.

⁴⁴ *Ibid.*, Pp. 3 y 4.

⁴⁵ DIAZ, Esther; [...et. al.]. *La posciencia. El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad*. Argentina: editorial Biblios, 2000. P. 46.



Esto involucra una reflexión sistemática y procedimientos metodológicos, en donde el análisis y la interpretación le adicionan mayor validez. En tanto, el Alemán **Honoris Causa**, Heinz Dieterich, nos puntualiza que éste: “...explica las causas y efectos y propiedades de los fenómenos (hechos), tal como existen y suceden en el mundo social y natural (el universo)”⁴⁶.

1.1.1 COMUNICACIÓN Y CONOCIMIENTO

Insertando un poco de comunicación en esta parte, es pertinente realizar algunas indicaciones que para complementar conocimiento. En concreto, se retoman las preguntas del periodismo pero con diferente formulación. Como es de saberse el periodismo de investigación es un hecho real en nuestros días y el mismo, tienen un criterio científico para llevarse a cabo.

Partiendo de las 7 preguntas básicas del periodismo: ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuando?, ¿dónde?, ¿porqué?, ¿para qué? y ¿con qué?; se pueden hacer diferentes ejercicios de formulación cognoscitiva para la obtención de nuevos conocimientos y el descubrimiento de sus causas.

Estas herramientas son de suma utilidad para lo científico y comunicacional; en sí para lo comunicológico.

EL CONOCIMIENTO DEBE COMPRENDER CON BASE EN LOS SIGUIENTES INTERROGAMIENTOS:

| | |
|---|---|
| 1) ¿Qué se conoce? | Aquí, el sujeto identifica al objeto o fenómeno. Su percepción lo capta. |
| 2) ¿Cómo se conoce? | Se trata de la forma en que se conoce; es a partir de un conocimiento ordinario o científico. O es con sustento en una ideología de la realidad. |
| 3) ¿Cuándo se conoce? | Es el año y época tienen lugar la situación y cuál es el contexto. Aquí es posible entender los antecedentes que dieron lugar a dicho conocimiento, afín de emprender su análisis, discusión y confrontación. |
| 4) ¿Dónde es el punto inicial en que se conoce? | Esto es: la perspectiva desde que se conoce o da a conocer un hecho científico; teniendo siempre en consideración que la persona que descubre al conocimiento, se le puede integrar al acontecimiento; y por tanto, que también es posible que exista una tendencia en concreto de dicho sujeto e influencia en la sociedad debido a su posición y rango de clase, la nación que radica, institución donde trabaja, situación social y económica, etcétera. |
| 5) ¿Para qué se conoce? | Por motivo de que la ciencia y el conocimiento pueden integrar objetivos y fines específicos es que tal, puede llegar a tener: una razón de ser; es decir, una justificación. La finalidad de dicho conocimiento. |
| 6) ¿Porque se conoce? | Todo conocimiento tiene su propio fundamento en la solución de un problema. O sea: ¿Por qué se conoce? Por que hay que eliminar la ignorancia o porque hay que dar solución a una problemática social que afecta a los seres humanos. |
| 7) ¿Con que se conoce? | Es decir: que instrumentación, herramientas, modelos y procedimientos de operación se emplean para arribar el estudio de la realidad y sus diferentes categorías y conceptos (recursos elementales para leerla). |

⁴⁶ DIETERICH, Heinz. *Nueva Guía para la investigación científica*. México: Editorial Planeta Mexicana, S.A. de C.V.; 2004. P. 19.



Por otro rubro, en lo que a conocimiento y comunicación se refiere, habría que comenzar a hacer la distinción entre el conocimiento puro y lo que significa información.

La información es la recopilación de los datos, en donde se procesan los mismos para ser enviados directamente, o bien, mediante los medios masivos; ya sea individual o colectivamente. Ésta se relaciona con los “*sistemas de información*”⁴⁷ y actualmente comparte una afinidad muy fuerte con las computadoras y redes (ejemplo: el internet y la información que ahí se encuentra).

En cambio, el conocimiento no sólo aglomera la información o el procesar los datos; “*sino la generación de su producción, transmisión y difusión. El conocimiento no existe en abstracto, sino que depende de lo social. Lo importante no es el elemento que aparece en un libro o en un experimentos, sino quien lo produce. En el centro de ello hemos colocado a las instituciones*”⁴⁸ académicas y de investigación como los responsables centrales de creación cognoscitiva.

Mientras el conocimiento da lugar a una comunidad sabia y culta, la información construye una “*sociedad informatizada*”⁴⁹ que, no es más que un sistema social humano guiado por la tecnología del dato y la noticia, por las telecomunicaciones, la multimedia y la internet. Es una sociedad restringida a conocer cómo localizar y emplear la información con efectividad y eficacia.

1.1.2 EL SABER DE LA EPISTEME Y LA DOXA

Es importante para proseguir realizar la apropiada distinción entre la doxa y la episteme, esto significa, la diferencia entre el conocimiento común y el científico; respectivamente. Platón por su parte señalaba que la doxa era la apariencia y se contraponía a la ciencia y el conocimiento verdadero.

En cambio, Eva Heller da a entender que la doxa es la actividad aplicada de la verdad individual; es decir: la opinión, el comentario que genera una retroalimentación y fomento en la interacción humana.

El episteme no es propio de un conocimiento específico, sino que crea complejos de sistemas fenomenológicos para el tratado de un tópico o estudio. Éste “*no constituye nunca un saber relativo a una sola cosa, sino que es un saber sobre una cosa en relación con otras cosas (conjuntos)*”⁵⁰. Se trata de un conocimiento sólido que provoca relaciones y la vinculación con otros fenómenos asociados que sirven de apoyo para integrar uno superior.

La doxa, por su parte, se conforma del conocimiento frecuente que no es posible de comprobar ni negar en su materia y contenido, información y criterios; debido a que son comentarios o glosas que se estructuran desde una visión subjetiva de la realidad y las cosas. Se puede concebir como “*el saber cotidiano... indemostrable e irrefutable en sus datos y preceptos*”⁵¹.

⁴⁷ *Op. Cit.* FUENTES Hernández, Cesar Enrique (*Lecturas Básicas II*), 2000. P. 180.

⁴⁸ *Ibidem.*

⁴⁹ *Ibid.*, P.176.

⁵⁰ ANDER-EGG, Ezequiel. *Técnicas de Investigación Social*. México: Editorial el Ateneo, S.A. de C. V.; 2001. P. 29.

⁵¹ *Ibid.*, p. 30.



De alguna forma la doxa y el episteme son contrarios, no obstante es mejor comprenderlos como sucesivos, por razón de que el conocimiento científico (propio de la episteme) viene a ser el segundo escalón del conocimiento ordinario (propio de la doxa). En este sentido, cabe decir que el conocimiento científico, además de tener como primera concepción el sentido común, se apoya en una segunda referencia: la práctica. Y de la práctica surge su aplicación, el tercer escalón: la tecnología.

TABLA DE DISTINCIÓN ENTRE DOXA Y EPISTEME, DE RUBÉN H. PARDO⁵²

| DOXA (opinión) | EPISTEME (saber) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Es un saber no fundamentado - Se obtiene espontáneamente - Es asistemático - Se mueve en el ámbito de la verosimilitud - Es acrítico | <ul style="list-style-type: none"> - Es un saber fundamentado - Requiere de esfuerzo y reflexión - Es sistemático - Pretende instalarse en la verdad - Es crítico |

1.2 CIENCIA

Desde tiempos remotos el ser humano se ha preocupado por el entendimiento y organización ordenada del mundo, es su eterna congoja y necesidad perenne. De alguna forma esta inquietud representa una labor constante por la búsqueda de la verdad; una esclavitud mental que, si no lo atormenta, por lo menos lo hace pensar, reflexionar, cuestionarse y retroalimentarse sobre las cosas que vive, las que están en el entorno, las cuestiones orgánicas y del psique, del universo mismo, entre otros.

Así pues el ser humano desarrolla la capacidad de pensar, pero a de los otros animales que sólo se sabe que tienen el don del pensamiento, al hombre por su evolución se le ha sumado la capacidad de razonar su realidad y tener un mayor número de habilidades que le han servido para generar un mundo más confortable y una existencia mejor entendida.

Y es que con el simple hecho de vivir, éste entra en con contacto con la realidad y tras hacerlo, se ha empeñado en traducirla de un modo más riguroso para hacerla trascender y acrecentarla, ello con el objetivo de que otros, más adelante continúen la generación del conocimiento de su entorno y desarrollo general.

Este mismo espécimen en su forma actual de *'homo sapiens sapiens'*, no conforme en crear y descubrir al mundo, lo ha venido perfeccionando y de una manera *"artificial... en un cuerpo de ideas llamado ciencia que puede caracterizarse como conocimiento racional, sistemático, exacto, verificable y por consiguiente falible"*⁵³, enfatizaría Mario Bunge. Un conocimiento más detallado y regido por la investigación científica para definir una *"reconstrucción conceptual del mundo que cada vez es más amplia, profunda y exacta"*⁵⁴.

⁵² Basado en: DIAZ, Esther; [et. al.]. *La posciencia. El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad*. Argentina: Editorial Biblos, 2000. P. 44.

⁵³ BUNGE, Mario. *La ciencia. Su método y su filosofía*. México: Grupo Cultural Patria, S. A. de C. V.; 2000. P. 9.

⁵⁴ *Ibidem*.



No obstante y paradójicamente, al mismo tiempo complejo; ya que incluso, partiendo del mismo término de ciencia, el asunto es extenso y diverso, interminable y hasta en algunas ocasiones confuso; sin que ello signifique que el hombre no sea capaz de hacer ciencia. Por ejemplo, la concepción popperiana sobre ciencia y el método científico expone que:

1. *“Todo el conocimiento científico es hipotético o conjetural.*
2. *El crecimiento del conocimiento, y en especial del conocimiento científico, consiste en aprender de los errores que hayamos cometido.*
3. *Lo que se puede llamar el método de la ciencia consiste en aprender sistemáticamente de nuestros errores; en primer lugar atreviéndonos a cometerlos. Es decir, proponiendo arbitrariamente teorías nuevas- y, en segundo lugar, buscando sistemáticamente los errores que hayamos cometido, es decir, realizando nuestra búsqueda de errores mediante la discusión crítica y el examen crítico de nuestras ideas.*
4. *Entre los argumentos más importantes usados en esta discusión crítica están los argumentos derivados de los controles experimentales.*
5. *Los experimentos son guiados constantemente por la teoría, por semi- ideas teóricas de las que el propio experimentador no es consciente, por hipótesis sobre los posibles orígenes de ciertos errores experimentales, por esperanzas y conjeturas en torno a cuál será el experimento que alcance el éxito; es decir, por semi- ideas “teóricas” de que el experimento de un cierto tipo será teóricamente fructífero.*
6. *La llamada objetividad científica consiste únicamente en la aproximación crítica.*
7. *Este hecho puede animarnos a intentar refutar nosotros mismos nuestra propia teoría; es decir, puede imponer sobre nosotros una cierta disciplina.*
8. *Es un error pensar que los científicos son más objetivos que el resto de la gente. La objetividad es producto de la misma ciencia, lo que se puede llamar la cooperación entre los científicos, es decir, su presteza para criticarse recíprocamente.*
9. *Hay que añadir una justificación metodológica del dogmatismo y los prejuicios de los científicos particulares... Si las críticas encuentran resistencia, se conoce plenamente la fuerza de una argumentación crítica.*
10. *Es importante distinguir entre teorías controlables, o falsables, y teorías no controlables o no falsables.*



11. *Sólo es controlable una teoría que afirme o implique que ciertos acontecimientos concebibles no acaecerán de hecho. El control consiste en intentar, con todos los medios de que podamos disponer, hacer que sucedan precisamente aquellos acontecimientos que la teoría dice que no pueden suceder.*
12. *Una teoría habla de la realidad empírica sólo en la medida en que le impone límites.*
13. *Ninguna teoría puede decirnos nada sobre el mundo empírico a menos que sea capaz de entrar en colisión con el mundo empírico; eso significa exactamente que debe ser refutable.*
14. *La controlabilidad tiene grados: una teoría que afirme mucho se puede controlar mejor que una teoría que afirme poco.*
15. *Los controles pueden ser graduados según sean más o menos severos. Los controles cualitativos son por lo general menos severos que los cuantitativos, y los controles de las predicciones cuantitativas más precisas son más severos que los controles de las predicciones menos precisas.*
16. *El autoritarismo en la ciencia iba unido a la idea de fundamentar, es decir, probar y verificar las teorías. El enfoque crítico va unido a la idea de someter a controles, o sea, de intentar refutar o falsar, las conjeturas.”⁵⁵*

La ciencia es la comprensión, explicación y naturaleza del mundo a través de la integración y organización del conocimiento comprobado, resultado de la investigación y experiencia que se obtienen con la observación y la experimentación, principalmente. Aunque también a ésta la estructuran teorías capaces de ser refutadas; debido a que, como hizo saber Julio Verne, ésta se compone de errores, que a su vez son los pasos hacia la verdad; y esta última es prioridad de la ciencia.

Además, Popper decía que: *“La ciencia no es un sistema de enunciados seguros y bien asentados, ni uno que avanzase firmemente hacia un estado final. Nuestra ciencia no es conocimiento (epistēmē): nunca puede pretender que alcanzado la verdad, ni siquiera el sustituto de ésta que es la probabilidad... Pero la ciencia tiene un valor que excede al de la mera supervivencia biológica; no es solamente un instrumento útil: aunque no puede alcanzar ni la verdad ni la probabilidad, el esforzarse por el conocimiento y la búsqueda de la verdad siguen constituyendo los motivos más fuertes de la investigación científica”⁵⁶.*

Por otro lado, Agnósticos e idealistas metafísicos desde su visión, retienen la negativa de que la finalidad principal de la ciencia es conocer las leyes de la naturaleza, pues la estipulan como una cuestión inaccesible.

⁵⁵ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. Pp. 112-114.

⁵⁶ *Op. Cit.* POPPER, Kart R.; 1980. P. 259.



En sí, estos dos grupos minimizan a la ciencia como mera descripción de las fenomenologías que ocurren. Ante esto se han manifestado los clásicos marxistas y especialmente los investigadores de las áreas afines a las ciencias naturales; pues señalan que ellos como científicos, además “*de tener a su disposición las leyes y teorías universales, pueden extraer de ellas diversas consecuencias que le sirven [...para dar] explicaciones y predicciones*”⁵⁷.

Asimismo, defienden que la ciencia ha tenido logros espectaculares, especialmente en el ámbito experimental; y que la misma no puede tener a la naturaleza ni sus acontecimientos como inaccesibles, puesto que ésta es una “*una estructura asentada sobre lo hechos*”⁵⁸; donde lo importante, fundamentalmente, es aceptar los hechos y construir una teoría que concuerde con ellos para materializarla o aplicarla a un caso. (Parafraseando a Galileo Galilei en H.D. Anthony, dentro de su obra “*Science an its background*”⁵⁹).

Y se puede decir que este es el objetivo de la ciencia: la construcción teórica de la realidad, los hechos que la conforman, tópicos y materias que se mantienen en movimiento y renuevan; así como de las estructuras que encaminan a la reflexión, análisis, concientización del hombre y interpretación.

En los hechos es que se reside la fuerza de la ciencia. El establecimiento preciso e invariable de éstos, son una cuestión indispensable en la labor científica que conducirán a la consolidación de un aspecto y objetivo del fenómeno que se está tratando. Y los hechos, tras ser elegidos, categorizados, generalizados y explicados; se convierten en la parte central de la ciencia para conseguir el descubrimiento de nuevas leyes de la realidad.

Sin embargo en contrastación a lo anterior, Popper redactó que: “*La ciencia nunca persigue la ilusoria meta de que sus respuestas sean definitivas, ni siquiera probables; antes bien, su avance se encamina hacia una finalidad infinita – y, sin embargo, alcanzable –: la de descubrir incesantemente problemas nuevos, más profundos y más generales, y de sujetar nuestras respuestas (siempre provisionales) a contrastaciones constantemente renovadas y cada vez más rigurosas.*”⁶⁰

Por otro rubro, hay que destacar que al profundizar cualquier asunto específico durante el proceso de investigación científica, se descubren las facetas del conocimiento que, a su vez, van desarrollando a la ciencia.

Este conocimiento de las fenomenologías:

*“...descubre la esencia (la ley de la causa, la identidad, la diferencia, etc)... de la realidad... la marcha común de todo el conocimiento humano, de toda ciencia en general. Así es el curso que siguen las ciencias naturales y la economía política y la historia”.*⁶¹

⁵⁷ CHALMERS, Alan F. *Qué es esa cosa llamada ciencia. Una valoración de la naturaleza y del estatuto de la ciencia y sus métodos.* México: Siglo XXI editores, S.A. de C.V.; 2001. P. 17.

⁵⁸ J.J., Davies. *On the scientific method.* Inglaterra: Longman, 1968. P. 8.

⁵⁹ H. D., Anthony. *Science and its background.* Londres: Macmillan, 1948. P. 145.

⁶⁰ *Op. Cit.* POPPER, Kart R.; 1980. P. 262.

⁶¹ KÉDROV Spirkin, B. *La ciencia.* Versión al español de José M. Bravo. México: Editorial Grijalbo, S.A., 1968. P. 14.



Engels por su parte demostró, en voz de Kedrov Spirikin, que:

“...el desarrollo general del conocimiento de la naturaleza, la sociedad y la actividad espiritual de las personas incluye las siguientes facetas: observación... análisis... reconstrucción de los resultados, unión del análisis y síntesis”⁶².

| | |
|---|---|
| 1) OBSERVACIÓN: | Se basa en la observación directa del objeto o fenómeno de estudio, considerándolo como una conjunción en la que todo se transforma y se encuentra interrelacionado. |
| 2) ANÁLISIS: | En esta parte se resaltan las diferentes etapas del objeto o fenómeno y se estudian sus elementos en modo independiente y dividido. |
| 3) RECONSTRUCCIÓN DE LOS RESULTADOS: | Se replantea lo obtenido del análisis con la adición de que se organiza la información y los resultados conseguidos del estudio. Esto se recomienda hacerlo en un cuadro fraccionado por secciones previamente establecidas para tener una mejor orden. |
| 4) UNIÓN DEL ANÁLISIS Y LA SÍNTESIS: | Una vez que se reconstruyen los resultados, se montan las partes y se recopila en un resumen completo la suma de lo conseguido. |

Actualmente la ciencia re-evoluciona al mundo en su totalidad y en su concreción. El pensamiento humano por la diversidad cualitativa de su existencia y hacer social ha traído como consecuencia que éste genere múltiples divisiones del conocimiento científico, y dentro de estas esferas, los científico han producido procedimientos y métodos definidos para cada área en específico.

Es por dicha integración que la ciencia se compone como *“un complejo... que incluye numerosas facetas y está relaciona con otros numerosos fenómenos de la vida social. Ésta constituye una parte integrante de la historia universal de la humanidad”⁶³*. La ciencia, por ende, debe prosperar a la par con la sociedad y, al mismo tiempo, la sociedad progresa con la ciencia. Y de esta forma es posible señalar que la ciencia no sólo es un marco de conocimientos organizados, sino también un fenómeno social que procura dar *“satisfacción a las necesidades que plantea la vida social”⁶⁴* y solución a los problemas de los seres humanos.

Un problema, cabe destacar, puede ser también un asunto a tratar y relacionado con la humanidad. En este sentido, los investigadores tocan varios temas o asuntos de estudio que pueden no representan un problema grave o a sanar, sino tan sólo una situación a resolver o hallarle explicación.

Y para obtener el éxito que buscan, requieren de recursos lógicos, técnicas y medios adecuados con su fenómeno de estudio para desarrollar mejores experimentaciones. Éstas últimas a su vez les servirán como práctica para dar veracidad a su investigación cuando se muestren los resultados; y demuestre lo pretendido en las hipótesis.

⁶² Ibidem.

⁶³ Ibid, p. 22.

⁶⁴ Ibidem.



Al mismo tiempo, un criterio de validez científica se derivará del análisis del fenómeno y sus procesos y de su interpretación teórica.

“De hecho, en cualquier esfera de la ciencia, la orientación práctica representa el estímulo fundamental y determinante de la investigación, Toda la historia del conocimiento científico muestra que, después de que un descubrimiento ha sido utilizado en la práctica, se inicia un desarrollo intenso en la correspondiente esfera del saber científico [o técnica; y que la misma,] revoluciona a la ciencia”.⁶⁵

Dentro de la construcción científica hay que tomar en cuenta lo siguiente:

1. La información obtenida y datos relevantes para que se incorporen a lo largo de su progreso y que suelen acumularse por observaciones y experimentaciones.
2. Los resultados a fin de que se generen de dicha información y datos manifestados en leyes, principios, teorías y semejantes.
3. Las hipótesis y suposiciones fundamentadas en hechos reales para que puedan ser confrontados y comprobados de manera experimental.
4. La interpretación teórica de lo obtenido a fin de que represente una concepción del mundo descubierto metodológicamente y estipulado con leyes y principios.

Por otro lado, a pesar de que la ciencia emerge y progresa con la influencia de las necesidades materiales sociales, con recursos cognoscitivos afirmados, la **creación científica**⁶⁶ le da movimiento aunque su carácter sea independiente o posea una lógica interiorizada.

Ésta, también denominada **imaginación científica**⁶⁷; es la capacidad de poder crear conceptos nuevos, metodologías, teorías, principios y leyes por medio de experiencias y conocimientos pasados o propios de la imaginación e inventiva del científico.

De tal imaginación, además de que debe encausarse una imaginación comunicacional para la conformación formal de la Comunicología en el campo científico, se desprende la capacidad creativa que el investigador tiene por innovar la ciencia, revolucionarla o incorporar nuevos elementos y categorías del conocimiento más específicas o renovadas; y nace de la curiosidad por conocer, traducir la realidad y re-evolucionar la ciencia que considera obsoleta o perfectible.

La ciencia, en este sentido, tiene por soporte principal y trampolín: la curiosidad del conocer, comprender el todo y a la naturaleza.

Este deseo insita a conocer el pasado, el presente y el futuro del universo, el cual es el responsable del desarrollo de las sensaciones humanas que todo el tiempo se halla en contacto con éste; y que, por

⁶⁵ *Ibid*, p. 23.

⁶⁶ MORALES, Abraham. *La creación científica*. Madrid: Taurus Comunicación, 1985. 385p.

⁶⁷ HOLTON, Gerald. *La imaginación científica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1973. 272p.



medio de la percepción y el razonamiento es que se lleva a cabo el proceso de la comprensión para poder alcanzar como producto al conocimiento mismo.

La ciencia se basa en lo que la percepción de los sentidos y la inteligencia puede probar; y a pesar de que esto es materia subjetiva de cada individuo, las especulaciones ingenuas, *“las opiniones, y preferencias personales... no tienen cabida en la ciencia”*⁶⁸, porque ésta debe ser objetiva (o lo más precisa y objetiva posible); con la finalidad de que el conocimiento que se obtenga mediante ella, esté convencionalizado y estipulado de manera universal.

Dicha **objetividad** (hasta cierto punto influenciada por la intersubjetividad del investigador y entendida como el *“conjunto complejo de procesos determinados de producción de conocimientos, unificados por un campo conceptual común; cuyos procesos se encuentran organizados y regulados por un sistema de normas, e inscriptos en un conjunto de aparatos institucionales materiales”*⁶⁹), debe conseguirse basándose exclusivamente en la práctica científica y con la rigurosidad de lo expresado por la ciencia y los hechos; ya sea por aquellas experiencias y conocimientos previamente consultados, o bien, por aquellos que están resultando durante el proceso de una investigación.

De esta forma, Raúl Rojas Soriano determina que la ciencia:

“Es el conjunto de conocimientos obtenidos y comprobados a través de la práctica científica los cuales se organizan rigurosamente con base en un sistema y se expresan en principios, teorías y leyes, conceptos y métodos de investigación debidamente articularlos. Tales conocimientos sirven tanto para guiar la investigación científica como para describir, explicar y predecir las causas y consecuencias de los fenómenos”.⁷⁰

En otro rubro, debido a que la realidad es tan extensa, ésta se ve seccionada en áreas de estudios específicos que han originado como consecuencia el desprendimiento de ciencias particulares.

“La historia de la ciencia revela que, con frecuencia, la aparición de ideas fructíferas en algunas de las ramas del saber sirvió de impulso al desarrollo creador de otras esferas de la ciencia. El movimiento teórico del pensamiento se manifiesta, en fin de cuentas, como finalidad de la actividad práctica encarnándose y materializándose en la producción... La ciencia... ha servido de fuente de nueva práctica”.⁷¹

Cada ciencia, a pesar de tener objetos de estudio distintos, guarda la función de hallar explicaciones lógicamente racionadas y objetivas en relación con diversas cuestiones de la realidad, donde lo que se

⁶⁸ *Op. Cit.* CHALMERS, Alan F.; 2001. P.13.

⁶⁹ *Op. Cit.* CASTELLS, Manuel. P. 15.

⁷⁰ *Op. Cit.* ROJAS Soriano, Raúl; 1989. P. 127.

⁷¹ *Op. Cit.* KÉDROV Spirkin B.; 1968. P. 24.

Anotación: Este párrafo se remarca por su importancia, debido a que será útil para fundamentar más adelante el trabajo en curso y consolidar la estructuración de una nueva ciencia: la comunicología. Es decir, comenzaremos puntualizando en esta primera parte, que por razón de que ideaciones fructuosas en las diferentes segmentaciones del conocimiento han encausado la creación de otras esferas de la ciencia, de nuevas ciencias, es que la comunicología es un hecho posible, pues la historia de la ciencia lo revela y argumenta. Asevera Kédrov.



estudian es el universo mismo; y en las que los conocimientos obtenidos, poseen una vinculación e interconexiones; incluso cuando se tratan ramas que parecieran totalmente distintas.

Por su parte Rossemblueth señala algunas posturas sobre lo que es ciencia en el “*El método científico*”, pues indica que “*aún cuando parezca paradójico, la mayoría de las personas que se dedican a la investigación científica y que contribuyen al desarrollo y progreso de la disciplina que cultivan, no podrían formular con precisión su concepto de lo que es ciencia, ni fijar los propósitos que persiguen, ni detallar métodos que emplean en sus estudios, ni justificar éstos métodos*”⁷².

Y Entre los diversos enfoques existentes, cita al del inglés Huxley, tras subrayar que “*la ciencia es sentido común organizado y la sistematización de los conocimientos*”⁷³; y al inglés Woodger, quien la significa como “*el conjunto sistematizado de proposiciones que se refieren a un tema determinado*”⁷⁴.

Al final Arturo Rossembluet concluye resumiendo el término de ciencia como:

“El conocimiento ordenado de los fenómenos naturales y de sus relaciones mutuas [...donde la misa pretende la obtención de] modelos abstractos o teóricos lógicos, que representen fielmente las relaciones funcionales invariantes que existen en la naturaleza. Estos modelos parten de experiencias pasadas y deber ser aplicables a las futuras”.⁷⁵

Asimismo, integra la ecuación lógica de decir que la “*descripción y la sistematización son preliminares indispensables para la identificación de los fenómenos y para la selección de las variables... una de las tareas más difíciles de la intuición científica. [Además de que...] es el conocimiento científico el que se ocupa de los aspectos reproducibles de la naturaleza debido a que el hombre de ciencia lo que quiere es sistematizar y legislar la experiencia pasada con el objetivo de poder predecir y controlar la futura*”⁷⁶.

Y, si bien la ciencia se emplea para predecir la experiencia futura, es importante comprender también que cada científico es parte del legado científico de la época a la que corresponde; y que, son las necesidades de la misma y de la sociedad que habita, las que orientan el enfoque, carácter y objetivos de su trabajo. En este sentido, son las exigencias socio-científicas lo que gesta su labor y hacen que la ciencia y las relaciones sociales del momento histórico en el que vive, aumenten. Así pues, a la ciencia se le puede entender como:

*“...un producto del esfuerzo colectivo de muchos hombres y mujeres, a través de una multitud de generaciones de manera que sus conquistas y resultados pertenecen en común a la **humanidad entera**. Es la ejecución de sus trabajos, en contacto unos con otros para comunicarse mutuamente sus experiencias, discutir sus*

⁷² ROSSEMBLUETH, Arturo. *El método científico*. Ediciones Científicas la Prensa Médica Mexicana; 1981. P. 4.

⁷³ *Ibid.*, p. 5.

⁷⁴ *Ibidem*.

⁷⁵ *Ibid.*, p. 10.

⁷⁶ *Ibidem*.



interpretaciones, coordinar sus planes, recibir críticas sobre los resultados obtenidos y hacer sugerencias conducentes a otras investigaciones...”⁷⁷.

Pero, por razón de dicha complejidad que conjunta de la ciencia en sí misma hasta de un modo generacional, se insiste en hacer la indicación de que se encuentra fraccionada en varios campos del conocimiento; y que es considerada un sistema; o bien, de una manera más concreta: “[un] sistema de conocimientos demostrados que se refieren a un problema y proceden de acuerdo con un método”⁷⁸.

En otro enfoque, Ezequiel Ander-Egg en su libro *Técnicas de Investigación Social* entiende a la ciencia como: “un conjunto de conocimientos racionales, ciertos o probables, que obtenidos de manera metódica y verificados en su contrastación con la realidad, se sistematizan orgánicamente haciendo referencia a objetos de una misma naturaleza, cuyos contenidos son susceptibles de ser transmitidos”⁷⁹. Contenidos que, a diferencia antes que eran instituidos por la fe, hoy día acrecientan la inteligencia de los seres humanos y organiza mejor sus conocimientos.

La búsqueda de la verdad y obtención del conocimiento científico es el objetivo de la ciencia; así como explicar objetivamente y de manera racional al universo. Su objeto de estudio es la realidad en forma y materia (presente, pasado y futuro); y el movimiento que en ella se genera (correspondencias lógicas y fenómenos). Además, la ciencia se constituye de saberes sustentados afines a un mismo objeto y enlazados por una conexión elaborada a base de fundamentos.

TABLA DE CARACTERÍSTICAS DE LA CIENCIA CON BASE EN RUBÉN H. PARDO⁸⁰

La ciencia es el cuerpo de conocimientos al que le son esenciales las siguientes particularidades:

- Capacidad descriptiva, explicativa y predictiva (mediante leyes)
- Carácter crítico
- Fundamentación (lógica y empírica)
- Carácter metódico
- Sistemática
- Comunicabilidad mediante un lenguaje preciso
- Pretensión de objetividad

Con base en lo ulterior y a título personal, se puede señalar que la ciencia (proveniente del latín antiguo ‘*scientia*’), es la integración del saber racional relacionado con los fenómenos y hechos de la realidad y naturaleza; capaz de ser verificado, comunicado, retroalimentado y revolucionado. Además, se trata del complejo de los conocimientos de la historia del hombre. Este saber es una interpretación del mundo. Es la construcción constante de la humanidad y una de sus labores ancestrales más antañas que generacionalmente produce, desarrolla y transmite. O bien, de una forma más técnica:

La ciencia es la conjunción de los conocimientos racionales, precisos, e inciertos hasta su comprobación; los cuales deben estar estructurados sistemáticamente y son obtenidos metodológicamente. Éstos sirven como fundamento para predecir el

⁷⁷ DE GORTARI, Eli. *Lógica General*. México: Editorial Grijalbo, S.A.; 1972. P. 10.

⁷⁸ BUENO, Miguel. *Principios de lógica*. México: Edición Editorial Patria, 1970. P. 42.

⁷⁹ *Op. Cit.* ANDER-EGG, Ezequiel; 2001. P. 33.

⁸⁰ Basado en: *Op. Cit.* DIAZ, Esther; [et. al.]; 2000. P. 44.



futuro, dar explicación y descripción a los fenómenos, como guía en la investigación y para la creación conceptual, teórica, metódica y de leyes.

La ciencia, por motivo de la gran extensión de su estudio, ha generado nuevas ramas y ciencias especializadas que, sin excepción alguna, tienen que contar primordialmente con cuatro cualidades:

- , Rigor.
- , Solidez.
- , Universalidad o Convencionalidad.
- , Organización ordenada.

Por último, es relevante mencionar que para Heinz Dieterich el término de ciencia abarca de concretamente, cuatro aspectos de la realidad contemporánea descritos en la siguiente tabla:

| LOS ASPECTOS DE LA CIENCIA CONTEMPORÁNEA⁸¹ |
|---|
| A) Las instituciones cuyo quehacer consiste en realizar actividades vinculadas con la ciencia, sobre todo, las universidades y centros de investigación públicos y privados. |
| B) El método científico es un procedimiento para interpretar el universo de una manera objetiva. |
| C) Las teorías y conocimientos científicos elaborados a lo largo de los últimos 2500 años de la historia humana, y, sobre todo, desde la génesis de la ciencia moderna en el siglo XVI. |
| D) El sujeto cognoscente o investigador: el científico. |

1.2.1 DEL PENSAMIENTO Y LA CIENCIA, DE LAS LEYES Y LAS TEORÍAS

Todo conocimiento es importante para la ciencia, ya que la misma progresa partiendo de los conocimientos del pensamiento ordinario y les supera a través de la investigación científica, la resolución de problemas, la comprobación de hipótesis y demás elementos que construyen al pensamiento científico. Éste que a su vez propicia teorías y leyes. Empero, antes de entrar en materia del significado de las leyes y teorías, es necesario considerar las siguientes características de la ciencia.

1) FÁCTICO:

Siendo posible, se basa en los hechos de la realidad.

2) CRECIENTE:

Va más allá de las apariencias partiendo de los hechos para comunicar el conocimiento. Trasciende los hechos para crear materia científica sólida.

3) ANALÍTICO:

Desfragmenta al objeto de estudio para profundizar mejor su trato científico, partiendo de todo a todo.

4) CERTERO:

No hay lugar para las vaguedades ni confusiones, pues la exactitud es el compromiso primordial.

⁸¹ DIETERICH, Heinz. *Nueva guía para la investigación científica*. México: Editorial Planeta Mexicana, S.A. de C.V. Colección Ariel; 2004. P. 23.



5) REPRESENTATIVO:

Se rige por representaciones simbólicas porque en ocasiones el lenguaje común no es suficiente.

6) DIFUNDIBLE:

La ciencia no es elitista, **debe ser abierta y comunicarse al mundo.**

7) DEMOSTRABLE:

La comprobación experimental o de observación es su fuerza de consolidación. El sometimiento a pruebas que no lo refuten, lo construye y le hace convencional de manera universal.

8) METODOLÓGICO:

Debe haber una organización y forma para que se produzcan conclusiones y conocimientos afines y relacionados. Asimismo, un proceso le dará dirección mediante una serie de pasos confiables.

9) ACLARATIVO E INTERPRETATIVO:

Parte de la elucidación de las causas y desarrollo o crecimiento de los fenómenos/objetos. Ofrece las razones, significados y, trabaja por la explicación de los hechos sustentándose en teorías y leyes.

10) PRONOSTICA:

Lo científico explica los hechos para emplear los resultados en el futuro: para crear. La predicción le es útil para poder mejorar las condiciones de vida de la humanidad con cuestiones benéficas.

11) ACCESIBLE EN SU APERTURA:

Consciente de las vicisitudes de la vida, la ciencia es abierta. Mira los fenómenos/objetos de estudio desde todos los ángulos y acepta críticas y retroalimentaciones para revolucionar e innovar.

12) EFICIENTE:

Su uso más frecuente, la tecnología: ciencia aplicada. Pero también es valiosa como *“herramienta para domar a la naturaleza y remodelar a la sociedad; es valiosa... como clave para la inteligencia del mundo y del yo; y es eficaz en el enriquecimiento, la disciplina y la liberación de nuestra mente”*⁸².

El conocimiento del pensamiento científico debe estar sustentado y poseer las particularidades señaladas para crear leyes, formas generales del mundo. Éstas son oraciones que definen las correspondencias entre los fenómenos y que traducen los cambios de los fenómenos de la realidad. Dichas estructuras científicas no son del todo probables y sólo cuando alcanzan un máximo grado de probabilidad es que se conforman como principios y cuando apenas cumplen el mínimo grado en requisito para serlos de les determina como leyes estadísticas.

A la ley se le puede juzgar también como:

“... un enunciado que permite explicar y predecir –en la medida en que lo permitan las características del objeto de estudio y el desarrollo de la ciencia particular- las causas y tendencias de determinados fenómenos en el transcurso del tiempo. La Ley es una hipótesis debidamente comprobada de la realidad concreta y

⁸² LÓPEZ, Cuno. *Método e Hipótesis Científicos*. México; Editorial Trillas, 2004. P. 23.



que se encuentra vinculada a una teoría dentro de un campo específico de la ciencia. Existen leyes teóricas y leyes empíricas y estadísticas”⁸³.

| 1) LEYES TEÓRICAS: | 2) LEYES EMPÍRICAS: |
|--|---|
| Se trata de las cuestiones genéricas y básicas para entender los procedimientos y mecanismos de la realidad. Manifiestan la sustancia real de los fenómenos, indagando hondamente sus causas verdaderas; y explican a las empíricas. | Hacen alusión a las cuestiones externas de los fenómenos/objetos y a su ámbito de aplicación es menor que el de las leyes teóricas. De éstas se derivan a las leyes estadísticas. |
| | 2.1) LEYES ESTADÍSTICAS: Son formulaciones que generan correspondencia entre los hechos empíricos y datos duros, cuyos objetivos persiguen asuntos de probabilidad. |

Por otro lado, bajo la mira de Mario Bunge, la ley “es una hipótesis fundada... de una clase especial, a saber; una hipótesis confirmada de la que se supone que refleja una pauta objetiva”⁸⁴. Las leyes emancipan al conocimiento humano y tocan las propiedades profundas de los fenómenos/objetos.

“Una ley es una pauta estable que opera independientemente del conocimiento o de la voluntad de los humanos: es inherente a las cosas. Ésta se descubre, no se inventa. La ley no puede tener límites espaciales o temporales, [sino que son universales y trascienden en el tiempo sin poder cambiar]. Una ley objetiva no puede violarse... La ley está en el orden de las cosas: es propiedad esencial de las cosas de alguna clase”⁸⁵.

De esta manera se puede llegar a la reflexión de que las leyes son normar inalterables y objetivas sobre las cosas que integran a la realidad; cuyo carácter es universal. Aunque por otro lado existe una tipología más de ley: “las leyes causales”⁸⁶.

| 3) LEYES CAUSALES: |
|---|
| Son las leyes de los modos recurrentes de cambio en los fenómenos/objetos (ejemplo: la ley de la dilatación de los cuerpos, especialmente los metales en condiciones de temperaturas elevadas). |

Por otro lado, basada en la objetividad, la teoría la podemos comprender como una propuesta que configura tópicamente una serie de complejos conceptuales y leyes con la finalidad de dar explicación y predicción a fenómenos específicos que se manifiestan en una fracción de la realidad.

La teoría, a diferencia de la ley, ésta aún no es aceptada como verdadera de forma convencional por carecer de fundamento concreto y ciertamente empírico.

Ahora bien, si se cuenta con el apoyo de Maurice Duverger, es posible complementar la información anterior; debido a que éste enfatiza que:

⁸³ Op. Cit, ROJAS Soriano, Raúl; 1989. Pp. 159.

⁸⁴ Op. Cit. BUNGE, Mario; 2004. P. 265.

⁸⁵ BUNGE, Mario. *Buscar la filosofía en las Ciencias Sociales*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C. V.; 1999. P. 47.

⁸⁶ Para mayor información consultar: Op. Cit. PADILLA, Hugo; 2002. Pp. 119 y 120.



“La teoría... consiste en sintetizar los resultados de la observación, de la experimentación y del método comparativo, expresando la forma coherente de todo lo que se sabe y también lo que se supone acerca de estos fenómenos... es a la vez balance de los resultados de las investigaciones realizadas de un programa de futuras investigaciones... [Es una] sistematización a priori... un poco ficticia [porque en la] explicación y predicción... la sistematización de los resultados se realiza un perpetuo ir y venir... La teoría es perpetuo devenir. [La teoría sirve] de base a nuevas investigaciones que obligan a modificar la teoría antigua y a definir nuevas síntesis [-teorías y conocimientos-], la cual abre nuevas perspectivas de investigación, etc. Pero este mismo movimiento obliga a la teoría a rebasar los límites del conocimiento científico”.⁸⁷

Una no es un sencillo conjunto de fórmulas revueltas, no. De antemano ésta necesita de una unidad en su contenido y debe hacer referencia a un mismo asunto, hecho, fenómenos u objeto. Éstas deben ser formalizadas con el apoyo de algunas reglas. La teoría tiene ciertos elementos integrales cuando está formalizada, tales son:

| ELEMENTOS DE UNA TEORÍA FORMALIZADA ⁸⁸ | |
|---|--|
| 1) NOCIONES BÁSICAS: | Al igual que las letras de un alfabeto, son el total de símbolos que son introducidos sin previa definición y que se definen automáticamente por su uso. |
| 2) AXIOMAS: | Se entienden como los principios que son considerados como soporte principal de los sistemas por los cuales se comprueban otras proposiciones. |
| 3) TEOREMAS: | Son proposiciones producidas con base en los axiomas, a través de reglas. |
| 4) REGLAS DE SINTÁXIS: | Señalan cómo se deben emplear los símbolos (reglas de formación) y cómo se tienen que emplear las fórmulas. |

Hay que indicar que dentro de la realidad de nuestro mundo, la praxis y aplicación constante es prueba de verificación de las leyes, o bien, un criterio de verdad del conocimiento que justificará la validación el conocimiento a través de su práctica y repetición. En este caso la experimentación puede ser una ejecución de dicha praxis; y el conocimiento, reproduciendo a Jean Piaget en la obra de Ander-Egg: “el resultante de unas interacciones que se producen a medio camino entre el sujeto y el objeto, y por tanto, que dependen de ambos al mismo tiempo pero a causa de una indiferenciación completa y no de unos intercambios entre las formas distintas”⁸⁹.

1.2.1.1 MODELOS

La ciencia principalmente le da explicación a la realidad de un modo más serio y verdadero que las teorías se encargan de traducir, ya que las mismas son sistemas de explicaciones mediante suposiciones más rígidas enunciadas como leyes. En general, las nociones desbordadas de las teorías son definidas por las premisas fundamentales de una teorías y éstas, al mismo tiempo son formulados a través de postulados abstractos o de modelos.

⁸⁷ DUVERGER, Maurice. *Métodos de las Ciencias Sociales*. España: Editorial Ariel, S.A.; 1996. Pp. 374-379.

⁸⁸ Basado en: MARTÍNEZ Chávez, Víctor Manuel. *Fundamentos teóricos para el diseño de un protocolo en investigación*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C. V.; 2004. P. 45.

⁸⁹ ANDER-EGG, Ezequiel. *Técnicas de Investigación Social*. México: Editorial el Ateneo, S.A. de C. V.; 2001. P. 22.

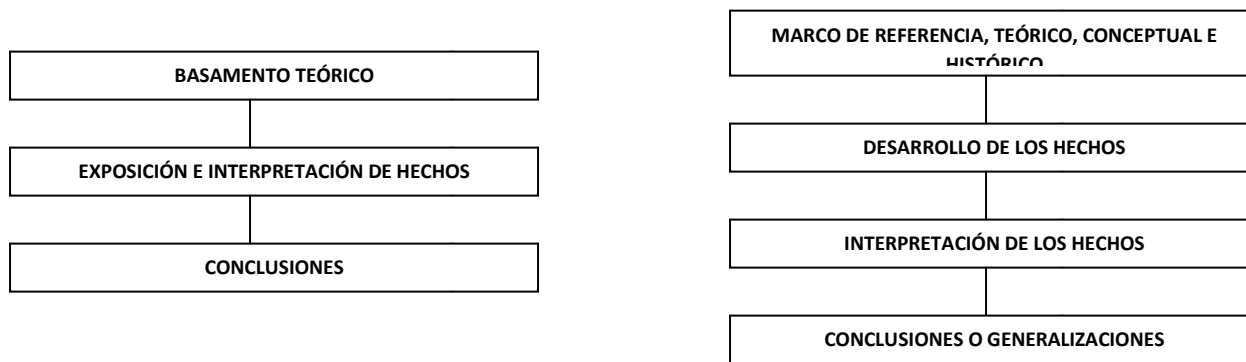


Los modelos son construcciones empleadas para representar cuestiones en general de la realidad por medio de abstracciones cuya función en la de ordenar y simplificar cualquier apreciación de dicha realidad, en tanto que continúe guardando sus características principales. Estas construcciones son esquemas conceptuales y enlazan la correspondencia y relaciones que hay entre dos conceptos. Éstos deben interpretar una teoría, explicarla concretamente y producir acontecimientos a futuro.

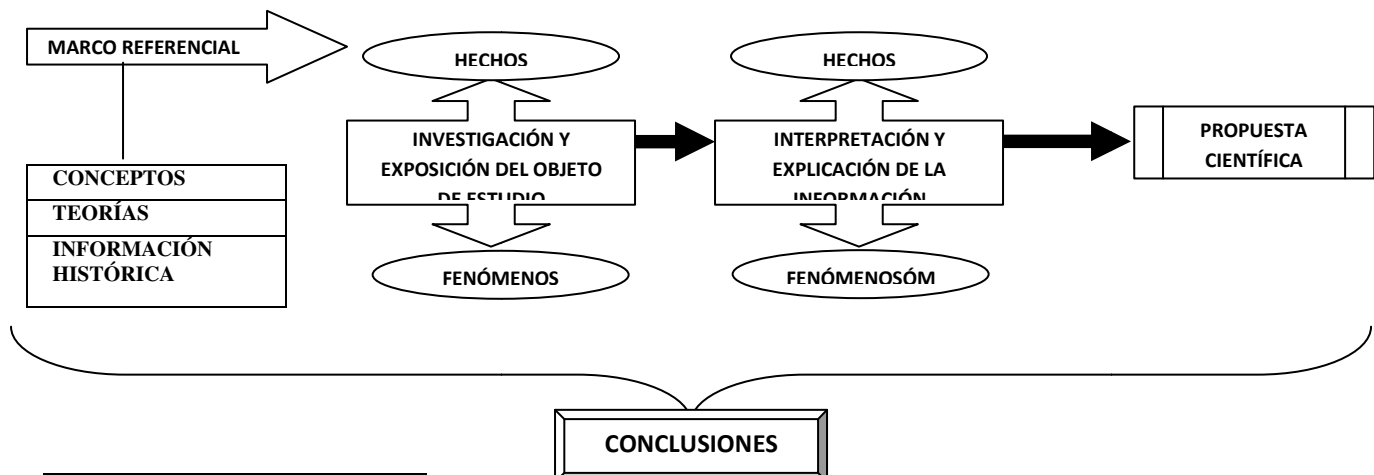
Existen varios tipos de modelos, como son: físicos, matemáticos, formales, históricos, fenomenológicos, de comunicación, psicológicos, etcétera.

En el caso de los modelos, sus elementos deben ser concreto y en escala, como es el caso del átomo o del sistema solar en el que vivimos. En lo que respecta a los modelos formales, se tratan de abstracciones que significan formas lógicas a través de símbolos. Y lo que refiere a los históricos, éstos harán un énfasis en la cuestión cronológica y de tiempo para explicar los hechos históricos.

Por su parte, la intelectual Guillermina Baena desentraña al modelo como “la acepción más general, es la representación simbólica del diseño o plan... [Éste] puede adoptar diversas formas de acuerdo al tema... A veces [se puede] seguir algún modelo general de los existentes; otras [se tendrá] que modificar de acuerdo a las necesidades del problema”⁹⁰. Por ejemplo, se puede basar en los siguientes modelos para hacer tesis que se extraen de la obra “Instrumentos de Investigación” de la Dra. Baena:



Y derivar una propuesta propia, aún sencilla, pero totalmente nueva:



⁹⁰ BAENA, Guillermina. *Instrumentos de investigación*. México: Editores Mexicanos Unidos, S. A.; 1986. P. 20.



De esta forma también se puede rehacer a partir de modelos existentes, otros modelos, aunque puede darse la derivación de uno nuevo de forma creativa, pero basa en conocimientos y la semejanza con la realidad del fenómeno o asunto que se esté considerando científicamente.

“El modelo teórico está constituido por un conjunto de símbolos cada uno de los cuales encuentra su correspondencia en la teoría. Esa correspondencia sólo se refiere a lo esencial, no proporciona una información completa: un modelo es siempre una abstracción.

*Un modelo puede ser desde unas cuantas líneas hasta una hipótesis o una teoría, pues también la teoría se considera un modelo de la realidad”.*⁹¹

Los modelos miden su validez en su capacidad predictiva mediante desarrollos cognoscitivos y bases gnoseológicas y metodológicas. Además proporcionan una panorámica general del tópico que se esté tratando. Los modelos son postulados científicos que cubren cuatro funciones en la ciencia.

1) ORGANIZAN:

Con los modelos se ordenan y conforman relaciones de la información concreta para demostrar semejanzas e interconexiones mutuas que con anterioridad no habían sido demarcadas. Cuando el modelo emprende la información de modo organizado sobre procesos y fenómenos desconocidos a través de imágenes capturadas de hechos conocidos, se integra una explicación breve.

2) PREDICEN:

Los modelos operacionalizan y exponen la información en su mínima expresión; con ellos es posible predecir y ampliar los conocimientos sobre lo estudiado, más allá de la información que no se cuenta en primera mano.

3) DE HEURÍSTICA:

En su función heurística el modelo nos indica en donde se puede buscar algo importante. La observación y el análisis de determinado número de acontecimientos, son el motor de ésta función, siempre que hayan parámetros de tiempo y ciertas condiciones apropiadas

4) MIDEN:

Su funcionalidad con la medición existe bajo los siguientes condicionamientos:

- cuando el modelo corresponde a una cuestión regida por leyes y,

⁹¹ *Op. Cit.* MARTÍNEZ Chávez, Víctor Manuel; 2004. P. 46.



- cuando dicha cuestión no se entiende claramente, ya que los datos obtenidos pueden ser utilizados como indicadores.

Es decir que, en el momento en que una cuestión regida por procesos estipulados, se les puede denominar medida a los datos recabados, desde a los elementos básicos que están ordenados hasta a aquellas escalas de las relaciones complejas de un fenómeno, manifestándose como estándares.

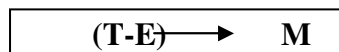
En el caso concreto de la taxonomía científica, los modelos pueden ser formales o fácticos. Los primeros corresponden a las estructuras hechas con referencia en las formas ideales que estudian la matemática y la lógica. Los segundos, por su parte, son aquellos modelos que se usan en todas las ciencias fácticas cuyos objetos de estudio y fenómenos comprenden algo más allá de lo ideal.

*“Si se lleva a cabo la sustitución de modelos, el resultado será un sistema de enunciados analíticos (que será verdadero por convención). Por consiguiente, un sistema axiomático interpretado de este modo no puede considerarse como un sistema de hipótesis empíricas o científicas, ya que no puede ser refutado por falsación de sus consecuencias, pues también éstas han de ser analíticas”.*⁹²

Los modelos configuran y acoplan las representaciones de los fenómenos con el propósito de encausar predicciones basadas en el comportamiento de los procesos de su sistema original. Con éste se proyectan predicciones; debido a que para predecir, es indispensable la conformación de modelos rígidos pero evolutivos que se adapten a las teorías o mecanismos sólidos hechos. Asimismo, en opinión de Karl Deutsch, el modelo se configura mediante el siguiente proceso:

*“Un símbolo es una orden para hacer seguir en la memoria una cosa o evento determinado o conjunto determinado de cosas o eventos. Así pueden funcionar como símbolo cualquier tarea o evento físico que funcionen repetidamente como tal orden... Si empleamos varios símbolos, de modo que se pueda recordar varias cosas diferentes, debemos vincular nuestros símbolos con ciertas reglas operativas. El grupo de símbolos y el grupo de reglas operativas constituyen en conjunto un sistema simbólico o modelo”.*⁹³

La fusión de la teoría con la experiencia asiente la formulación de modelos, porque un modelo es en gran parte producto de la teoría, sin embargo también de la experiencia o reflejo de ésta. Es decir:



Los modelos son representativos en la medida en que se convierten en sistemas simbólicos, conceptuales, mapas temáticos; y que incluyen variables importantes de los sistemas de conocimientos empíricos generados de modo mecánico en los cuales se reproducen las estructuras y procesos genéricos que simplifican a cada elementos o que hacen referencia a escala pequeñas.

⁹² POPPER, R. Karl. *La Lógica de la Investigación Científica*. México: Editorial Tecnos, S. A.; 1991. P. 73.

⁹³ DEUTSCH, Karl. *Los nervios del gobierno, modelos de comunicación y control político*. México: Siglo Veintiuno Editores, S. A.; 1983. Pp. 35-53.



Al mismo tiempo, los modelos son operacionales cuando sus sistemas simbólicos, conceptuales o matemáticos comienzan su formulación a partir de representaciones, pero que además producen efectos que pueden modificar la estructura de inicio del propio sistema antes preestablecido.

*“En las ciencias sociales, usualmente los modelos consisten de símbolos en lugar de materia física. Esto es, las características de algún fenómeno experimental, incluyendo sus componentes y sus relaciones entre los componentes, se representan en arreglos lógicos entre los conceptos”.*⁹⁴

Así mismo, en lo que a las ciencias sociales se comprende, un modelo tiene que poseer los criterios de la tabla que se muestra a continuación.

| CRITERIOS DE UN MODELO PARA LAS CIENCIAS SOCIALES⁹⁵ | |
|---|---|
| 1) INTEGRACIÓN Y CORRESPONDENCIA: | La integración relacionada de los elementos que posea el modelo, debe desarrollar todo el fenómeno y, cada elemento debe ser pertinente a la información que se muestre al grado de que las conjeturas elaboradas se confirmen en las encuestas y estudios que se realicen sobre cierto espacio. |
| 2) EXHAUSTIVIDAD: | Un modelo tiene que ser exhaustivo por que debe agotar todos los términos del hecho o fenómeno a tratar para su clasificación descriptiva. |
| 3) PROFUNDIDAD: | Entre más profundice el modelo sobre su asunto, más aplicaciones tendrá y, por tanto, el alcance de sus afirmaciones será en mayor número así como sus derivaciones cognitivas. Esto le sumará mayor validez. |
| 4) ÚTIL: | Un modelo parte de que permite ofrecer muchos significados de modo concreto y claro. El mismo debe ser útil para reunir datos interesantes y complementarios. Así mismo, es un medio o instrumento para la aplicación del conocimiento en las ciencias sociales y para que la resolución de sus problemáticas planteadas. |

En general existen dos clases de modelos:

“estáticos y dinámicos”⁹⁶

1) ESTÁTICOS:

⁹⁴ NAMAQFOROOSH, Mohammad Naghi. *Metodologías de la investigación*. México: Editorial Limusa, S. A. de C. V.; 1990. P. 56.

⁹⁵ Para mayor información consultar: *Ibid.*, p. 56-58.

⁹⁶ *Op. Cit.* MARTÍNEZ Chávez, Víctor Manuel, 2004. P. 50.



Son el extremo o límite de los dinámicos, esto significa que son los modelos cuyas variables se relacionan con el mismo punto de espacio, tiempo y asunto específico.

2) DINÁMICOS:

Contienen ecuaciones fundamentales que se componen de variables referidas a distintos puntos de espacio, tiempo y temas. En éstos, el tiempo y la kinésis del tema intervienen de forma fundamental.

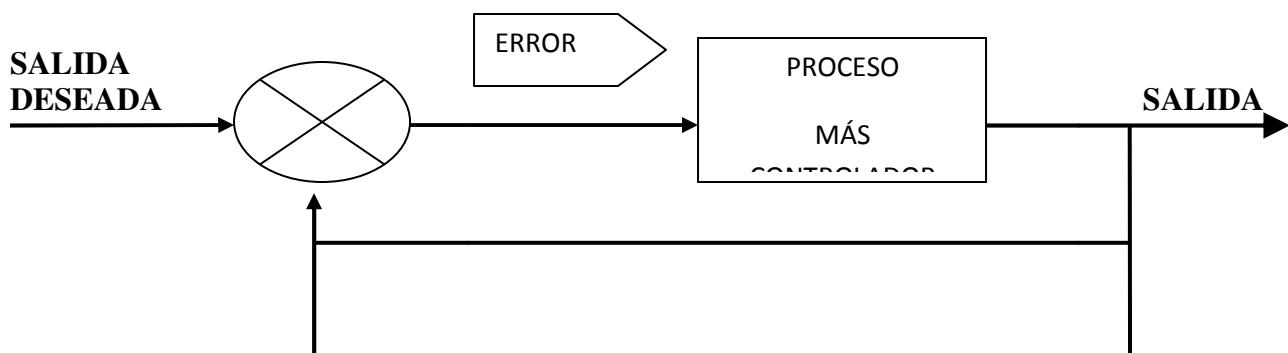
Por otro lado y para sintetizar, Brian Wilson, además de que los categoriza en modelos conceptuales y analíticos, distingue que:

“un modelo es la interpretación explícita de lo que uno entiende de una situación, o tan sólo de las ideas de uno acerca de esa situación. Puede expresarse en matemáticas, símbolos o palabras, pero en esencia es una descripción de entidades, proceso atributos y las relaciones entre ellos. Puede ser prescriptivo, ilustrativos, más ante todo, debe ser útil”.⁹⁷

1) EJEMPLO DE MODELO ANALÍTICO: MODELOS MATEMÁTICOS.

| | ESTADO ESTABLE | DINÁMICO |
|-------------------|---|---------------------------------|
| DETERMINÍSTICA | Ecuaciones Algebraicas | Ecuaciones diferenciales |
| NO DETERMINÍSTICA | Relaciones estadísticas y probabilísticas | Simulación de eventos discretos |

2) EJEMPLO DE MODELO CONCEPTUAL: CONCEPTO DE RETROALIMENTACIÓN.



⁹⁷ WILSON, Brian. *Sistemas: conceptos, metodología y aplicaciones*. México: Editorial Limusa, 1993. P. 28.



MEDICIÓN DE SALIDA

1.2.1.2 REGLAS

Las teorías además de modelos para su explicación, necesitan establecer reglas que relacionen sus contenidos o las ideas teóricas con los conceptos básicos. Las reglas, al igual que las teorías, leyes y modelos, sirven especialmente para darle una organización distintiva y orden adecuado al conocimiento científico y las investigaciones.

“Las reglas son las instrucciones prescriptivas o reguladoras en cuanto a la actuación correcta a desarrollar; surgen, como ya se indicaba, de la práctica técnica, de la organización social, etcétera”⁹⁸.

DEFINICIÓN DE REGLA

Las reglas pueden generarse por vía paradigmas ejemplares indicando la manera en que se debe hacer algo y realizando un ejemplo o, enseñando un caso que será el modelo o, criticando analíticamente una actuación. Esta noción fue desarrollada por el modo de aprendizaje aristotélico basado en la imitación: **la imitación ideal**. Los conceptos y nociones universales eran compuestos a través de modelos por los cuales se aprendían con el esfuerzo de emularlos. El nombre de su técnica fue comprendida como la **regla de la naturaleza** en la que se seguía a la naturaleza para, posteriormente, manifestar su descripción y para adoptarse como expresiones tangibles de una regla prescriptiva; es decir, como regla basada en el ejemplo.

Una regla también puede originarse por preceptos, normas y cánones. En este sentido, las reglas, ocupándose ya no de lo concreto sino de una generalización a nivel convencional. Es decir que, hoy en día se producen reglas de una forma técnica y a modo de receta para que esta pueda ser utilizada de modo universal. Por ejemplo: una ley política o social, la forma de elaborar una campaña de publicidad, la imposición reglamentaria de realizar el servicio militar.

A veces éstas son definidas como leyes (**naturales y sociales**) que deben hacerse estrictamente con los principios de un reglamento: de modo normativo o prescriptivo. Empero, aunque signifiquen de algún modo leyes naturales o sociales, la realidad es que de las leyes son las que producen a las reglas.

Éstas representan la aspiración de la ciencia por establecer normas estables de la realidad con el éxito total. Su área de acción es exclusiva de la humanidad, ya que son las únicas que tienen la consciencia para respetarlas, en tanto que las estrellas pueden o no obedecer las reglas. Sólo el hombre es capaz de inventarlas, cambiarlas, reformarlas, mejorarlas, violarlas o someterse a éstas. En la ciencia y la tecnología, tales lineamientos representan las técnicas especiales del proceso de investigación de la ciencia pura; y en su aplicación, son técnicas en función de la modernidad, el progreso y la producción. En seguida se ostentan dos ejemplos de enunciados que son usados como reglas en la ciencia:

⁹⁸ WARTOFSKY, W. Marx. *Introducción a la Filosofía de la Ciencia*. México: Alianza Editorial, S. A.; 1986. P. 323.



“1. El juego de la ciencia, en principio, nunca se acaba. Cualquiera que decide un día que los enunciados científicos no requieren ninguna contrastación ulterior y que pueden considerarse definitivamente verificados, se retira del juego.

*2. No se eliminará una hipótesis propuesta y contrastada, y que haya demostrado su temple, si no se presentan ‘buenas razones’ para ello. Ejemplos de ‘buenas razones’: sustitución de la hipótesis por otra más contrastable y falsación de una de las consecuencias de la hipótesis”.*⁹⁹

Una regla siempre es una norma estable cuya validez se fundan en su aplicación y utilidad, principalmente. Tales indican cómo se debe proceder para obtener un objetivo previamente visualizado y son capaces de orientar el empleo de los símbolos para llevar a cabo una comunicación más eficiente.

*“Más implícitamente, una regla es una instrucción para realizar un número finito de actos en un orden dado y con un objetivo también dado. El esqueleto de una regla puede simbolizarse por una cadena de signos, como 1-2-3-..-n, es lo único que separa del objetivo al operador que haya ejecutado todas las operaciones menos n”.*¹⁰⁰

Existen muchas taxonomías en lo que a reglas se refiere, entre sus géneros se localizan:

- ❑ Reglas del comportamiento humano (morales, legales, sociales, dogmas religiosos...).
- ❑ Reglas de la acción no científica o de trabajo (técnicas del arte, modos de producción y de realizar los oficios).
- ❑ Reglas de comunicación (semióticas: sintácticas, semánticas; lingüísticas: denotativas y connotativas...).
- ❑ Reglas científicas y tecnológicas (reglas soportadas en la investigación, empirismo y la práctica).

En el caso de varias reglas del comportamiento, de trabajo o de los signos tienen un carácter convencional las cuales se adoptan de manera casi innata sin racionalizarlas. Asimismo, éstas se pueden configurar por otras reglas si es que el resultado deseado para lo que se propuso tal norma no fue conseguido, sea en un caso ordinario o en un caso científico.

De alguna manera, una regla es una fórmula bien fundada y convencionaada sugerida para dar optimicidad a las acciones humanas. Susodichas ejecuciones normativas son fundadas únicamente si están soportadas en un complejo de fórmulas de leyes posibilitadas para dar razón a su eficiencia.

La ley de pararse para saludar o, de despojarse del sombrero es una regla convencional, no científica, sin embargo es eficiente. En contraparte, la regla de que se debe hacer el respectivo cambio de aceite y demás lubricantes cada determinado tiempo en los automóviles se rige en la ley científica y

⁹⁹ POPPER, R. Karl. *La Lógica de la Investigación Científica*. México: Editorial Tecnos, S. A.; 1991. P. 52.

¹⁰⁰ BUNGE, Mario. *La ciencia. Su método y su filosofía*. México: Grupo Cultural Patria, S. A. de C. V.; 2000. P. 571.



comprobada que indica que éstos ayudan a disminuir la fricción de las piezas del coche; y que, de no hacerse, disminuye su rendimiento y su tiempo de vida.

Las reglas constituyen normas de correspondencia y establecen “*una conexión definida entre las dos expresiones, [en donde] la primera no puede ser reemplazada por la segunda en enunciados tales como ‘las transiciones de los electrones se producen aproximadamente en el diez por ciento de los átomos de hidrógeno. Si se realizará el reemplazo indicado, el efecto, el resultado carecería de sentido’*”¹⁰¹.

Las reglas como normas de correspondencia son útiles para vincular nociones teóricas con acciones experimentales; empero cuando no tienen formulación explícita, suelen ser en la práctica una mera coordinación que cae en la vaguedad y la imprecisión. Se necesitan esquemas para las reglas. Y en otras aplicaciones, las reglas son capaces sólo de señalar una condición como base para emplear otra noción teórica. Son soportes fundamentales para apoyar a las teorías, para sustentarlas.

“Las reglas de correspondencia pueden tener también otras formas. Se les puede dar una formulación metalingüística, que coordine y apoye explícitamente expresiones teóricas; y no lo designado por las expresiones... [y además] pueden tener formas más complejas que las mencionadas... Una teoría es inútil para la investigación científica, si no se la vincula mediante reglas de correspondencia con propiedades experimentales identificadas de un conjunto de fenómenos”.¹⁰²

Las reglas pues, ayudan a reforzar a las leyes empíricas y a las nociones teóricas por medio de un juego científico entendido a través de un razonamiento lógico; es decir por medio de una lógica de la investigación científica, como expone en su tesis central Popper.

Todas las reglas son generales, no obstante cabe la existencia de reglas máximas que son funcionales para tomar decisiones que deban tomarse sobre el resto de las reglas que son de un tipo menos jerárquico. La regla máxima “*es la que dice que las demás reglas del procedimiento científico han de ser tales que no protejan a ningún enunciado de la falsación*”¹⁰³.

Como convenciones, las reglas son instrumentos teóricos en función de las ciencias; y por lo tanto, también se les puede denominar como reglas metodológicas, mismas que están interconectadas en su demarcación con otras reglas de la misma especie. Sin embargo, tal vinculación no es del todo equitativa de acuerdo a fines ni deductiva ni lógica; sino que las reglas son estructuradas con el objetivo de certificar la veracidad y aplicación de la misma regla. Pueden apoyar a las teorías más no es su finalidad, su meta está en sí mismas y es posible su aceptación al igual que su derogación si es que no convence a los fines de la investigación.

Las reglas descubren disconformidades y anacronismos en las teorías del conocimiento ya estipulado; además de transportarnos a las suposiciones básicas y convenciones de las cuales provienen. Empero pueden ser un sólido lazo para construir nuevas reglas mediante el pensamiento científico contemporáneo del que nos habla tanto Walker en su obra: “*El pensamiento científico*”. Para que esto

¹⁰¹ NAGEL, Ernest. *La estructura de la ciencia*. España: Ediciones Paidós; 1991. P.100.

¹⁰² *Ibid.*, p. 103.

¹⁰³ *Op. Cit.* POPPER, R. Karl; 1991 P. 52.



último ocurra, dice el mismo autor, las reglas necesitan una justificación teórica o una serie de instrucciones sustentadas en su validación o legitimidad; y en su verificación:

1) La validación y legitimación de los postulados en la regla, esto significa que la regla debe ser pertinente a las leyes presentes.

&

2) La verificación de que la regla es correspondiente con el resto de los elementos del complejo de reglas y la metodología de la investigación.

Expuesto de manera concreta: una regla es justificada siempre que este fundamentada y sistematizada (es decir, relacionada o siendo parte de un sistema sólido de reglas).

Las reglas de la metodología de la investigación científica, se integran a través de un sistema normativo dirigido por y compatible con otras leyes que pertenecen a la lógica y a la ciencia; ello porque las reglas “*formulan el problema con precisión*”¹⁰⁴.

En esta línea a las reglas se les puede compara como un “*postulado de interpretación*”¹⁰⁵ que sirve para encausar soluciones. Aunque no hay que olvidar que las reglas son una serie de instrucciones normativas, controladoras y metodológicas que dan regulación a un número determinado de acciones a desarrollar, surgidas del orden social o como traducción del orden natural, y de una práctica técnica que se hace constante conforme a su optimicidad, obsoleta en caso de ser ineficiente o, reformable para su perfeccionamiento y dependiendo el objetivo que se le designó previamente.

1.2.1.3 CAUSALIDAD: RELACIÓN CAUSAL

La causalidad en principio es una noción que involucra una relación entre una causa y un efecto derivado de la primera. Esta concepción de causa y efecto es una cuestión antropomórfica derivación de los criterios de fuerza y acción cuando todavía no tenían un significado concreto físico y en tanto que el único modelo de una fuerza correspondía a la que empleó Sansón para derrumbar las murallas y el templo filisteo en los tiempos antiguos.

Muchos intelectuales consideran el principio de la causalidad para la ciencia, porque con ésta de correspondencia se encuentran las causas que dan origen a los fenómenos y se establecen las relaciones causales entre los fenómenos y hechos. Así lo ejemplifica Popper en su libro: “*La lógica de la Investigación Científica*”:

¹⁰⁴ *Op. Cit.* BUNGE, Mario; 2000. P. 10.

¹⁰⁵ El postulado de interpretación se le puede manejar como el “*supuesto que confiere significación a un símbolo, pero no convencionalmente, sino de tal modo que la verdad o falsedad factuales de las expresiones que contienen ese símbolo dependerán de que se acepte o rechace el postulado de interpretación. Los postulados de interpretación desempeñan un papel importante en la interpretación, la aplicación y la contrastación del formalismo (el esqueleto simbólico de las teorías científicas)*” (Extraído de: *Ibid.*, p. 133).



“El principio de casualidad consiste en la afirmación de que todo acontecimiento, cualquiera que sea, puede explicarse casualmente, o sea, que puede deducirse casualmente”.¹⁰⁶

Dicha cuestión la atiende mucho la filosofía y es adoptarse, ya que si se quiere entender un fenómeno, se tiene que entender qué fue lo que lo propició, cuáles son sus productos y entender que relación guarda con otros para comprender lo que está sucediendo. Esto implica que todo lo que acontece (sea hecho-fenómeno-objeto), siempre será un derivado de algún otro al cual le sigue, ello se producirá luego de una serie de procesos o reglas o lineamientos establecidos o impredecibles.

Por su parte, el concepto de causalidad, J. Hessein en su libro “Teoría del conocimiento” lo considera como:

“un juicio que se fundamenta en la experiencia, pero se basa en una doble percepción... [generada] por dos procesos, [en donde] no solamente un primer proceso sigue al otro, sino que es causado por el primero. De esta forma no sólo se da una sucesión temporal del primer proceso, sino un íntimo enlace, un vínculo necesario, un nexo causal. El primer proceso es una causa; y el segundo, un efecto.

... ese lazo causal, fue reconocido y expuesto por primera vez por David Hume.

... la existencia de una relación causal entre un hecho y otro, se debe a una necesidad del pensamiento de asociación y resultado”.¹⁰⁷

BALDWIN, EN SU DICCIONARIO FILOSÓFICO LA CONSIENTE EN TRES MANERAS:

| 1) LA CAUSALIDAD | 2) EFECTO | 3) CAUSA Y EFECTO |
|--|---|--|
| Es la conexión necesaria de eventos en la serie del tiempo. Como hace notar Russell en su primoroso estudio, “La noción de la causalidad”, esta definición es oscura, incompleta e inexacta. Para darle algún sentido, habría que formularla como sigue: dado un evento E1, existe otro evento E2 y un intervalo de tiempo T, tales que cuando | Todo lo que puede incluirse en el pensamiento, juicio o percepción de un proceso, como habiendo ocurrido a consecuencia de otro proceso que sería la causa. Russell señala que esta definición es subjetiva, y por lo tanto, mala. Dice además, que es circular, ya que el término consecuencia implica la noción de causalidad. | Términos correlativos que denotan dos cosas, son las fases o aspectos distinguibles de la realidad relacionados en tal forma que, siempre que el primero termina de existir, empieza inmediatamente a existir el segundo; y siempre que empieza a existir el segundo, el primero cesó de existir inmediatamente antes. Además, como señala Russell, el primer evento tiene necesariamente alguna duración, y pueden presentarse dos procedimientos diferentes: o bien este primer evento tiene necesariamente alguna duración, y pueden presentarse dos eventualidades inmediatas o facetas continuas; o bien, este primer evento puede o no cambiar en alguna o algunas de sus características en el transcurso de su duración. Si no cambia, ¿por qué es que a un momento dado surge |

¹⁰⁶ Op. Cit. POPPER, Kart R.; 1980. Pp. 58 y 59.

¹⁰⁷ HASSEN, J. Teoría del Conocimiento. México: Grupo Editorial Tomo, S. A. de C. V.; 2003.Pp. 202-216.



| | | |
|--|--|--|
| ocurre E1, E2 le sigue, pasado el intervalo de tiempo T. | | repentinamente el segundo evento? Y, entonces, ¿cuál es el papel de los estados anteriores de la causa, por lo que se refiere al efecto? |
|--|--|--|

Por otro rubro, J. Steward Mill la impone como una ley tras asentir:

*“La ley de la causalidad es la sucesión invariable, que se encuentra por observación entre cualquier hecho natural y algún otro que le precedió”.*¹⁰⁸

Principio o ley, la causalidad es imprescindible para todo quehacer científico y el estudio de los fenómenos/objetos; ya que todos implican una relación causal, tienen un origen y derivaciones.

Ahora que, se podría entender que el mismo origen divino de las cosas es lo único que parte de cero, no obstante la intención del presente es hacer ciencia y no venderse a teologías religiosas o cuestiones de fe, por lo que esta creencia de inicio es desechada.

La causalidad es la relación de consecuencia que existe entre dos fenómenos o procesos, donde uno de ellos es producido por el otro; en otras palabras, también se podría considerar como:

*“las condiciones iniciales [que describen al] acontecimiento en cuestión”, [en la que] “la predicción describe lo que denominamos corrientemente como el efecto”.*¹⁰⁹

Aunque en mucho de los casos, la relación causal no siempre es un acontecimiento lineal o mecánico, debido a que un fenómeno puede tener múltiples causas y, originar varios efectos.

La causalidad es la relación de consecuencia que existe entre dos fenómenos o procesos, donde uno de ellos es producido por el otro.

La relación causal no siempre es un acontecimiento lineal o mecánico, por razón de que un fenómeno puede tener múltiples causas y, originar varios efectos.

Los efectos en muchas ocasiones no ocurren después de que la causa ocurre, sino que normalmente cuando empieza a ocurrir el fenómeno es que se fija la causa. En ocasiones ambos comienzan a surgir de modo coetáneo o sincrónico y, del efecto mismo se indaga en la causa.

Un ejemplo claro lo tenemos en el proceso de enseñanza-aprendizaje, donde el efecto es el aprendizaje partido de su causa: la enseñanza. O bien en el fenómeno de comunicación, como efecto, que puede partir de varias causas: un interés, una necesidad, una imposición o enmienda, una misión...

Con ciertas manipulaciones o bajo ciertas condiciones el efecto puede afectar a la causa. Pueden existir causas determinantes o condicionantes, externas e internas, evolutivas o progresivas, etcétera.

¹⁰⁸ En: *Op. Cit.* ROSSEMBLUETH, Arturo; 1981. P. 58.

¹⁰⁹ *Op. Cit.* POPPER, Kart R.; 1980. P. 58.



Además, descubrir las causas determinantes de los fenómenos es indispensable para las leyes; por razón de que con ello, se puede dar la explicación y predicción de los fenómenos, dependiendo la exactitud y el desarrollo de la ciencia, y de las particularidades independientes del fenómeno/objeto de estudio.

1.2.2 CATEGORIZACIÓN DE LA CIENCIA: CIENCIAS FÁCTICAS Y CIENCIAS FORMALES¹¹⁰

El mundo es difícil de definir, complejo de entender y relativo al interpretarlo. La ciencia parte de su misión la cual consiste en definirlo, entenderlo e interpretarlo de manera ordenada y cierta. Según la naturaleza de cada tópico, se deben emplear métodos y técnicas especiales pertinentes a la investigación que se vaya a realizar y coherentes al fenómeno, objeto de estudio o problema a resolver.

No obstante, al ser tan diversos sus diferentes campos de conocimiento, ésta mantiene un debate interesante dentro de sí al momento en que se categoriza; ya que la totalidad de las investigaciones científicas no procuran el conocimiento objetivo o materializado en los hechos.

En este sentido es posible categorizar a la ciencia en dos tipos:

- 1) LAS CIENCIAS FORMALES
- 2) LAS CIENCIAS FÁCTICAS

1.2.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS CIENCIAS FORMALES

Las ciencias formales son aquellas encargadas del estudio de las ideas. Se les denominan formales por razón de que sus fenómenos u objetos de estudio son formas ideales en las que se pueden integrar una cantidad indefinida de contenidos. Para su estudio e investigación científica es empleado un lenguaje representativo, gráfico y pictórico; como es el caso de los números.

“Por ejemplo, el concepto de número abstracto nació, sin duda, de la coordinación (correspondencia biunívoca) de conjuntos de elementos materiales, tales como dedos, por una parte, y guijarros, por la otra; pero no por esto aquel concepto se reduce a esta operación manual, ni a los signos que se emplean para representarlo.

Los números no existen fuera de nuestros cerebros, y aún allí dentro existen al nivel conceptual y no al nivel fisiológico. Los objetos materiales son numerables siempre que sean discontinuos; pero no son números; tampoco son números puros (abstractos) sus cualidades o relaciones. En el mundo real encontramos 3 libros, en el

¹¹⁰ Esta sección se encuentra basada principalmente en los siguientes libros:

- 1) BUNGE, Mario. *Buscar la Filosofía en las Ciencias Sociales*. Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C.V.; 1999. Pp. 139-147.
- 2) _____. *La ciencia. Su filosofía y su Método*. México: Grupo Cultural Patria, S. A. de C. V.; 2000. Pp. 10-34.
- 3) _____. *La investigación Científica*. México: Siglo XXI Editores, S. A. de C. V.; 2004. Pp. 19-22.
- 4) PADILLA, Hugo. *El pensamiento científico*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.; 2001. Pp. 151-155.
- 5) DIAZ, Esther; [et. al.]. *La posciencia*. El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad. Argentina: editorial Biblos, 2000. Pp. 53-115.
- 6) PEÑA Xicum, Nicolás. *Apuntes de Lógica*. México: Instituto Politécnico Nacional, 1996. Pp. 24-30.



*mundo de la ficción construimos 3 platos coladores. ¿Pero quien vio jamás un 3, un simple 3?”*¹¹¹

Dentro de esta dicotomía científica encontramos a la lógica y a las matemáticas.

Los conocimientos de estas ciencias también pueden ser útiles para las necesidades del físico o químico o hasta para los requerimientos del tecnólogo o ecónomo; pero hay que recordar que las mismas, se ocupan de crear sólo entes formales y establecer relaciones entre éstos.

Además, el significado posible y comprobado sobre que estos conocimientos le pueden asignar a los objetos formales, no es una cualidad esencial de los mismos.

En las ciencias formales, el tratamiento de sus oraciones está basado en las relaciones de los signos y su profundización cognoscitiva nunca sostiene un contraste con la realidad ni una aplicación con ésta; sino que, la condición para que se les asignen reglas con una correspondencia pertinente, es la representación de los objetos/fenómenos por entes ideales la vida diaria y en las ciencias factuales.

De esta forma y únicamente soportándose en la adecuación con las ciencias fácticas y la vida cotidiana, paradójicamente se puede explicar su presunta aplicación con la realidad; aunque ello sólo consista en una relación con ésta última.

Es decir que: “A los lógicos y matemáticos no se les da objetos d estudios, ellos construyen sus propios objetos, aunque a menudo lo hacen por abstracción de objetos reales”¹¹². Éstos no estudian cosas tangibles, materiales ni procesos: no. Se encargan de interpretar los fenómenos de la realidad, objetos a estudiar y formalizar en ideas a los enunciados fácticos.

En el caso de las **matemáticas**¹¹³ y de la **lógica**, es posible percibir que éstas no se refieren a un conocimiento objetivo o a un hecho encontrado en la realidad; por consiguiente no se pueden confrontar con el pleno contacto con la realidad para verificar las formulaciones e hipótesis que se derivan en su área de trabajo científico.

Los conocimientos de estas áreas es posible comprobarlo, sistematizarlo y racionalizarlo en el espacio de las ideas; empero por su carencia de objetividad, la información que podemos recopilar de ellos es ajena al trato de los hechos o a lo material.

¹¹¹ *Op. Cit.* BUNGE, Mario; 2000. P. 10.

¹¹² *Op. Cit.* PEÑA Xicum, Nicolás; 1996. P. 24.

¹¹³ De la voz antigua perteneciente al latín: ‘*mathematīca*’, y éste del griego: ‘*τὰ μαθηματικά*’; derivados ambos en sí de ‘*μάθημα*’ y cuyo significado es: conocimiento. “*La matemática es la ciencia deductiva que estudia las propiedades de los entes abstractos, como números, figuras geométricas o símbolos, y sus relaciones*”. Se le considera como un estudio de las cantidades estimadas en abstracto o, de las relaciones de algunos fenómenos físicos. (Extraído de: La Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.)

Así mismo, éstas pueden ser señaladas como “*el estudio de las relaciones entre cantidades y magnitudes, así como de las rehlas que las rigen... Su lenguaje es el álgebra*”. (Extraído de: GUSTAFSON, R. David. *Álgebra Intermedia*. México: International Thomson Editores, S. A. de C.V., 1997. P. 2).



Esta clase de ciencias mantienen su función en la cuestión ideática, en entes abstractos que pueden ser interpretados y que sólo pueden existir en la mente humana. Sus entidades psíquicas tienen lugar en los pensamientos y constituyen su teorización y acercamiento con la realidad mediante el lenguaje (sea científico u ordinario).

Los científicos empeñados en la lógica y las matemáticas crean sus propios fenómenos; y a pesar de que varias veces se respaldan en las abstracciones de la realidad social y natural, su cuerpo de estudio es ideal. En las matemáticas, por ejemplo, el criterio de verdad se basa en la congruencia de las oraciones en relación con un sistema ideal que es aceptado y determinado con anterioridad.

Es por esto que las verdades de las matemáticas pueden ser sólo consideradas como verdades relativas y nunca absolutas, por razón de que pueden ser válidas justamente para una teoría; empero, pueden su veracidad puede dejar de serlo lógicamente hablando, en otra.

*“Por ejemplo, en el sistema de la aritmética que empleamos para contar las horas del día, vale la proposición de $24 + 1 = 1$ ”.*¹¹⁴

Y, por otro lado, si tomamos en cuenta las teorías de la matemática abstracta, misma que en su contenido tiene **variables** no interpretadas (signos a los que no se les atribuye un término consolidada o un valor específico, y que por lo tanto, pueden adoptar una gran variedad de valores y significados), entenderemos que para que ésta se construya, no es necesario poner un verdadero énfasis a los criterios que a la verdad absoluta conciernen; y que ésta última pasa a ser un problema.

Es necesario indicar que, en esta clase de teorías abstractas, es posible que ocurra la presencia de un elemento “X” que puede ser una **variable** “X” (donde obviamente el valor de la misma puede alterarse indefinidamente), o bien, tener un valor determinado que se extiende a múltiples interpretaciones según la necesidad de lo que lo indique o de quien así lo indique.

En las matemáticas se aplican sistemas de entes lógicos los cuales pueden resolverse como **ciertos** o **falsos**. Al igual que en la lógica, en donde los entes utilizados pueden determinarse técnicamente como **válidos** o **inválidos**, dependiendo las conclusiones obtenidas de los razonamientos lógicos a través de las fórmulas hechas.

“En realidad (denuncia Kant), la condición previa para la aplicación de los razonamientos lógicos es que [se otorgue una denotación específica, valor o contenido] a la representación, a saber; [determinados objetivos], extralógicos, que estén presentes en la intuición en tanto que ésta [se establezca como información experiencial conseguida de manera inmediata y anterior a los procesos de la inteligencia]. Para que el razonamiento lógico esté dotado de solidez, es necesario que se puedan envolver dichos objetos con la intuición directa en todas sus partes, como algo que no es susceptible de reducción o cuya reducción no es necesaria. La

¹¹⁴ *Op. Cit.* BUNGE, Mario; 2000. P. 12.



intuición directa debe percibir cómo se presentan, cómo se distinguen unos de otros, cómo se suceden o cómo están ordenados entre sí. Tal es la postura filosófica natural que yo considero esencial para las matemáticas y para cualquier especie de pensamiento de comprensión o de comunicación científica.

Particularmente en las matemáticas, el objeto de nuestro examen son los signos concretos mismos, cuya forma se nos manifiesta inmediata y evidentemente, conforme a nuestra posición fundamental, permaneciendo perfectamente reconocible... El punto de vista filosófico sólido que considero como indispensable para el fundamento de las matemáticas puras... se puede resumir en esta forma: en el principio era el signo". (Ladrière, 1969, págs. 26-27¹¹⁵).

En la lógica:

“la validez o invalidez del conocimiento se origina como resultado de las conclusiones elaboradas por razonamientos analíticos sencillos (sea éste del tipo deductivo o inductivo) o silogismos complejos”¹¹⁶.

Es decir: cuando se racionalizan sus teoremas. Un ejemplo concreto sería la proposición que a continuación aparece:

| | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| ☼ Plutón tiene atmósfera (Aa) | ☼ Marte tiene atmósfera (Af) |
| ☼ Neptuno tiene atmósfera (Ab) | ☼ Tierra tiene atmósfera (Ag) |
| ☼ Urano tiene atmósfera (Ac) | ☼ Venus tiene atmósfera (Ah) |
| ☼ Saturno tiene atmósfera (Ad) | ☼ Mercurio tiene atmósfera (Ai) |
| ☼ Jupiter tiene atmósfera (Ae) | |

Haciendo referencia a que todos los objetos son elementos del mismo conjunto (el de los planetas), se puede confirmar las siguientes oraciones.

Entendiendo que los elementos: Aa – Ai son correspondientes al sistema solar de la vía láctea:

“La totalidad de los planteas del sistema solar de la vía láctea tienen atmósfera”

Ahora bien, de ello se puede interpretar que cualquier objeto “X” (asignándole el valor de planeta); entonces “X” tiene atmósfera.

Y la referencia simbólica de la proposición se concluye como:

¹¹⁵ LADRIÈRE, J. *Limitaciones internas de los formalismos*. Madrid: Editorial Tecnos, 1969. Pp. 26 y 27.

¹¹⁶ Producto del latín ‘*syllōgismus*’, y éste derivado del griego: συλλογισμός. (Paráfrasis de: La Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.)

Se refiere al argumento que consta de tres preposiciones: la premisa mayor (PM), la premisa menor (Pm) y la conclusión original (Co); obtenida esta última a través de la segunda como resultante de la primera. (Paráfrasis de: GARCÍA- PELAYO y GROSS, Ramón. *Pequeño Larousse*. Barcelona, España: Editorial Noguer, 1975. P. 827.)

Ejemplo: “*Todos los hombres son mortales [PM]. Sócrates es hombre [Pm]. Por lo tanto. Sócrates es mortal [Co]*” (Extraído de COPI, Irving M. *Introducción a la lógica*. México: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1972. P. 26).



Para todo "X": si "X" es un planeta (Aa-Ai), entonces "X" tiene atmósfera. Otros ejemplos más básicos serían:

1)

- Todo hombre es animal (A)
- Todo animal es político (B)
- Todo hombre es político (C)

$$A = C$$

2)

- El ser viviente tiene la necesidad de comunicarse (A)
- El ser humano es un ser viviente (B)
- El ser humano tiene la necesidad de comunicarse (C)

$$A = C,$$

en tanto no deje de ser B

3)¹¹⁷

- Ningún cuerpo es eterno (E)
- Algún viviente es cuerpo (I)
- Algún viviente no es eterno (O)

$$I = O$$

4)¹¹⁸

- Todo mármol es piedra (A)
- Ningún animal es piedra (E)
- Ningún animal es mármol (E)

$$\frac{=}{I} \neq \frac{=}{O}$$

Rigiéndonos en lo anterior, se puede observar la designación de valores (...) relativos con la realidad en formas ideales que tocan la sustancia, pero no demuestran la esencia. Aunque por otro lado, esto se basan en verdades absolutas que no dan pauta a la negación; y más tratándose en la lógica aristotélica clásica, que en nada otorgaba principio a la negación de las conjeturas o enunciados incompletos. Es por eso que Hugo Padilla nos indica que:

“La lógica se interesa, entre otras cosas, por la estructura de las ideas factuales y formales, pero mientras que en el primer caso la lógica es insuficiente para hallar valores veritativos, en el último caso la lógica y/o la matemática se bastan para convalidar o invalidar cualquier idea de este tipo puro. En resumen la ciencia formal es autosuficiente por lo que hace al contenido y al método de prueba, mientras que la ciencia factual depende del hecho por lo que al contenido o significación, y del hecho

¹¹⁷ MONTES de Oca, Francisco. *Lógica*. México: Editorial Porrúa, 1999 P. 131.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 132.



*experencial para la convalidación. Esto explica por qué puede conseguirse verdad formal completa, mientras que la verdad factual resulta tan huidiza”.*¹¹⁹

El material científico de lo formal se elabora mediante fórmulas analíticas trabajadas por la razón, y sus formas ideales se moldean o congelan por el axioma¹²⁰. Es decir que, cada cambio acontecido en la proposición o hipótesis, será producto del intento que se haga por acercarse más a los hechos. Y en cambio la ciencia factual, es corregible y sus ‘hechos blandos’ representan la alterabilidad de los mismos a voluntad del científico que los maneje o de la evolución del Fenómeno estudiado.

| OTRAS PARTICULARIDADES DE LAS CIENCIAS FORMALES | |
|---|--|
| ♣ | Su metodología se sustenta en la lógica para demostrar sus teoremas (conclusiones). |
| ♣ | Su conocimiento pueden estar basado en una inducción común o en una deducción; es decir, en un ejercicio delimitado específicamente a la teoría, ajena a la experiencia. |
| ♣ | Para su aprobación basta con usar postulados y definiciones. Es indispensable igualmente, reglas de formación de las expresiones dotadas de significado y reglas de inferencia deductiva. |
| ♣ | La estructuración teórica de estas denominadas también: ciencias deductivas; se reduce a la elaboración de puntos de partida tan evidentes que no requieren de una demostración ni soporte para su dilucidación (axiomas). |
| ♣ | Dentro de su sistema teórico formal se logran alcanzar estados de perfección aunque tales al momento de relacionarlos con los hechos, son imprecisos. |
| ♣ | Tratan oraciones científico-analíticas y racionales que se aprueban con un análisis coherente. Ejemplificando: “...Si A y B son conjuntos, entonces, si A está incluido propiamente en B, B no está incluido en A. La verdad de este enunciado no depende del tipo de conjunto considerado, ni se establece mediante el estudio de conjuntos de objetos reales: la fórmula pertenece a la teoría de conjuntos abstractos (no descritos). Es puramente formal y, consiguientemente, universal” ¹²¹ . |

1.2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS CIENCIAS FÁCTICAS

¹¹⁹ Op. Cit. PADILLA, Hugo, 2002. P. 152.

¹²⁰ De la locución propia del latín ‘axiōma’; y la misma de la griega: ‘axioma’ (αξίωμα), que lleva por significado **autoridad**. “Es el principio fundamental o sentencia tan claro que no necesita explicación”. Y suele ser “sinónimo de pensamiento”. (Extraído de: Op. Cit. GARCÍA Pelayo y Gross, Ramón; 1975. P. 121.)

¹²¹ Op. Ci. PADILLA, Hugo; 2002. P.152.



Las ciencias fácticas son las que tienen por función el estudio de los hechos, procesos y sucesos. Afirman a los mismos por medio de la observación, la experimentación con soporte empírico. Esto significa que observan sus fenómenos u objetos de estudio realizando constantemente cambios proyectados para saber que tanto sus hipótesis tienen una relación ajustada a los hechos.

Pueden usar a la matemática, como es el caso de la psicología, la sociología, la física, la química, entre otras; como un instrumento de trabajo para llevar a cabo una más exacta reconstrucción de los hechos, de sus relaciones y de sus aspectos principales. Sin embargo, éstas sólo desarrollan una interpretación de las formas ideales cuando se expresan en los hechos sin que representen a los objetos reales con formas ideales. Y, su trabajo aterriza en estudios de procesos sin la necesidad de utilizar símbolos vacíos o **variables** lógicas que suelen no ser ciertas, no ser falsos.

Las ciencias fácticas además de la racionalidad lógica y matemática, están obligadas a ser comprobadas empíricamente. Sólo siendo verificadas con soporte en la experiencia, se puede estipular la veracidad de una oración científica y su ajuste con el fenómeno u objeto de estudio que esté tratando. Es por esta razón que estas ciencias también son denominadas **ciencias empíricas**.

“En resumidas cuentas, la coherencia es necesaria pero no suficiente en el campo de las ciencias de hechos para afirmar que un enunciado es (probablemente) verdadero se requieren datos empíricos (proposiciones acerca de observaciones o experimentos).

*...En última instancia, sólo la experiencia puede decirnos si una hipótesis relativa a cierto grupo de hechos materiales es adecuada o no”.*¹²²

Las ciencias empíricas en este sentido, son la conjunción de conocimientos racionales y posibles que cuentan con una ilación deductiva. Es decir, son las ciencias que se dedican a generar conocimiento factible basado en una justificación demostrativa para consolidar su certidumbre.

Las ciencias fácticas, a diferencia de las ciencias formales que sólo convalidan, se contrastan y verifican hipótesis. Pretenden: “...explorar, descubrir, explicar y predecir los acontecimientos que tienen lugar en el mundo en que vivimos”¹²³.

Éstas tienen fórmulas concretas, aunque en muchos casos se presentan en su contenido teorías formales o las presuponen sin ponerlas en tela de juicio, discusión o duda; esto es por motivo de que su sustancia no es tan importante como la idea pura del hecho objetivo.

OTRAS PARTICULARIDADES DE LA CIENCIA FÁCTICA

| | | | |
|---|------------------------------------|--|------------------------------------|
| Su base son los hechos, lo fáctico | Sobrepasa los hechos y revoluciona | Se retroalimenta con el análisis | Es un tratamiento especializado |
| Son generales | Son explicativas | La predicción es meta | Son legítimas |
| La organización le construye un orden y | Resuelven los problemas de los | La comunicación es fundamental para su | Se deben a la exactitud y claridad |

¹²² Op. Cit. BUNGE, Mario; 2002. P. 14.

¹²³ Op. Cit. PEÑA Xicum, Nicolás; 1996. P. 24.



| | | | |
|--|--------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| legitimidad | hechos | crecimiento y fomento | |
| La verificación es parte de su identidad | Tiene apertura al conocimiento | Son funcionales | Se llevan a cabo de manera metódica |

*“La ciencias fácticas son útiles en más de una manera. Además de constituir el fundamento de la tecnología, la ciencia es útil en la medida en que se emplea en la edificación de concepciones del mundo que concuerdan con los hechos, y en la medida en que se crea el ámbito de adoptar una actitud de libre y valiente examen, en que acostumbra a la gente a poner a prueba sus afirmaciones y a argumenta correctamente. No menos es la utilidad de que presta la ciencia como fuente de apasionantes rompecabezas filosóficos, y como modelo de la investigación filosófica”.*¹²⁴

La ciencia es un instrumento de sumo valor para condicionar a la sociedad a una situación mejor y poder controlar los fenómenos y objetos de la naturaleza. En su propia sustancia es fuente de riqueza y es elemental para la inteligencia humana en su camino de comprensión de la realidad.

Las ciencias fácticas (y en general la ciencia), posibilita nuestra liberación cognitiva con una apertura infinita, ya que son la llave para que el hombre entienda su relación con el mundo: su existencia. Y es principio y es fin... y es un ciclo de retroalimentación, producto de la luz plena del conocimiento y la experiencia.

1.2.2.3 DIVERGENCIA Y RELACIÓN ENTRE LAS CIENCIAS FORMALES Y LAS CIENCIAS FÁCTICAS

La distinción entre las ciencias formales y fácticas considera sus metodologías, clasificaciones y relaciones, junto con otras cuestiones, limitantes para su análisis en conjunto.

Las formales por su parte, se sustentan en la lógica para dar demostración a sus enunciados; en tanto que las fácticas requieren más que la lógica formal para dar afirmación y legalidad a sus propuestas y suposiciones; requieren de la observación y la experimentación.

La lógica formal, la cual se halla incluida en la lógica simbólica, *“se ocupa únicamente de la teoría de la deducción, trata igualmente a estos dos enunciados como universales (implicaciones **formales** o **generales**)”*¹²⁵.

Asimismo, únicamente:

*“las proposiciones lógicas y matemáticas son las únicas proposiciones científicas que en nuestro lenguaje expresan una necesidad absoluta... la inexorabilidad de sus leyes; [y...] el fundamento de su necesidad: la razón”.*¹²⁶

¹²⁴ Op. Cit. BUNGE, Mario; 2002. P. 34.

¹²⁵ Op. Cit. POPPER, Kart R.; 1980. P. 61.

¹²⁶ En: Op. Cit. DÍAZ, Esther; 2000. Pp. 111 y 112.



Aunado a lo anterior, únicamente “*las proposiciones lógicas y matemáticas son las únicas proposiciones científicas que en nuestro lenguaje expresan una necesidad absoluta... la inexorabilidad de sus leyes; [y...] el fundamento de su necesidad: la razón*”¹²⁷.

TABLA DE DIFERENCIACIÓN CIENTÍFICA DE RUBÉN H. PARDO¹²⁸

| CRITERIOS | CIENCIAS FORMALES | CIENCIAS FÁCTICAS |
|-------------------|--|--|
| OBJETO | Entes ideales, signos vacíos, carentes de contenido empírico | Entes empíricos (proceso y hechos) |
| TIPO DE ENUNCIADO | Analíticos | Sintéticos |
| TIPO DE VERDAD | Necesaria y ‘ <i>a priori</i> ’ ¹²⁹ | Contingente y ‘ <i>a posteriori</i> ’ ¹³⁰ |
| MÉTODO | Demostración lógica de un enunciado a partir de su deductibilidad de otros | Contrastación empírica (observación-experimentación) |
| EJEMPLOS | Lógica y matemáticas | Ciencias naturales y sociales |

Empero, a pesar de que no son afines en su objetivo de estudio, tales se relacionan debido a que las ciencias formales “*son el instrumento de aquellas [las ciencias fácticas], para el conocimiento de la realidad*”¹³¹.

Y de esta manera, con rigor en la correspondencia estipulada, se conforma la ciencia en general; aunque la misma se presta para múltiples categorizaciones.

La ciencia, además de beneficiar a la humanidad en su dominio del medio, le sirve a éste para finiquitar su deseo de conquistar más conocimiento con una mayor profundidad.

La misma, sea fáctica o formal, se halla compuesta de varias etapas y es íntima de otros fenómenos de la vida en sociedad

*“En resumen: la ciencia se aplica tanto para denominar el proceso de elaboración de los conocimientos científicos como todo el sistema de conocimiento, comprobados por la práctica, que constituyen una verdad objetiva, y también para señalar distintas esferas de conocimientos científicos, diferentes ciencias”.*¹³²

¹²⁷ En: *Op. Cit.* DÍAZ, Esther; 2000. Pp. 111 y 112.

¹²⁸ *Ibid.*, p. 56.

¹²⁹ Se refiere a la comprobación que desciende de la causa hacia el efecto o, de la esencia pura de un fenómeno/objeto a sus propiedades generales.

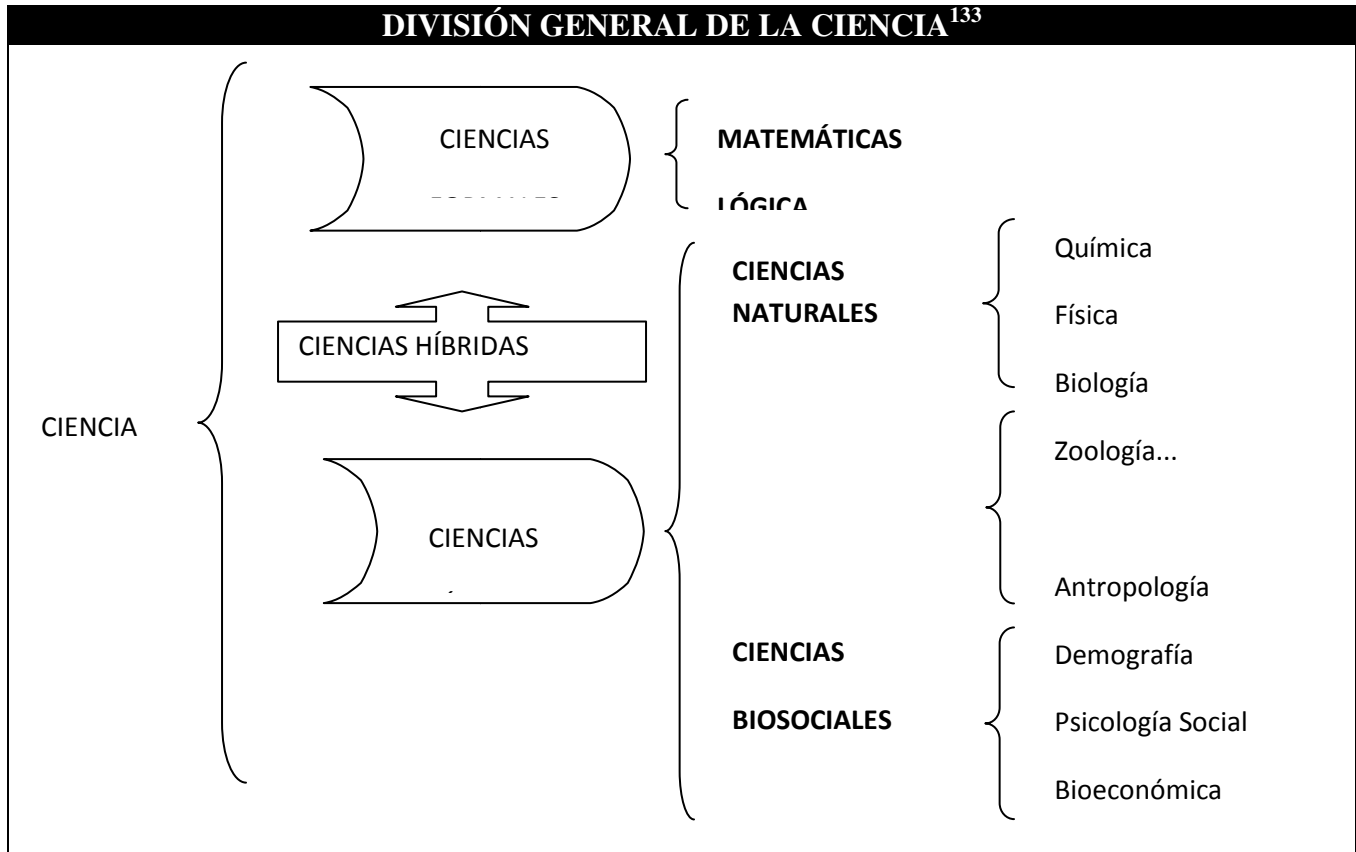
¹³⁰ Se refiere a la comprobación que asciende del efecto a la causa o, de las propiedades generales de un fenómeno/objeto a su esencia pura.

¹³¹ *Op. Cit.* PEÑA Xicum, Nicolás; 1996 P. 26.

¹³² *Ibidem.*



DIVISIÓN GENERAL DE LA CIENCIA¹³³



1.2.3 LÓGICA Y CIENCIA: LA LÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE LAS CIENCIAS

La lógica implica más que una recreación de formas ideales con el uso de signos a los cuáles se les atribuye un sentido propio y valor funcional, la *“lógica es el fundamento imprescindible de todas las ciencias... hoy día ya no podemos hacer ciencia sin tener en cuenta a la lógica... [debido a que ésta procura] el orden de los pensamientos y es imprescindible para el orden de nuestro lenguaje, es el instrumento que nos permite hablar disciplinadamente”*¹³⁴.

La lógica es el modo ideal para darle forma lógica a los pensamientos y comunicación; y para configurar lógicamente a las ciencias y su práctica. Con ella se desglosa el lenguaje común y mediante las proposiciones lógicas se elaboran estructuraciones complejas y sistemas, aunque en sí la lógica existe desde el principio de los tiempos en que el hombre comenzó a construir pensamientos, a comunicarse a sí mismo sus ideas y a los demás mediante un código común.

¹³³ Basado en: *Op. Cit.* BUNGE, Mario; 2002. Pp. 24-78.

¹³⁴ SEIFFERT, Helmut. *Introducción a la lógica. Propedéutica lógica y lógica formal.* Barcelona, España: Editorial Herder, 1997. P. 19.



La lógica se presenta con los silogismos, axiomas, negaciones y afirmaciones. La lógica está en todos lados y es el principio de la ciencia. Es la ciencia de las ciencias, como señala Esteban Ortega en su “Lógica, introducción a la filosofía y a la ciencia”. Y:

“La lógica reconoce como regla fundamental que toda proposición que no es estrictamente reducible al simple enunciado de un hecho, particular o general, no puede tener ningún sentido real e inteligible”.¹³⁵

Etimológicamente proviene del latín ‘logica’, y este ulterior de la palabra greca ‘lego’ (‘λογική’); cuya interpretación puede manifestarse como: razón, pensar o pensamiento. Este término ha ido evolucionando hasta derivarse de una segunda voz griega (‘logos’) que la resuelve en: estudio, tratado o ciencia.

Actualmente ésta se puede traducir como “la ciencia que trata de los pensamientos y de sus diversas formas”¹³⁶. De igual forma, es factible decir que “La lógica es el estudio de los métodos y principio usados para distinguir el buen (correcto) razonamiento del malo (incorrecto). Y que ésta procura como problema central: “La distinción entre el razonamiento correcto y el incorrecto... A menudo ha sido definida como la ciencia de las leyes del pensamiento... del razonamiento”¹³⁷.

Esteban Ortega entrega una última definición de la lógica en su “Lógica. Introducción a la filosofía y a la ciencia” que la muestra como “la ciencia y arte de pensar correctamente”¹³⁸.

| LÓGICA COMO CIENCIA: | LÓGICA COMO ARTE: |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprueba leyes. ➤ Elabora sistemas científicos a partir de las leyes y se basa en verdades empíricas. ➤ Ordena a las verdades lógicamente para darle linealidad coherencia al psique y sus pensamientos. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crea obras bellas. ➤ Conjunta leyes y objetos para alcanzar un fin en específico. ➤ Imparte leyes ordenadas para hacer las cosas bien y bien pensar. |

Y la clasifica, en su estudio, de dos formas: “natural y científica”.

1) LA LÓGICA NATURAL O SENTIDO COMÚN:

Es el estudio y la capacidad del razonar adecuadamente que las personas tienen en mayor o menor grado.

2) LA LÓGICA CIENTÍFICA:

¹³⁵ COMTE, Augusto. *Discurso sobre el espíritu positivo*. Argentina: Aguilar; 1982. Pp. 53-54.

¹³⁶ *Op. Cit.* ORTEGA, Esteban; 1993. P. 77.

¹³⁷ *Op. Cit.* COPI, Irving M.; 1972. Pp. 3-5.

¹³⁸ *Op. Cit.* ORTEGA, Esteban; 1993. P. 78.



Es el estudio sistematizado de la lógica. La técnica y la teoría que mejoran la capacidad natural y habilidad trabajada de la persona para razonar adecuadamente.

Por otra parte, Santo Tomás de Aquino decía que la lógica *“es el arte directivo del mismo acto de la razón para conseguir lo verdadero, es decir, por medio de la cual el hombre procede en el mismo acto de la razón ordenada, fácilmente, sin error”*¹³⁹.

Y Gorski aseveraba que:

“La lógica estudia nuestros pensamientos (conceptos, juicios, raciocinios...) solamente desde el punto de vista de su estructura, es decir, desde el punto de vista de su forma lógica. La lógica estudia también los procedimientos lógicos generales para el conocimiento de la realidad. [Y] descubre las leyes y reglas cuya observancia es indispensable para alcanzar la verdad por medio de un conocimiento inferido... [Con éste el hombre] “descubre las leyes de la naturaleza y la sociedad”.¹⁴⁰

Aunado a lo anterior, es importante mencionar que no se puede hacer lógica si no se hace uso de argumentos; ya que éstos se tratan de inferencias válidas o *“una secuencia de oraciones tal que las premisas están al comienzo y la conclusión al final del argumento”*¹⁴¹. Éste es un procedimiento conformado por pequeños pasos cuyas premisas son útiles para la formación del argumento principal.

Todo argumento busca su validación y cuando un argumento es válido se le puede digerir como una cuestión razonada y razonable cuyas premisas son equiparables a la verdad de la conclusión. Por ejemplo: si las premisas de un argumento válido son todas verdaderas, entonces su conclusión también debe ser verdadera; así lo indica L.T.F. Gamut. Así pues, por el uso de argumentación que encaminan al razonamiento de las cosas es que Gamut estipula que la lógica *“es la ciencia del razonamiento”*¹⁴².

A título particular se prefiere indicar que la lógica es el estudio general del pensamiento humano y de los métodos que emplea para concebir el mundo y crear conocimientos sobre el mismo, siendo éstos ciertos o falsos.

La lógica es el principio de la ciencia que sirve para configurar nuevas propuestas de cualquier objeto de estudio; ya sea ideal o material, sea fenomenológico o representado. Sin embargo, *“tan imposible es dar a la lógica como a la ciencia un carácter universal mediante conceptos puramente abstractos, independientemente de todo fenómeno determinado”*¹⁴³.

Para diseñar nuevas ciencias y desarrollar sus conocimientos, con base en el principio de la lógica, se debe partir de la verdad y de una sistematización del conocimiento.

¹³⁹ *Ibidem*.

¹⁴⁰ GORSKI, D.P. y; TAVANT P.V. *Lógica*. México: Editorial Grijalbo, 1970. P. 115.

¹⁴¹ GAMUT, L.T.F. *Introducción a la Lógica*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2002. P. 1.

¹⁴² *Ibidem*.

¹⁴³ *Op. Cit.* COMTE, Augusto; 1982. P. 96.



Asimismo, debe haber un apego con la metodología científica para poder construir aportaciones creativas y sustentadas. El uso de la imaginación científica no está por demás el emplearla; así como de la comunicación, afín de informar sobre los nuevos conocimientos lógicos.

Más allá del principio que es, la lógica se revela como ciencia autónoma es una formulación de la Grecia antigua, de pensadores antes de Sócrates, quienes superaron un conocimiento lógico realmente avanzado. Esto lo hacían midiendo y asignando valores a las transformaciones de la vida que, daban como resultado, algunas reglas.

Cabe señalar que la lógica, como otras ciencias, se desarrolló con su evolución a lo largo de la historia. No partió de ser perfecta por causa de que, en aquel entonces, aún no habían comprendido la sistematización del conocimiento; empero la inclinación de los pensadores griegos hacia el saber como un derivado racional y propio de la dialéctica, trajo consigo que Aristóteles le creara y la filosofía socrática le perfeccionara. En aquel entonces este filósofo la consideró como **categorias**.

Los escritos de Aristóteles fueron conjuntados después de Aristóteles en una obra que se le denominó: “*ὄργανον (Organon: órgano), que quiere decir en griego instrumento, por razón de que se constituyen como el instrumento de las demás ciencias*”¹⁴⁴.

Las ciencias aspiran a conquistar el saber por medio de la verdad, o en su mayor extensión posible. No obstante, la verdad no puede ser un caos, tiene que tener un orden, unidad de sus conocimientos y leyes, investigación y sistematicidad que corresponda de una forma lógica y coherente.

Sus relaciones sistemáticas deben ser empleadas lógicamente como “*escala del progreso para poder penetrar en regiones cada vez más altas en el reino de la verdad, partiendo del saber que no es dado o hemos ya obtenido*”¹⁴⁵. Es por eso que la lógica es tan importante para cualquier ciencia.

La ciencia necesita de complejos teóricos establecidos y fundamentos para hacer sólido el conocimiento. Su esencia depende de ello y de la fuerza de la unidad sistemática de dichas fundamentaciones y complejos para no caer en confusiones erráticas, para saber distinguir un conocimiento de otro y para hacer asequible complejos superiores de conocimientos llamados teorías, lugar científico de donde parte una ley.

“Este hecho de que necesitemos fundamentaciones para renovar en el conocimiento, en el saber lo inmediatamente evidente y... trivial, no sólo hace posible y necesarias las ciencias, sino con las ciencias, una teoría de la ciencia, una lógica”.¹⁴⁶

Lo ulterior será una de la bases más adelante para fundamentar a la ciencia de la comunicación; ya que, además de que la comunicación es un fenómeno de forma ideal, también es un objeto de estudio que tiene una forma material cuando hace uso de instrumentos tales como los medios de comunicación masiva como de otros instrumentos que la apoyan en lo visual, auditivo, etc.

¹⁴⁴ *Op. Cit.* ORTEGA, Esteban; 1990. P. 84.

¹⁴⁵ *Op. Cit.* SEIFFERT, Helmut; 1997. P. 63.

¹⁴⁶ HUSSERL, Edmund. *Investigaciones lógicas, I*. España: Alianza Editorial, 1982. P. 11.



Asimismo, las adecuaciones de las características de la ciencia a la comunicación de un modo lógico será en parte lo que estructure a la comunicología, objetivo del presente.

1.3 LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS HUMANIDADES

Como es de saber, las ciencias humanas son las ciencias del hombre más cercanamente referidos a su pensamiento, libertad y capacidad de crear; en tanto que las ciencias sociales son las que tienen que ver más con el estudio del aparato ordenado en el que éste vive, denominado sociedad.

Para fines de la presente es necesario enfatizar el interés por las ciencias sociales, es por eso que se realiza tan sólo un breve bosquejo sobre las ciencias humanas; y, se interioriza más sobre el estudio de las ciencias sociales, debido a que ésta tiene una mayor participación en el ámbito social.

En lo que a las ciencias humanas se refiere, la comunicación sólo se halla en su forma intrapersonal y en el campo social se puede encontrar de muchas formas: de manera interpersonal, mediática, intergrupal, intragrupal, colectiva... como comunicación social en sí. Es por eso que, en primera instancia hay que comprender a las ciencias humanas como aquella:

*“doctrina de los humanísticos que renovaron el estudio informal de las lenguas y la literatura, [en donde sólo, a sus intelectuales] se les consideraba personadas versadas... [Los humanistas] son los filósofos y teóricos que fundan su doctrina en el hombre, en la situación, en el desarrollo y en el destino de este en el universo. Erasmo es un ejemplo de tantos humanistas”.*¹⁴⁷

Es por esto que, hay que comprender a las ciencias sociales como: *“La expresión general que comprende a todas las ciencias que se ocupan de los asuntos humanos, como son la ciencia política, la economía, el derecho, la pedagogía, la psicología, la antropología... [O bien,] el cuerpo de conocimientos obtenidos de la observación, experimentación y conceptualización sistemática de la relaciones y procesos sociales que se ofrecen como consecuencia de la asociación humana”*¹⁴⁸.

Lo anterior conduce a entender a las ciencias sociales como aquellas encargadas de estudiar a los seres humanos como seres sociales y sus relaciones con el resto de la humanidad. Estas ciencias comprenden la totalidad de los asuntos humanos o creaciones sociales del mismo como son: el derecho, la política, la historia, la pedagogía, la antropología, la psicología...

Aunque también se le puede entender como el conjunto de conocimientos alcanzados por vía de la observación, experimentación y sistemática conceptualización de las interconexiones y procesos sociales que se suscitan como secuela de las relaciones humanas en sociedad. Por todo esto, se puede decir que:

¹⁴⁷ UNESCO. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. www.unesco.org. Fecha de consulta: 27 de octubre de 2006. Y, *Op. Cit.* GARCIA-Pelayo y Gross; 1973. P. 476.

¹⁴⁸ PRATT Fairchild, HENRY. *Diccionario de Sociología*. México: Fondo de Cultura Económica, 1997. P.38.



*“El método de las ciencias sociales, al igual que el de las ciencias de la naturaleza, radica en ensayar posibles soluciones para sus problemas –es decir, para esos problemas en los que hunden sus raíces –”.*¹⁴⁹

1.3.1 LAS CIENCIAS DE LAS HUMANIDADES¹⁵⁰

Hacia el siglo XVI se les asignó el término de humanistas a los intelectuales que impartían sus cátedras sobre las humanidades y se empeñaban en la explicación del estudio humanístico. Esta clase de estudios eran estudios liberales en antagonismo con los profesionales. Aterrizaban su conocimiento especialmente en los estudio de historia, filosofía moral, literatura y poesía.

Antes las áreas humanísticas no tenían para el hombre un valor, tan sólo representaban “*un medio para la formación de una consciencia verdaderamente humana que los griegos denominaron **paideia**. Las denominadas ‘**bellas artes**’ son disciplinas que forman al hombre por serle propias al hombre mismo. Es por esto por lo que podemos decir que las Ciencias Humanas son un conjunto de conocimientos o estudios que no son de aplicación práctica inmediata, pero enriquecen el espíritu*”¹⁵¹.

Por otro lado, Francisco Montes de Oca concibe a las ciencias humanas:

*“...como las ciencias que, más o menos directamente, se refieren al hombre considerado como ser pensante y libre. Observan y analizan y describen los hechos específicamente humanos, es decir, lo que implican la intervención del pensamiento”.*¹⁵²

Las ciencias humanas son, por tanto, las disciplinas que estudian al ser humano y el nivel de pensamiento y la libertad que poseen, así como su interrelación. A diferencia de las ciencias sociales que se distinguen por su carácter social y poseen una antropología generalizada que se desarrolla y evoluciona por las acciones y consecuencias que produce el comportamiento colectivo de un grupo determinado.

Las Ciencias Humanas, por su parte, fomentan el desarrollo humano y emancipan sus conocimientos, creatividad e imaginación. También se les denomina como Ciencias del espíritu porque están ligadas al espíritu humano, su concepción y nociones afines.

Se contraponen a lo físico, y las determina un campo moral. Ciencias humanas o ciencias morales, a éstas se les consideraba como el estudio de la vida mental del hombre. Empero, tras definirse el campo de estudio de las **ciencias humanas** (considerando la actividad humano como un hecho) y el de la **moral** (considerada como la rama de la filosofía que trata a las acciones humanas conforme a la bondad y maldad); esta noción ha perdido valor y su confusión se han aclarado.

¹⁴⁹ *Op. Cit.* POPPER, Kart R.; [...et. al.]; 1978. P. 11.

¹⁵⁰ Referencia principal: FREUD, S. *Las teorías de las ciencias humanas*. Barcelona: Editorial Península, 1993.

¹⁵¹ UÑA Juárez, Octavio; y, Hernández Sánchez, Alfredo (Directores). *Diccionario de Sociología*. Madrid: ESIC EDITORIAL; 2004. P. 209.

¹⁵² MONTES DE OCA, Francisco. *Historia de la literatura universal*, México: Editorial Porrúa, 1970. P. 149.



Mandándonos con la academia contemporánea, hoy día humanidades abarcan la: Filosofía, Antropología, Historia, Lingüística y Pedagogía. Las sociales por su parte, integran la Sociología, Derecho, Economía y la Política. Aunque en ocasiones los estudios de unos se fusionan con los otros; o bien, cada ciencia suele pertenecer a las dos, dependiendo el objeto de estudio que traten. Su línea de división con las ciencias sociales es casi invisible. Incluso unas se soportan de las otras y corresponden.

Es decir que, lo antedicho *“nos permite observar que las clasificaciones están sujetas a la evolución de las instituciones y de la actividad científica; o sea, que las fronteras entre las disciplinas sociales y humanas tienden a borrarse, pues es difícil aceptar el estudio separadamente del individuo y la sociedad”*¹⁵³.

En síntesis, la integración de estas dos áreas científicas es necesaria, ya que el ser humano no es fácil de estudiar; y esto se debe principalmente a que tiende a mantener diferentes tipos de relaciones con los otros seres humanos o con su propio medio. Y dichas relaciones, hay que recalcar, parten de la comunicación, el efecto de socializar y del hecho de poseer la capacidad de comprender su entorno.

Por otro rubro, los positivistas dicen que el manejo del lenguaje expresan las definiciones que se le designan a los conceptos; y que es con base en estos, que se fundamentan las ciencias humanas en las carreras de las universidades.

Por ejemplo la antropología, se puede localizar de la mano con la lingüística; y los estudios de ambas, ligadas con otras humanidades referentes a lo sociológico. De hecho, la antropología emergió del seno de las ciencias humanas; y estas últimas tienen cada día más una orientación más relativa a las ciencias sociales.

En el caso de la psicología, ésta pareciera brincar de la perspectiva filosófica e individual, a la perspectiva social y etnológica. Ello hace entrever que las ciencias humanas y sociales son un complejo íntegro que debe estudiarse de forma interdisciplinaria; por razón de que los problemas del ser humano se pueden derivar de problemas sociales y, los problemas sociales se desprender del ser humano que, en conjunto, hacen el conglomerado de la sociedad. Esto se puede transcribir como que:

“El ser humano, su historia, sus realizaciones culturales, sus experiencias, su personalidad; no existe de manera aislada. La separación que se realiza epistemológicamente es necesaria en todas las ciencias para estudiar sus diferentes dimensiones, pero no es lo mismo que separar los diversos aspectos del hombre y su vida social”.¹⁵⁴

Las ciencias humanas, al igual que cualquier otra ciencia, como es el caso de la física, biología, matemáticas... tienen un conocimiento concreto que encausan análisis del tipo epistemológico. Sin embargo, la organización del ser vivo encuentra su punto de inicio en el individuo inteligente que es capaz de desarrollar un pensamiento cognoscente.

Esto lo realiza desde que configura los conocimientos, hasta que les atribuye características, propiedades e integra la causalidad entre el sujeto y los fenómenos/objetos que le rodean en la realidad.

¹⁵³ *Ibidem.*

¹⁵⁴ *Ibidem.*



En el caso de la medicina, ésta procura análisis biológicos de los sistemas básicos de la vida, esto significa que el médico está obligado a cumplir con el análisis epistemológico para dar forma a su trato del conocimiento biológico en correspondencia con el ser vivo.

Para el médico es el sujeto su fuente principal del conocimiento, al igual que en las ciencias humanas, del sujeto es también donde arrancan los conocimientos de su estudio. En ambos casos y con base en la ciencia, los problemas, guías de investigación y esencia, son parecidas; aunque claro, los fenómenos/objetos a estudiar son distintos.

Las ciencias sociales son en resumen, “*ciencias que la epistemología debe analizar como todas las demás formas de conocimiento. Pero además todo lo que ellas nos enseñan acerca del hombre puede ilustrarnos, debido a su naturaleza misma, sobre los mecanismos del conocimiento. Epistemología del psicólogo... del lingüista, etc., y epistemología del sujeto analizado por la psicología, del sujeto poseedor de un lenguaje... etcétera.*”¹⁵⁵ Éstos son las problemáticas que procuran dar solución las ciencias humanas.

1.3.2 LAS CIENCIAS SOCIALES

Las ciencias sociales en el mundo contemporáneo tienen aplicaciones más significativas que las ciencias de la naturaleza. El terreno de las comunicaciones en los países capitalistas y totalitarios ha ejecutado técnicas que han transformado la vida de los individuos de una manera más representativa que la radiación. Las relaciones públicas, la manipulación de la información del periodismo, los estudios psicológicos sociales, la publicidad en favor del capitalismo, la propaganda en los países radicalistas y semejantes son sólo algunos ejemplos que han propiciado tales cambios.

No obstante, habría que hacer una reflexión con relación en la teoría y la praxis, por razón de que dentro de las ciencias sociales, su práctica está más adelantada que la teoría; y no es como en las ciencias naturales, que de la teoría procede a la práctica. En este sentido, las ciencias sociales mantienen un retraso que algún día en el pasado también tuvieron las ciencias naturales. Esto se traduce en que, a pesar de la importancia de sus aplicaciones, su desarrollo es poco destacado y su estudio científico se considera en muchas ocasiones menos relevante, aunque sí sus progresos: efectivos.

El significado de ciencias sociales aparentemente se consideraría como fácil en su definición, sin embargo es un término complejo que muchos estudiosos han procurado conceptualizar y que no han podido ponerse de acuerdo en fijar una sola línea, siguiendo un enfoque determinado. Por su parte Gallardo Cano las ubica en el marco de la cultura y las entiende como aquellas que “*atienden los procesos y relaciones propias de la sociedad [y buscan] la explicación de las formas de socialización que constituyen a toda sociedad*”¹⁵⁶.

Es interesante asumir a las ciencias sociales en la cultura porque sin éstas, los sistemas sociales no tendrían lugar, ni se podrían crear bienes ni valores en común a partir de los hechos sociales.

Un hecho social es un suceso originado dentro de una sociedad que influye a la misma y a sus elementos; reflejando sus características sociales y culturales. Las acciones individuales son la base o

¹⁵⁵ PIAGET, Jean. *Epistemologías de las Ciencias Humanas*. Editorial Proteo; 1972. P. 169.

¹⁵⁶ *Op. Cit.* GALLARDO Cano, Alejandro. 1998. P.16.



manifestación extendida de los hechos sociales, son la proyección de la sociedad a estudiar; es decir que, de alguna forma: *“Las Ciencias sociales estudian hechos sociales”*¹⁵⁷.

Partiendo de Augusto Comte, los hechos sociales se fundamentan en leyes generales, aunque los sistemas de las leyes sociales por medio de las cuales se sustentan los hechos sociales, tienen menos consistencia que las de las leyes de la naturaleza.

A partir de un Hecho Social, se desprende una subcategoría denominada: Hecho Social Total.

El hecho social total es aquel fenómeno que *“expresa a la vez y de golpe toda clase de instituciones: religiosas, jurídicas, morales (políticas y familiares al mismo tiempo), económicas que suponen las formas particulares de la producción y de la distribución), sin contar los fenómenos estéticos en que desembocan estos hechos y los fenómenos morfológicos que manifiestan éstas instituciones”*¹⁵⁸.

El hecho social total consolida la idea de que la sociedad es una totalidad. Así pues, las omisiones que realice el científico social (ya sean cuestiones ideológicas, económicas, entre otras), son únicamente principios que la investigación en su momento así lo exige. *“Un hecho social sólo es real cuando está integrado a un sistema”*¹⁵⁹.

HECHO SOCIAL¹⁶⁰

Con base en Durkheim, el *“hecho social es toda manera de hacer, fija o no, susceptible de ejercer sobre el individuo una coacción exterior; o también, que es general en el ámbito de una sociedad dada, pero conservando una existencia propia independiente de sus manifestaciones individuales”*.

Emile Durkheim hace la propuesta de normar la observación de ésta clase de hechos en tres reglamentaciones:

- 1) Es indispensable considerar los hechos sociales como cosas, es decir, examinarlos de igual manera que las ciencias naturales tratan a los hechos físicos.
- 2) Es indispensable considerar a los hechos sociales en sí mismos y separados de los sujetos conscientes que se los representan; es necesario estudiarlos desde fuera como cosas exteriores. Dicho estudio demanda hacer a un lado sistemáticamente hablando, toda noción **apriorística**.
- 3) Y es indispensable no tomar nunca como objeto de investigación más que un grupo de fenómenos definidos con anterioridad por ciertos caracteres exteriores que les son comunes, e incluir en la misma investigación todos aquellos que responden a esta definición.

¹⁵⁷ *Op. Cit.* BUNGE, Mario, 1999. P. 31.

¹⁵⁸ MAUSS, Macel. *Ensayo sobre el Don*, en: *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecno, S.A., 1971. P. 256. Otra referencia ampliatoria en relación con el hecho social total: CAZENEUVE, J. *Sociología de Macel Mauss*. Inglaterra: Península, B.; 1970.

¹⁵⁹ *La Sociología*. Bilbao: Asuri de Ediciones, S.A.; 1981. P. 233.

¹⁶⁰ Basado en: DURKHEIM, Emile. *Las reglas del método sociológico*. Madrid: Schapire, B.A., 1970. Pp. 67, 108 y 151.



Dentro de toda sociedad ocurren hechos sociales y totales, cada sociedad se conforma por la necesidad de supervivencia y protección; y se compone de seres humanos y de sus relaciones, mediante las cuales se sirven para construir instituciones físicas, ciudades y otros complejos conocidos que se vinculan con lo social. “*Lo social es una especie de entresijo no sustancial formado por relaciones interhumanas [derivadas de la comunicación]*”¹⁶¹.

Y de antemano los seres humanos, por las correspondencias, son lo que son que guardan con sus análogos: “*No hay ser humano sino en el contacto con seres humanos*”¹⁶².

Por otro lado, dice Maurice Duverger:

*“Las ciencias sociales estudian el hombre que vive en sociedad, el **animal político** de Aristóteles; analizando los grupos humanos, las colectividades, las comunidades... o... ciencias de los fenómenos sociales”*.¹⁶³

Y añade Earl R. Babbie que:

“en su condición científica [los] científicos sociales tratan de descubrir la regularidad y el orden... de... la conducta social humana, y lo hacen mediante minuciosa observación y medición, el descubrimiento de relaciones y la formación de modelos y teorías... En muchos casos, el movimiento hacia la ciencia social ha representado una mayor insistencia en la explicación sistemática, mientras que la anterior insistencia era en la descripción”.¹⁶⁴

La conducta social humana es proporcional al comportamiento social y éste se puede entender como la manera en que actúan los individuos, fundado en la interacción humana.

O bien como las:

“Relaciones en las que domina el factor psicológico a los miembros que realizan distintas actividades”.¹⁶⁵

Existen una gran gama de disciplinas científicas en las ciencias sociales, entre éstas se incluyen: la sociología, la geografía, la demografía, el derecho, la antropología, la historia, la ciencia política, la historia, la psicología, entre otras.

¹⁶¹ RECASENS Siches, Luis. *Sociología*. México: Editorial Porrúa, 1978. P. 64.

¹⁶² BAGÚ, Sergio. *Realidad Social y Conocimiento*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. 1984. P. 9.

¹⁶³ *Op. Cit.* DUVERGER, Maurice; 1996. P. 18.

¹⁶⁴ R. Babbie, Earl. *Métodos de investigación por encuesta*. México: Fondo de Cultura Económica. Biblioteca de la Salud; 1999. Pp.40-41.

¹⁶⁵ GRECO, Orlado Armando (Dir. y Coor.). *Diccionario de Sociología*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones, S.R.L.; 2003.P. 56.



Las mismas tienen características determinadas por las clases de objetos/fenómenos de estudio que tratan.

CARACTERÍSTICAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES

- ★ Son lógicas y racionales.
- ★ Son deterministas: lo general lo hacen concreto.
- ★ Son específicas.
- ★ No son regidas en la verdad absoluta.
- ★ Están abiertas a la modificación.
- ★ Son creativas.
- ★ Son experienciales.
- ★ Y procuran la objetividad de los hechos, pero son intersubjetivas; ya que al final de cuentas, el científico social es un elemento de la sociedad, por tanto, su propio objeto de estudio también.

Las ciencias sociales tienen su antecedente más antiguo en las prácticas estatales interesadas por conocer la cantidad de subordinados que tenían, vistoso como fuente de riqueza en sus gobiernos. El trabajo administrativo le dedicaba mucho esfuerzo a dicha actividad, porque pretendía establecer sistemas de información más complejos y organizados para manejar más eficientemente sus regímenes.

Hacia el siglo XVIII se comienzan a hacer estudios de forma profesional, sistemáticos y analíticos, en donde se obtienen informes de: economía, demografía, sociales y semejantes; con el objetivo de cuantificar y valorar las problemáticas de la sociedad. Aunque es hasta el siglo XIX cuando *“la investigación social experimenta un gran impulso, perfeccionándose las técnicas de recogida de datos de registro y análisis”*¹⁶⁶.

Actualmente la investigación de la ciencia social ha evolucionado mucho, incluso se apoya en la estadística, mismas que se institucionalizan con las encuestas. Sus estudios de índole cuantitativa sobre problemáticas sociales concreta hechos urbanos y rurales, cuantiosos y habituales. Y es que el objeto de la investigación de la ciencia social y su evolución acelerada se presta para ello.

*“Constituyen objeto de investigación social tanto los fenómenos o problemas históricamente determinados como los problemas teóricos, metodológicos o técnicos, siempre que convenga así a los intereses de un miembro, grupo o institución de la sociedad...”*¹⁶⁷

Y agrega José Daniel Rueda Estrada sobre el significado de las ciencias sociales que éstas:

“en principio, de conocimiento... [tratan de] medir, explicar, comprender los factores que explican un fenómeno social, un comportamiento social, o bien...”

¹⁶⁶ HÉRNANDEZ Sánchez, Alfredo (Coord.); [et. al.]. *Manual de Sociología*. Secretaría de publicaciones e intercambio científico. Universidad de Valladolid; 1998. P. 39.

¹⁶⁷ *Ibidem*.



empíricamente, de fundamentar una teoría o una decisión política o profesional... [o bien,] probar una metodología o una técnica”¹⁶⁸

| CUADRO DE PARTICULARIDADES GENERALES DE LA CIENCIA SOCIAL | |
|---|---|
| Emplea el Método Científico. | Se puede medir mediante opiniones y otros conceptos o referentes teórico-prácticos. |
| Se basa en el episteme: -¿Que quiero investigar de lo social? -¿Que puedo tocar? | -Se mide de manera Cualitativa y Cuantitativa. - Y se emplea el raciocinio y la reflexión. |
| Maneja: - Variables: cuantitativas y cualitativas. - Unidades de análisis. - Conceptos. - Objetivos específicos. - Preguntas de investigación. - Información numérica: Datos. | Entre sus objetivos están: 1) Reunir datos. 2) Ordenarlos. 3) Agruparlos (mediante tablas y gráficos). 4) Establecer parámetros y análisis. 5) Elaborar conclusiones con carácter interpretativo y predictivo. |
| Puede haber sesgos científicos o manipularse la información. | Cambian los conceptos y también se miden. Y se formulan conceptos nuevos y teorías sociales. |

En las ciencias sociales, una teoría está basada en la explicación y la predicción; y se conforma de un cúmulo de conocimientos, mediante la definición, interpretación y descubrimientos de la realidad de cada sociedad. Las teorías sociales sugieren o explican las razones de los fenómenos sociales, sus causas y características; así como función (si es que la hay).

Además son guías para dar análisis a los procesos y hechos sociales con el fin de proveer ideas y conceptos, de configurar modelos y sistemas que den explicación lógico-científica a la forma de operar de las estructuras y sistemas que se presentan en la sociedad. Su función es encausar otras teorías, reconstruirlas y aclarar conceptos.

Las teorías son la puerta entreabierta de una ley; y estos dos factores son el núcleo de la ciencia. En ambos casos, la presencia de datos duros es fundamental y tienen que apoyarse en sustentos empíricos. C. Wright Mills en su *Imaginación Sociológica* declara que la teoría: “son las variables útiles para interpretar los resultados estadísticos, datos empíricos... son sólo los hechos y las relaciones estadísticamente determinadas en cuanto son numerosos, repetibles [y] mesurables”¹⁶⁹.

En tanto que Karl Popper determina que las teorías “son redes que lanzamos para apresar aquello que llamamos el mundo: para racionarlo, explicarlo y dominarlo”¹⁷⁰.

¹⁶⁸ RUEDA, José Daniel Estrada. *Trabajo Social y Crisis de las Ciencias Sociales: Ética Profesional y el Código Deontológico*. En: DE ROBERTIS, Cristina. *Fundamentos del Trabajo Social. Ética y Metodología*. Valencia: Editorial Nau Libres 2003. Pp. 21-44.

¹⁶⁹ *Op. Cit.* WRIGHT Mills, Carl; 1977. P. 83.

¹⁷⁰ *Op. Cit.* HÉRNANDEZ Sánchez, Alfredo; 1998. P. 41.



En síntesis una teoría social es un complejo de conocimientos y experiencias de la realidad basada en el desarrollo de hipótesis y sustentada por la observación, experimentación, la reflexión y otras teorías la cual puede ser verificada empíricamente con el objetivo de ser aceptada o refutada. Una teoría social es una propuesta científica sobre fenómenos del hombre en sociedad.

Toda sociedad es un sistema social ordenado, conformado por seres vivientes con valores comunes, normas morales y jurisdicciones, creencias, identidad, comportamientos y cuestiones somáticas semejantes, es decir: con cultura.

O bien, son complejos sistemas sociales de correspondencias humanas, producto de su comunicación interpersonal y de las influencias que intergrupalmente se efectúan. Existen sistemas concretos naturales como las familias y grupos de amigos, aunque también hay artificiales que se consuman en las instituciones, trabajo y escuelas.

Los sistemas sociales se ubican en un espacio fijo y se desarrollan con el transcurso del tiempo. Dentro de su medio y estructura se generan comportamientos sociales colectivos e individuales que pueden estudiarse científicamente desde su constitución genérica, hasta sus unidades individuales (personas con sentimientos y pensamientos), partiendo de especulaciones acerca del comportamiento individual que es comprobable con el conocimiento del comportamiento colectivo.

En las áreas sociales se explica la información que de los sistemas sociales se suscitan, pero también es necesario: predecir los fenómenos que pudieran presentarse a corto, mediano o largo plazo.

Para el estudio de lo social se requieren “*algunos modelos de elección racional que incluyen conceptos vagos de utilidad y racionalidad, [en donde] se incluyen hipótesis controvertibles de la maximización del comportamiento*” del ser social.

Asimismo, el uso de “*las hipótesis programáticas de la forma dependiente, la variable ‘y’ depende de la variable ‘x’, así como las correlaciones estadísticas, son necesarias pero insuficientes*”¹⁷¹; se debe hacer un esfuerzo por elaborar procedimientos causales, de probabilidad y de carácter mixto, por motivo de que las ciencias sociales son más abiertas. Así pues, el objeto de estudio de las ciencias sociales son los fenómenos y hechos sociales los cuales deben comprenderse de manera objetiva, aunque sea sólo parcial y gradualmente.

La experiencia ordinaria en las ciencias sociales (sea sentido común, empatía o mera intuición) es indispensable, más se requiere también del entendimiento científico de los sistemas sociales por medio de la sistematización, observación, estudios de caso y experimentación, cálculo y teoría.

Los procesos de observación y aplicaciones que se realicen en torno a ésta deben ser orientados por la teoría y dicha teoría empírica, sustentada en datos duros. La ciencia social debe evolucionar en este sentido para sobrepasar las deficiencias que actualmente posee.

¹⁷¹ *Op. Cit.* BUNGE, Mario; 1999. P. 14.



Los objetos de estudio de las ciencias sociales cambian y esto encausa el progreso de sus estudios y creación de nuevas científicidades que antes no se pudieron observar ni registrar. Dicha modificación es propiciada porque los hechos sociales son “*influidos por la intencionalidad del hombre*”¹⁷² y, por tanto, tienen una constitución diferente a la de los fenómenos naturales que desconocen propósitos y, que son producto de leyes sobre fenómenos de la naturaleza inevitables.

En este sentido, las informaciones y conocimientos obtenidos por las ciencias sociales regularmente son puesta en tela de juicio por tres tipos de críticas:

- 1) Se piensa que la información y conocimientos son triviales, de sentido común y que todo el mundo es capaz de saber cuestiones semejantes.
- 2) Cabe la existencia de contradicciones al objetar que la observación no es completamente cierta.
- 3) Se puede comentar que la gente que realizó la investigación, manipuló la información bajo sus propios intereses de lo observado o experimentado.

Las verdades que acontecen dentro de las sociedades “*acerca de los hechos... con frecuencia son sólo aproximaciones, pero pueden mejorarse al llevar a cabo las investigaciones más a fondo*”¹⁷³.

Por esto, sus explicaciones de los fenómenos sociales se valen y, apoyan sus estudios, en las ciencias naturales; o bien, de otros tipos de ciencias y estudios no del todo científicos. Ello para poder descubrir sus mecanismos y factores y sin perder su visión específica.

En breve, las ciencias sociales son las ciencias que estudian a los seres humanos en interacción con otros dentro de un sistema social. Son las ciencias que estudian la realidad social a través de los fenómenos sociales, profundizando su estudio en los órdenes sociales y las correspondencias entre sus elementos. Sus científicos sociales guían sus investigaciones la observación, el análisis, la crítica y la predicción principalmente; ello bajo el rigor del método científico.

En concreto:

“[Son la] denominación con que se conocen a las ciencias que, básicamente y en general, se orientan a la investigación de las estructuras y de los procesos de la vida comunitaria de los hombres, en especial la sociología. Bajo especial influencia, de la orientación científica normalmente, estas ciencias sociales abarcan especialidades empíricas que, fundándose en teorías de la ciencia moderna, se han desprendido de la filosofía. Son también reconocidas como Ciencias de la Sociedad”.¹⁷⁴

1.3.2.1 EL CIENTÍFICO SOCIAL Y LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

¹⁷² *Op. Cit.* GALLARDO Cano, Alejandro; 1998. P. 18.

¹⁷³ *Ibid.*, p. 15.

¹⁷⁴ HILLMAN, Karl-Heinz. *Diccionario Enciclopédico de Sociología*. Barcelona: Empresa Editorial Heder, S. A.; 2001.P. 117.



Sin importar la esencia de la ciencia social, su naturaleza y significado es un asunto complejo que siempre está puesto en la mesa del debate y que aún no ha alcanzado consenso. Los diferentes estudios de la ciencia han originado criterios dispersos de demarcación y, hoy día, con el apoyo de la sociología y los estudios culturales (antropológicos, por ejemplo) de la ciencia, las visiones sobre esta clasificación científica se ha multiplicado en cualquier parte del mundo.

No obstante, la praxis de la academia y de la ciencia política, han estipulado una diferenciación en su *'modus operandi'*; en donde ya existe una delimitación de las ciencias sociales y características distintas a las ciencias naturales; delimitación que inicia con el tipo de intelectuales que las teorizan.

La mirada de la historia y de la sociología de la ciencia indagada por Thomas Kuhn en su *"Estructura de las revoluciones científicas"*; con su postura del paradigma y la negación de la lógica y la experiencia como criterios únicos para la evaluación del desarrollo científico, sugirió un marco teórico indicado para que las aplicaciones cognoscitivas rechazadas de la ciencia por los criterios rígidos neopositivistas, tuvieran legitimidad científica.

De la nueva apertura Kuhniana salieron beneficiadas las comunidades del área humanística y de las ciencias sociales.

"Una idea dominante en el ámbito de la filosofía y la metodología de la ciencia de raíz positivista ha sido que el científico social sólo será propiamente tal cuando imite y practique el método galileano (de la observación a la experimentación) explotado hasta la sociedad por las ciencias físicas".¹⁷⁵

Dicho enfoque científico se ve apoyado por Mario Bunge y su propuesta de una sociología científica. Éste físico y filósofo de Argentina indica que en la sociología científica han tenido lugar tres etapas: la sociografía (la cual dota de explicaciones exactas pero de suma trivialidad), la sociología clásica de Marx, Durkheim, Weber, Veblen y otros (que enuncia conceptos duros y refinados con teorías exclusivamente verbales –sin sustento de la estadística o matemática alguna-); y la sociología avanzada de Pareto, Lazarsfeld, Coleman, Dahl, etcétera (la cual reúne investigaciones empíricas con el uso de fórmulas matemáticas y modelos estadísticos, así como la experimentación).

Desde esta visión, el científico social auténtico será aquel que se apegue más con la identidad del matemático, el biólogo, el físico o el químico.

De frente a esta visión, científico social tiene que ser descriptivo para obtener el control de la naturaleza de su objeto/fenómeno de estudio y, predictivo para visualizar situaciones posibles.

Además debe incorporar conclusiones y herramientas (instrumentos y técnicas) intelectuales que ayuden a los seres humanos para saber que hacer en caso de crisis o generación de problemas.

"El investigador experimentado sabe que, con objeto de descubrir procesos que sirven de fundamento a la estructura y funcionamiento o a las condiciones del ordenamiento social y del conflicto de una determinada organización social, el

¹⁷⁵ *Op. Cit.* UÑA Juárez, Octavio; 2004. P. 214.



método histórico que se impone a éste se añade el uso de los documentos de la literatura pertinente con cada uno de los estados sucesivos de la organización estudiada y sus peculiares métodos de entrevistas y de observación personal continua, a la que hay que agregar, finalmente, la libertad de experimentación para hacer los estatutos, y la diaria labor.

Únicamente observando los procesos de desarrollo y caos, crecimiento y decadencia durante un periodo de tiempo, podemos comprender inclusive los hechos contemporáneos; cualquiera que sea el estado de su desarrollo; y solamente por esa comprensión del pasado y de los procesos actuales, es como podemos tener una visión del significado de los cambios”.¹⁷⁶

El investigador social, por su parte, puede emplear los diagnósticos diseñados por evaluaciones sociales sobre problemas a resolver en determinado lugar y tiempo, aunque su verdadero interés se concentrará en la realización de análisis de los distintos procesos y fenómenos sociales que no quedan configurados a espacios concretos ni épocas fijas.

La finalidad de su análisis no es la división de los acontecimientos y de los elementos que la componen, no. Su objetivo es separarlas para mejorarlas y hacer correcciones pertinentes. Al dividir los mecanismos y fenómenos, profundiza en elementos básicos o antaños de la vida social y del comportamiento humano que de modo genérico no hubieran sido observados. Con el análisis es más sencillo percatarse de las causas y orígenes que propiciaron el problema, tipos e interconexiones. Este investigador no asevera nada, pues para él nada está dicho. Ciertamente, considera teorías, ideologías y filosofías sociales; pero únicamente como meros ensayos de respaldo.

Él busca la verdad y está consciente de que puede hallar nuevos conceptos con el desarrollo de su información y con el término de su investigación.

Además, con la materia cognoscitiva obtenida, confrontará las teorías del pasado para perfeccionar el conocimiento sobre la sociedad; y revisará constantemente sus datos para darle validez sólida a sus propuestas e intereses.

Su conocimiento no debe de ser cambiante, pues desde el inicio tiene que estar dispuesto a defender sus ideas, revolucionar el pensamiento intelectual con base en lo que él piensa e interpreta.

El científico social pone a prueba sus datos recabados con:

- 1) Un sistema de clasificación, es decir, con un arreglo lógico de los datos en grupos que tengan elementos comunes y relaciones mutuas.
- 2) Un sistema conceptual o formal, es decir, el proceso de formular ideas y definiciones de objetos individuales, procesos, situaciones, tipos, etc.

¹⁷⁶ V. YOUNG, Pauline. *Métodos científicos de investigación social*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México; 1960. P. 46.



3) Un sistema demostrativo (llamado también deductivo o lógico) que indica y prueba ciertas proposiciones necesariamente a otras.¹⁷⁷

Este científico social tiene la obligación de llevar a cabo la investigación científica de la ciencia social para seguir emancipando y extendiendo su campo de estudio.

| | |
|---|---|
| LAS INVESTIGACIONES SOCIALES SE ENCARGAN DE: | <ol style="list-style-type: none"> 1) Configurar de un programa estructurado por reformas sociales 2) Mejorar la situación presente de la sociedad y solucionar sociopatologías demarcando límites geográficos, retomando significaciones sociales para el diagnóstico, así como cualquier otro referente que esté implicado en la problemática. También de dicha recolección se elabora un nuevo concepto social. 3) Medir y comparar las situaciones sociales elaboradas que pueden adoptarse como modelo. |
|---|---|

Una verdadera investigación social debe ser lo suficientemente aguda como impactar a la opinión pública en una comunidad e incitar el deseo de que ésta participe en la solución del problema planteado en dicho estudio.

En una comunidad se pueden realizar: “estudios científicos de sus condiciones y necesidades con el propósito de presentar un programa constructivo de mejoramiento social [además se tiene que forjar] un método de introspección social controlado por mesuramientos estadísticos y las normas comparativas del experto social”¹⁷⁸.

Asimismo, en las Ciencias Sociales, toda investigación debe cumplir lo siguientes requisitos:

- 1) Debe ser de un fenómeno/objeto conocido y definido tan claramente que los demás lo puedan reconocer. Al momento de definirlo será necesario especificar las condiciones bajo las cuales se dará tratamientos científico, las reglas a emplear preestablecidas o establecidas directamente por el científico social.
- 2) Debe ser una indagación científica que pueda trascender el carácter de hipotético para convertirse en descripción, teoría, ley, concepto, solución, predicción o en cosas que no se han dicho anteriormente (propuestas innovadoras)
- 3) Deber se útil para el resto de la comunidad científica y para la sociedad en general. Esto significa que la contribución de la investigación debe ser lo mínimo importante como para servir a futuras investigaciones o, maximizarse para generar algo benéfico a la sociedad.

¹⁷⁷ *Ibid.*, p.192.

¹⁷⁸ W. BURGESS, E. “Social surveys – A field of constitutive service by Departmens of sociology”. American Journal of Sociology, XXI (January 1916). P.392.



- 4) *“La investigación debe suministrar elementos para la verificación y la refutación de las hipótesis que presenta, y por tanto tiene que suministrar los elementos necesarios para su seguimiento público. Este es requisito fundamental”¹⁷⁹.*

Para ello, se pueden integrar otros cuatro criterios según Umberto Eco:

- Presentación de pruebas.
- Explicación e indicación del cómo se ha procedido para realizar el hallazgo
- Explicación e indicación cómo de podría proceder para realizar otros hallazgos
- Explicación e indicación de que tipo de hallazgo pudiera bien refutar la hipótesis propia de la investigación e invalidar el sustento en caso de haber sido aprobada. Esto puede ser recreado por el falsacionismo de Lakatos u otros sometimientos que labren por su refutación; si sobrevive a las condiciones de las pruebas y de la repetición, casi de modo paradójico, se le dará aún más solidez a la hipótesis y rigor a la investigación.

Y además, se conoce también, la *Teoría unificada del método*, la cual asevera que:

- a) *“El método de las ciencias sociales, al igual que el de las ciencias de la naturaleza, radica en ensayar posibles soluciones para sus problemas. Se proponen y critican soluciones. En el caso de que un ensayo de solución no resulte accesible a la crítica objetiva, es preciso excluirlo por no científico, aunque acaso sólo provisionalmente.*
- b) *Si es accesible a una crítica objetiva, intentamos refutarlo; porque toda crítica consiste en intentos de refutación.*
- c) *Si un ensayo de solución es refutado por nuestra crítica, buscamos otro.*
- d) *Si resiste la crítica, lo aceptamos provisionalmente..., como digno de seguir siendo discutido y criticado.*
- e) *El método de la ciencia es el de la tentativa de solución, el del ensayo (o idea) de solución sometido al más estricto control crítico. No es sino una prolongación de la crítica del método del ensayo y del error.*
- f) *La llamada objetividad de la ciencia radica en la objetividad del método crítico; lo cual quiere decir que no hay teoría que esté liberada de la crítica, y que los medios lógicos de los que se sirve la crítica son objetivos”¹⁸⁰.*

A pesar de que, actualmente es recomendable el uso del método científico para realizar investigaciones sociales; existen otras metodologías entre las cuales destaca de Park.

¹⁷⁹ ECO, Umberto. *Cómo se hace una tesis*. México: Editorial Gedisa, 2004. P. 46.

¹⁸⁰ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. Pp. 103.



METODOLOGÍA EN PARK¹⁸¹

1) LOS INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN PUEDEN SER:

- Documentación y testimonios personales.
- Informes oficiales o estadísticas referidas a las acciones y experiencias de las agrupaciones.

2) LAS FUENTES DE DICHOS INSTRUMENTOS DE TRABAJO SON:

- Memorias de los pobladores más antiguos.
- Información de personas como comerciante y dueños de negocios que hayan conocido a la sociedad en que se vive desde muchos años atrás y que sepan cuáles son las reacciones normales de las agrupaciones que ahí cohabitan.
- Los datos que proporcionen los trabajadores en general, campesinos, vecinos y toda aquella persona que se encontraba en proceso competitivo con la agrupación que fuera.
- Informaciones de los observadores científicos, foráneos intelectuales y misioneros que conocieron hondamente a las agrupaciones inmigrantes en sus países de origen y que pueden dar explicación a las características del conflicto social.

3) LA INVESTIGACIÓN DEBE EN LA COMUNIDAD URBANA Y RURAL:

Exponer específicamente las consecuencias que tienen sobre las áreas el arribo y crecimiento de las poblaciones externas.

4) LOS TESTIMONIO SON RICOS EN INFORMACIÓN SOBRE LAS TENSIONES:

Historias de residentes que manifiesten un desarrollo de las zonas de tensión y las problemáticas afines a las primeras relaciones con otras agrupaciones competitivas, a los comportamientos y normas de conducta habituales y resultantes.

5) LAS ENTREVISTAS DEBEN DE ADAPTARSE:

Entrevistas de los hechos que proyecten la importancia del acontecimiento en el idioma de quien es entrevistado. Esto para la indagación sobre los diversos comportamientos, raciocinios, convicciones personales y comentarios.

¹⁸¹ *Op. Cit.* V. YOUNG, Pauline; 1960. P. 83.



Por último, los conglomerados analíticos de los datos y la realización formal de toda investigación en un grupo cultural determinado deben conducir al científico social a descubrir algunos procedimientos propios de cada estudio en específico.

Tales son los siguientes:

- 1) El proceso de la vida social que se realiza en el grupo y su relación con el resto de la vida del mismo; procesos de aislamiento social, de interacción, de individualización, de competencia, de conflicto social, de acomodación, etc.
- 2) Las fuerzas sociales que dominan la vida del grupo: opinión pública, presiones sociales, sentimientos, normas populares, costumbres, deseos sociales, legislación, contratos, etc.
- 3) El tipo y la significación del control social al cual responde el grupo: formas de control religiosas y ceremoniales, prestigio, tabús, mitos, leyendas, dogmas, opinión pública, costumbres, tradiciones, instituciones sociales, actas legales, etc.
- 4) Las normas y significación de organización social que ha creado el grupo: organizaciones sociales primarias y secundarias en forma de instituciones políticas, religiosas, económicas, sanitarias, educativas, sociales y de beneficencia.
- 5) Los cambios que ha experimentado el grupo en sus organizaciones sociales, comunales e institucionales; las etapas de progreso o retroceso importantes en las relaciones materiales, intelectuales y sociales de los hombres y de los grupos.

1.3.2.2 ENSAYO SOBRE LA PROMESA DE LA “IMAGINACIÓN” EN LAS CIENCIAS SOCIALES¹⁸² Y EN LA COMUNICACIÓN CON RUMBO A LA COMUNICOLOGÍA

Gran parte de la humanidad en el mundo moderno carece de un verdadero interés por el conocimiento científico y comúnmente se queda sólo con la información mediática, cibernética e informal; o tan sólo prefiere absorber el conocimiento superfluo de las cosas; lo que le incapacita para resolver sus problemas y saber las razones reales del porqué se generaron, mejoraron o empeoraron dichas problemáticas.

De esta forma es posible comprender que los hombres actualmente “*se mueven por sustitución, convirtiéndose en espectadores de su propia existencia y destino*”¹⁸³, más no son verdaderos coo-actores de su vida ni hasta de su propia opinión; ya que tales se hallan mermados por el entretenimiento lucrativo de los ‘*mass media*’, intereses políticos ocupados en ocultarles información de fondo importante; así como

¹⁸² *Op. Cit.* WRIGHT Mills, C.; 1977. 237p.

¹⁸³ *Ibid.*, p. 16.



de otros factores que les limitan la capacidad del pensamiento, reducen su opinión a su mínima expresión y hasta bloquean su imaginación, capacidad creativa y desarrollo intelectual.

Lo grave es que los hombres van desinformándose cada vez más de los asuntos sociales relevantes y consecuentemente, desinteresándose paulatinamente de su entorno local, realidad social, historia, descubrimientos científicos, su mundo e incluso su propio yo, raíces y biografía; además disminuye su condición mental para percibir la interacción del *'homo sapiens sapiens'* para con la sociedad, y para entender el trasfondo de los fenómenos que directa o indirectamente les atañen.

Lo anterior se traduce en la urgente necesidad de un ejercicio mental que le ayude a emplear la información y a desarrollar la razón para conseguir recapitulaciones lúcidas de lo que ocurre en el mundo y de lo que quizá está ocurriendo dentro de ellos; es decir: en el fomento y ejecución de la imaginación sociológica, especialmente por parte de profesionistas en las ciencias sociales.

“La imaginación sociológica permite comprender el escenario histórico más amplio en cuanto a su significado para la vida interior y para la trayectoria exterior de diversidad de individuos. Ella le permite tener en cuenta cómo los individuos, en el tumulto de su experiencia cotidiana, son con frecuencia falsamente conscientes de sus posiciones sociales

*... Lo que necesitan, y lo que ellos sienten que necesitan, es una cualidad mental que les ayude a usar la información y a desarrollar la razón para conseguir recapitulaciones lúcidas de lo que ocurre en el mundo y de lo que quizás está ocurriendo dentro de ellos... lo que puede llamarse imaginación sociológica es precisamente esa cualidad”.*¹⁸⁴

La imaginación en las ciencias sociales debe ser capaz de dar a conocer cómo es que los sujetos son con frecuencia, en su cotidianidad, falsamente conscientes de sus posiciones sociales y relaciones basadas en la comunicación. Además, con ésta se estimula la habilidad de captar la historia, su biografía social, las formas de comunicarse y sus relaciones humanas dentro de una sociedad; y ésta es la apuesta, tarea y promesa de dicha imaginación. Esto conlleva a que, consagrando la promesa de la imaginación sociológica, la relatividad social se intensifica y el poder transformador y regenerador de las sociedades se hace presente en la historia.

Podemos entender de este modo que la imaginación de las ciencias sociales, soportada en la imaginación sociológica, es la metodología para hacer funcionar en el ser humano una conciencia por sí mismo; y que con la misma es posible afrontar los cambios estructurales en la vida social y los problemas que éstos ocasionan (como los urbanos, por ejemplo).

Basándonos en Wright Mills y su *“Imaginación Sociológica”*, es importante decir que para plasmar la realidad social concienzudamente son necesarias tres tipos de preguntas:

- 1) aquellas que identifiquen los elementos sociales y su significado,**
- 2) aquellas que ubiquen el lugar y conciben a los procesos y efectos de éstos;**

¹⁸⁴ *Ibid.*, p. 25.



3) preguntas que describan a la conducta natural humana junto con sus relaciones de comunicación y sociales.

Tras diseñar las preguntas viene la parte más dificultosa referente, ya no sólo al diagnóstico de los problemas o al choque que las inquietudes individuales se presentan; sino que deviene el momento de dar soluciones, mismas que no son aquellas propuestas de las clases altas, donde la receta se surte de las finanzas y del crecimiento económico y material.

Ante esto, el antídoto de las ciencias sociales es el uso, evolución y traducción de la “*Imaginación Sociológica*” de Mills en una “*Imaginación Científica*” más completa como la que plantea Holton; misma que se traza la realización de “*propuestas innovadoras, desarrollar y revolucionar los conocimientos científicos, transformar los conceptos y enfatizar todas las cualidades teóricas, mostradas en el campo de los hechos*”¹⁸⁵; así como el desarrollo de la comunicación y los tópicos pertinentes a la misma (análisis de los discursos políticos, propuestas electorales, investigación del mercado, planes comerciales y organizacionales, etcétera); aunque en esta último se requiere de la motivación intelectual y cultural impulsada también por la creatividad de otras áreas de la ciencia.

*“Esa imaginación es la capacidad de pasar de una perspectiva a otra, de la política a la psicológica... de las transformaciones más impersonales y remotas a las características más íntimas del yo humano, y de ver las relaciones entre ambas cosas”.*¹⁸⁶

Hoy en día los estilos científicos han sometido a la duda religiosa; sin embargo tales avances han encausado una nueva estimación moderna por la ciencia, principalmente orientada por el ‘*ethos*’ tecnológico y una especie de imaginación ingenieril; ambas asociadas con el progreso y la tecnificación. Esto, no es todo lo que existe en la ciencia, pero existe el temor de que pueda serlo gracias a las necesidades superficiales, lucrativas y político-económicas y comerciales; las cuales predominan sobre las que realmente encausan un bien común y social.

Debido a las múltiples vertientes que existen para hacer ciencia, se despegan confusiones, produciendo realidades alternas. Y en específico en las ciencias sociales, donde existen por un lado: los científicos cultivadores de la necesidad de equipos técnicos de investigación; y por el otro, artesanos intelectuales que procuran el desarrollo, la incitación y el empleo de la imaginación sociológica.

Los que usan la imaginación de las ciencias sociales, amplían el alcance de la sensibilidad y aumentan el hábito del razonamiento (**pensar**); mientras que otros, al olvidar estudios comparativos, se limitan a ciertos campos cognoscitivos y tópicos sin bases teóricas enfocadas al **hacer** (y no a la función de la innovación o imaginación científica, propiamente dicha). Éste último caso compete más a las tendencias manejadas especialmente dentro de las instituciones y centros de investigación de las ciencias sociales en los Estados Unidos, donde la especialización es un patrón primordial y la colaboración de unos especialistas con otros en grupos técnicos es la mecánica de su funcionamiento.

“Unos especializan su trabajo de acuerdo con compartimientos académicos;

¹⁸⁵ HOLTON, Gerald. *La imaginación científica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1973. P. 72.

¹⁸⁶ *Op. Cit.* WRIGHT Mills, C.; 1977. P. 27.



*otros, saltándose todos los compartimientos, se especializan por asuntos o problemas, sin tener en cuenta dónde están situados académicamente, como ocurre en los Estados Unidos ”.*¹⁸⁷

Aunque en estas circunstancias habría que citar que existe **una ‘tercera vertiente’**, algo que en lo particular podríamos enunciar como el **‘intelectual moderno activo’** (propio del materialismo científico moderno de Marx), quien antes de ejecutar acciones de solución, maniobra los usos técnicos en fusión con la imaginación científica y sociológica, ello no sólo para crear sociodramas, escenarios o prospectivas; sino también para tener bases que fundamenten sus posible futuros o especulaciones y, problematizaciones o diagnósticos basados principalmente en argumentos personales y externos.

En este sentido y parafraseando a Abraham Morales¹⁸⁸ cabe mencionar que, actualmente la ciencia tiene un interés prioritario en los métodos y la **‘teoría general’**; sin embargo, no hay producción racional a modo de reflexión que nos encamine a la diagnosticación, a la visión de futuros posibles de la humanidad y a la resolución de problemas, así como a la emancipación del entendimiento del ser y de los fenómenos a los que se ve sujeto (como por ejemplo: los históricos y antropológicos). Y con el fin de que dicho sesgo se resuelva, debe de ejercerse una **‘práctica liberal’**¹⁸⁹ en las ciencias sociales.

Asimismo, otra cuestión desgastada, es la tradicional interpretación que se ha convertido en la principal forma del que hacer intelectual en las ciencias sociales. Ello ha contraído, cierto, un reforzamiento de las bases empíricas y verificables; empero al mismo tiempo, un estancamiento por parte de los investigadores en la innovación y renovación –de acuerdo con la época- de los conocimientos de este tipo de estudios.

Por esta razón es que Mills señala tres direcciones que debe poseer el estudio de la ciencia moderna:

**EL TRABAJO DEL INVESTIGADOR SOCIAL DE HOY DEBE ESTAR
MOVIÉNDOSE EN TRES DIRECCIONES:**

- 1) el diseño de una teoría histórica que convierte a ésta en un factor que trascienda la historia.
- 2) la sistematización de la naturaleza del hombre y su sociedad en donde se traten nociones sobre sus relaciones, modelos, principios –como el de comunicación-, formulas y características invariables, y;
- 3) la creación estudios empíricos innovadores de los hechos y de los problemas sociales.

La tercera dirección indicada se debe básicamente a la practicidad liberal de la ciencia y a las crisis sociales.

¹⁸⁷ *Ibid.*, p. 40.

¹⁸⁸ MORALES, Abraham. *La creación científica*. Madrid: Taurus Comunicación, 9185. P. 85.

¹⁸⁹ *Ibid.*, p. 43.



El uso exhaustivo de la sociología a través de procesos técnicos es la razón por la cual los investigadores sociales se sientan con la urgencia de investigar y la aclaración de todos los riesgos que conllevan, es en gran dimensión el motivo por el cual Mills propone la revaloración de la imaginación sociológica; y a título personal se propone el arribo y transferencia de tal imaginación científica a todas las ciencias sociales y, específicamente: al estudio científico de la comunicación; teniendo como punto de partida la propuesta de la comunicología y su imaginación comunicológica.

Ello no significa que en el desarrollo de la ciencia de la comunicación se provoque un divorcio con otras formas de hacer ciencia. No, de hecho vendría siendo una suma de conocimientos que, partiendo de la imaginación íntegra: el método científico, técnicas propias de la comunicación, sus modelos más representativos, una sistematización adecuada capaz de ser reformada y perfeccionada en beneficio del propio desarrollo científico relacionado con las comunicaciones, etcétera.

Ésta imaginación no debe convertirse en un opositor radical, sino en un nexo y soporte conciliador de las formas clásicas junto con las que se formulen en el futuro; y todo ello, partiendo de la fusión de las fuerzas técnico-intelectuales con la finalidad de construir la ciencia de la comunicación; a diferencia de lo que se presenta a continuación de Abraham Morales.

*“Unos cultivadores de las ciencias sociales insisten en la necesidad de ‘equipos técnicos de investigación’, otros en la primacía del investigador individual. Unos gastan mucha energía en el refinamiento de los métodos prácticos y las técnicas de investigación; otros piensan que han sido abandonados los tipos doctos del artesano intelectual y que deben ser rehabilitados ahora”.*¹⁹⁰

En dado caso, estas dos corrientes de pensamiento y formas de hacer ciencia, tienen de dejar de gastar sus energías en la idea de impulsar sólo a los métodos o especialistas que ellos sugieren (equipos técnicos de investigación o doctos del artesano intelectual). Y por tanto, en lugar de estimular una necesidad de división, deben de aprender los usos aplicados de los otros para complementar sus conocimientos teóricos y viceversa.

Esta especie de dualismo también es preocupación de otros autores, como Raúl Fuentes Navarro quien menciona la existencia de dos corrientes: *“administrativa y crítica”*¹⁹¹; donde la primera se encuentra integrada por especialistas empírico-prácticos los cuales excluyen el análisis y *“obedecen a los*

¹⁹⁰ *Ibid.*, p. 39.

¹⁹¹ GALINDO, Jesús. *Campo Académico de la Comunicación: Hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESCO y CONACULTA, 1995. P. 48.



incentivos de los intereses parciales”¹⁹²; y la segunda, conformada por estudiosos teórico-analíticos que formulan:

“premisas de la investigación crítica que contradicen y desafían los fundamentos de la tradición administrativa, al poner en cuestión y enfocar los esfuerzos en investigación sobre los cambios en las relaciones asimétricas políticas y económicas”.¹⁹³

Para Raúl Navarro, dentro de su ensayo titulado: *“La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas y profesiones”*¹⁹⁴, la solución también radica en la consumación real de una síntesis entre estas dos tendencias.

Y aunque a esta situación Navarro le suma una problemática más: los distintos enfoques que se pueden producir de manera individual por parte de cada investigador y corriente ideológica o, *“los diferentes acercamientos a las funciones fundamentalmente críticas”*¹⁹⁵ que se formulen dentro de la academia; de frente a dicha situación, y apoyándose del epílogo de George Gerbner en *“Ferment in the Field”*, destaca que el hecho de que existan varios enfoques en la investigación (especialmente en Latinoamérica), es primordial *“para recuperar el sentido crítico de la academia... [e impedir] un amenazante estancamiento”*¹⁹⁶ del estudio de la comunicación.

Esto último, en el ensayo citado, lo resuelve al decir que: *“La importancia de ser crítico, [es serlo] -cada quien a su modo”*¹⁹⁷.

Asimismo, dicha unificación o síntesis de corrientes que aquí se vuelve a sugerir, no debe prestarse a la segregación de la información o técnicas de la otra forma de pensamiento; inclusive tiene que poseer la apertura para adoptar el cúmulo cognitivo y las aplicaciones desarrolladas por otras áreas científicas, de la misma forma en que ocurrió con el método científico, el cual se desprendió de las ciencias exactas para ser desarrollado y aplicado por las sociales, humanidades y otras (tal como lo describe Bunge a lo largo de su libro: *“La Investigación Científica”*).

Así pues, la comunicología tampoco debe discriminar ninguna información, tal como lo hacen otras **ciencias**. No, ésta debe ser interdisciplinaria, para fortalecer el conocimiento comunicológico en terrenos de la observación y experiencia.

Esto es, que tiene que seguir integrando en su desarrollo la cooperación de las ciencias sociales o cualquier otro tipo de estudio es un *‘plus’* para forjar cimientos más sólidos de la comunicación.

Afortunadamente hasta hoy día, cada área de las ciencias sociales y humanidades, y también de otras ciencias, se han interesado por su estudio. *“Se le asocia con la sociología, con las ciencias políticas,*

¹⁹² *Ibid.*, p. 49.

¹⁹³ *Ibidem.*

¹⁹⁴ *Ibid.*, pp. 45-78.

¹⁹⁵ *Ibid.*, p. 50.

¹⁹⁶ *Ibid.*, pp. 50 y 53.

¹⁹⁷ *Ibid.*, p. 50.



con la psicología, con la educación, con la administración, con la mercadotecnia, con la literatura, con las artes plásticas”¹⁹⁸.

Dicha situación debe continuar nutriéndose, debido a que precisamente, la fuente de la riqueza del estudio comunicológico es la pluralidad en su investigación.

Por ejemplo: la comunicación animal en el caso de la psicología animal y la veterinaria y zootecnia, la comunicación en las empresas, la comunicación en las reacciones químicas del organismo (donde se puede destacar la comunicación entre los linfocitos, macrófagos y otras defensas para llevar a cabo una serie de acciones inmunológicas en contra de los agentes patógenos como lo virus y bacterias que perjudican a los seres vivos), la comunicación familiar en la sociología, la psicología y la antropología; etcétera, etcétera.

El estudio de la comunicación se puede ver desde el punto de muchas disciplinas, es por eso que debe apoyarse con otras de manera interconectada, porque al final de cuentas: todas son ciencia.

Hoy día existen confusiones sobre el estudio de la comunicación. Su cientificidad es un hecho que recientemente ha preocupado a la academia. Apenas poco más de cincuenta años de experiencia en investigación científica le respalda.

La comunicación debe salir de su aporía, ordenarse metódicamente y estructurar su teoría e investigación, aplicaciones y técnicas de forma pluridisciplinaria, en donde se planifique su estudio por medio de varias disciplinas comunicológicas propias del fenómeno¹⁹⁹; las cuales estén adecuadas a: la época actual, situación (organizacional, mediática, psicológica, antropológica, etc.) y a los problemas que vayan surgiendo.

Esto para:

“dejar de poner en tela de juicio la existencia de una ciencia de la comunicación o de un estudio científico de la comunicación”²⁰⁰.

Además, la teoría de la comunicación e información, no deben ser un problema permanente; sino una investigación en permanente desarrollo.

Y para comenzar a comprender el problema de la comunicación, es necesario abordarlo desde su raíz; desde el entendimiento del fenómeno, partiendo de las definiciones que le han atribuido las ciencias sociales y de la comunicación; y prosiguiendo con dicha sistematización y categorización de su estudio, tal como ya se mencionó en el párrafo anterior.

Con ello no se pretende caer en tautologías, sino en el esclarecimiento del fenómeno de la comunicación, sus características, funciones, propiedades, principios y afines; así como en la explicación del cómo se lleva cabo y cómo puede resolver problemáticas sociales y empresariales.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 95.

¹⁹⁹ Dicha sistematización de las ‘disciplinas comunicológicas’ las propone el que suscribe (un servidor), y se desarrolla su campo de estudio dentro del capítulo 3 (Ver más adelante).

²⁰⁰ *Op. Cit.* GALLARDO Cano, Alejandro; 1998. P. 1.



Todo esto mediante investigaciones y aplicaciones integradas dentro de un tratado completo de conocimientos, que a título particular, se denominará como **comunicología**.

La comunicología, mediante los fundamentados apropiados y la imaginación científica de la que se ha estado hablando, se explicará como tal a través de una definición propia en secciones posteriores; empleando como apoyo un estudio de caso realizado en un análisis de identificación y contenido, con la finalidad de atribuirle una estructura más sólida a esta propuesta de estudio científico.

Esta ciencia, sin cerrarse a cualquier otro enfoque, en lo personal sugeriría que en su investigación tuviera, gran orientación por la epistemología constructivista debido a los tres componentes que propone:

“primero, considerar a los seres humanos como entes cognitivamente autónomos; segundo, como practicantes reflexivos de la comunicación con otros; y tercero, como inventores moralmente responsables, si no es que creadores de las mismas realidades sociales en las cuales acaban viviendo”.²⁰¹

Además, este: ‘*constructivismo*’ se trata de una visión: *“teórico-práctica... en la investigación de la comunicación... centrada en el reconocimiento del objeto de estudio y no del campo institucional... [la cual le implementa a] la predictibilidad y la controlabilidad [del fenómeno], la cognición y la cultura”*²⁰².

Por otro rubro y con el objetivo de enriquecer la esencia de la **comunicología**, se tiene justificar su identidad científica, delimitar sus áreas autónomas dentro del mismo y extender su visión lo más holísticamente posible sin restringirle el paso a la filosofía u otras áreas humanísticas o formales (y demás...); debido a que: *“sólo a través de las fundamentaciones lógicas de la filosofía, se pueden justificar las escisiones de la realidad, que establecen áreas particulares de investigación científica”*²⁰³.

Es decir: *“La calidad de ciencia de un estudio de esta naturaleza encuentra plena justificación a través de las otras disciplinas científicas”*²⁰⁴.

Es por esto que a continuación se hace un recorrido interconectado sobre las ciencias sociales y humanidades, tomando en cuenta cómo es que éstas definen la comunicación, afín de fortalecer su rigor sistematización científica.

LA COMUNICACIÓN EN VOZ DE LA FILOSOFÍA²⁰⁵

DAGOBERT D. RUNES

Del latín ‘*communicare*’ que se aclara como ‘*compartir*’. Es el intercambio entre mentes o personas, mediante el que las sensaciones o procesos imaginarios o conceptuales son transmitidos recíprocamente. La comunicación incluye:

- 1) La comunicación ordinaria mediante los sentidos, expresada por el

²⁰¹ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlo; 1995. P. 56.

²⁰² *Ibid.*, p. 54-56.

²⁰³ *Op. Cit.* GALLARDO Cano, Alejandro; 1998. P. 2.

²⁰⁴ *Ibidem.*

²⁰⁵ D. RUNES, Dagobert. *Diccionario de Filosofía*. En Barcelona y México: Ediciones Grijalbo, 1981. P.73.



| | |
|--|---|
| | <p>lenguaje, palabra escrita, gestos, expresiones faciales y la actitud corporal.</p> <p>2) El contacto aparentemente directo entre las mentes por telepatía mental y otros medios ocultos (<i>'Telegnosis'</i> -Telepatía-).</p> |
|--|---|

LA COMUNICACIÓN BAJO LA MIRADA ANTROPOLÓGICA²⁰⁶

| | |
|------------------------|---|
| THOMAS BARFIELD | <p>Es un comportamiento que da por resultado la transferencia de información entre organismos, con el propósito de modificar el comportamiento de los participantes involucrados en el proceso. La comunicación es básica para todas las formas de vida, como los seres vivos que se desenvuelven en un ambiente social. Desde hace mucho tiempo los antropólogos han empleado la complejidad de la capacidad y las prácticas de comunicación como medida de la transferencia de los seres humanos y otras formas de vida. Si bien algunos animales influyen la transferencia de información en su repertorio primario de comportamiento, se ha pensado largamente que sólo los humanos son capaces de efectuar la forma compleja de comunicación conocida como lenguaje. La exclusividad de esta capacidad humana ha sido puesta en duda por experimentos realizados en años recientes en materia de comunicación de otras especies animales, en especial los chimpancés y otros grandes simios. Sin embargo, es razonable sostener que ninguna otra especie ha desarrollado la comunicación hasta el nivel de complejidad que se observa en la vida humana.</p> |
|------------------------|---|

LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DEL CRISTAL DE LA HISTORIA²⁰⁷

| | |
|------------------------------------|--|
| JUAN ONTZA E INÉS TELLEZ M. | <p>Del latín antiguo <i>'comuncatio'</i>. Puesta en común de conocimiento y objetos. En la sociedad basada fundamentalmente en la colaboración de los individuos y grupos de individuos, la comunicación de ideas y objetos es un factor básico en la vida social. Gran parte de la vida social y política se transforma y perfecciona en función de los medios de comunicación o en conjunto de sistemas que, con o sin traslación local, hacen posible la relación entre personas y el tráfico de personas, ideas, mercancías, entre otros factores indispensables para la vida económica, social y política. Ésta ha experimentado un enorme desarrollo sobre todo en los siglos XIX y XX por vía aérea, marítima, fluvial y terrestre... La comunicación asimismo, puede tener lugar por correo, telégrafo, teléfono, prensa, radio, televisión... Los efectos de éstos últimos en la actual sociedad de masa, han hecho que se les clasifique específicamente como medios de comunicación de masas (inglés <i>'mass media'</i>). Sus problemas específicos son estudiados por varias disciplinas científicas, como la psicología que analiza la cantidad y calidad de la difusión de ciertos contenidos, la eficacia peculiar de cada medio (cine, prensa, radio, televisión, etc.), su penetración en un</p> |
|------------------------------------|--|

²⁰⁶ BARFIELD, Thomas. *Diccionario de Antropología*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C.V.; 2000. P. 114.

²⁰⁷ Basado en: ONTZA, Juan (Equipo de redacción PAL, bajo su dirección). *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*. Tomo: "Historia de las ideas" y "La política". Bilbao: Asuri de Ediciones, S.A.; 1981. P. 104. Y en: TELLEZ M., Inés. *Diccionario Enciclopédico Rezza*. Colombia: Editorial Norma, S.A.; 1998. P. 344.



determinado contexto socio-cultural, su acogida favorable, su alcance, etc. La comunicación también consiste en el hecho de transmitir sentimientos, costumbres, enfermedades, etc. E inclusive transmitir un mecanismo de algún movimiento a otros elementos o piezas, también refiere a este fenómeno de comunicatividad (calidad de comunicativo).

**CONFIGURACIONES DE LA COMUNICACIÓN
HECHAS POR LA CIENCIA DEL PSIQUE²⁰⁸**

**ROLAND
DORON
FRANCOISE**

Por un lado Aronso (1972) plantea un esquema sobre los malos entendidos entre comunicador y comunicante (trastornos de comunicación); y por otro, Watzalwick (1974), da un principio de solución (terapia de la comunicación). Aunque en sí, la comunicación podría definirse como el efecto comportamental de una señal: es el *'valor de cambio'* de esta señal. En la especie humana, por ejemplo, el individuo que ha aprendido una lengua, conoce el valor representativo medio de cada signo: conoce su sentido o su significado.

La comunicación es la parte estable de la relación entre la señal y el sentido que incita al observador no avisado a interpretar todo un episodio comunicativo, según el esquema inspirado el R. Jokobson (1963); es decir: un emisor deseoso de transmitir una representación, la transformaría en varias series de señales de conformidad con las reglas del código (cifrado en el mensaje), y la pondría a disposición de un receptor que efectuaría la operación inversa del desciframiento. Tal esquema sólo es cálido para describir la comunicación de ciertos mamíferos superiores. En la mayor parte de las especies, en efecto, el acto de comunicación no implica su autorepresentación; el emisor no dispone de los medios cognitivos que le permitan poner en relación el disparador y su efecto, y dotar así al primero del *'status'* de sentido. No puede, en consecuencia, tener la intención de transmitir el segundo por medio del primero.

Por otra parte el valor informativo de una señal constituye siempre también un efecto de interacción; un comportamiento sólo es señal gracias a las relaciones funcionales que mantiene con su contexto. En las especies inferiores, este efecto del contexto, es directo. En la especie humana, está mediatizado, es decir, organizado mediante reglas de interacción social que han sido descritas en particular en términos de reglas de uso (L.Wittgenstein, 1953) y en términos de ritos de interacción (E. Goffman, 1967). Este efecto del contexto confiere a la señal su segundo calor informativo, o su significación.

Como las mayoría de las formas de interacción humana, la comunicación está interrelacionada con factores tales como la situación, cultura, género e incluso clase social (Milhouse, 1993).

Las equivocaciones entre personas de distintas culturas pueden suceder,

²⁰⁸ FRANCOISE Parot, Roland Doron. *Diccionario de Psicología*. Ediciones Akal, S.A; 1998. P. 113 y 114.



por ejemplo, no porque no entendamos su idioma, sino porque no comprendemos las reglas que guían la comunicación. “Si comprendemos el idioma de otros, pero no su cultura, podemos hacer de nosotros mismos unos auténticos estúpidos” (Levine, 1985)...

LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIOLOGÍA²⁰⁹

**R. J. BALES Y
HENRY PRATT
FAIRCHILD**

Actitudes, análisis de contenido, burocracia, comunicación de masas, conflicto, información, interacción, retroacción, símbolo, sociología del conocimiento). Es el proceso a través del cual una noticia, en cuanto a signo o símbolo, para de un organismo a otro, transformando el comportamiento de éste. Toda clase de comportamiento puede convertirse en noticia: gestos, expresión, movimientos, sonidos, lenguaje; sin embargo, por regla general, el emisor debe tener la capacidad de despertar la atención del receptor.

Para efectuar el análisis la comunicación en cualquier agrupamiento, es preciso descomponer el fenómeno de comunicación diferentes unidades de significación para, consecutivamente, manifestar el número de unidades comunicativas emanadas por cada participante en dirección de los demás y, sobre la base del entendimiento de cada miembro del grupo.

Si existen “n” elementos dentro del grupo, los resultados inscritos generados por un primer emisor, serán proporcionales al número de interpretaciones que le den cada miembro; es decir: $n+1$; entendiendo a 1 como el primer emisor y “n” la cantidad entre los elementos del grupo en relación con su interpretación.

La estructura de la comunicación se puede fijar en dos forma:

- 1) **La forma heliocéntrico:** Todos los elementos envían su información a uno de ellos que la centraliza, hallando la solución a un problema específico y comunicándola a los demás.
- 2) **La forma independiente:** Cada elemento envía información determinada a todos los demás y, cada uno origina una solución en concreto.

²⁰⁹ BALES, R. J. *The equilibrium process in small group*. En: PARSONS, T. *Working papers in the theory faction*. U.S.A: Free Press, Glencoe; 1953. Pp. 63 y 310. Y, PRATT Fairchild, Henry. *Diccionario de Sociología*. México: Fondo de Cultura Económica, 1997. P. 53.



CAPÍTULO 2: LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

2.1 LA COMUNICACIÓN

*“COMUNICAR CONSISTE EN EL PARTICIPAR el conocimiento y la experiencia...
Es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc.;
mediante símbolos, palabras, imágenes, cifras, gráficos, etcétera.
El acto de transmisión o la transmisión de valores sociales”.*
-Guajardo, Blake y Hiebert.²¹⁰

*“La sociedad atraviesa una era de comunicación,
pero su vida la rige una era de información, donde el aprendizaje se minimiza
y el hombre se esmera por reducir su cerebro a su mínima expresión, a los medios...
Nos subimos a los mismos caballos, más nos comunicamos de manera diferente”.*
-†Ángel Cruz.

En todo lugar y todo momento el ser humano se comunica, cuando piensa y analiza, al confrontar sus ideas con otros, al leer y aprender algo sobre una lectura, al platicar por teléfono; cuando escribe una carta o mail y regresa una respuesta, al ver una película, cuando convive en sociedad, etcétera.

La comunicación pues, es el principio de la sociedad, el motor que hace funcionar a las comunidades. Sin ésta, la humanidad no sociabilizaría; por tanto, predominaría un autismo social entre sus miembros, incluso consigo mismos (debido a que la comunicación intrapersonal es un hecho verídico, ya sea a modo de monólogo, soliloquio, recuerdo o por vía del pensamiento).

En cierta forma, la comunicación también es el principio de la vida, puesto que si no se comunicarán los órganos de los organismos para desempeñar sus funciones fisiológicas, simplemente no habría ser viviente en este planeta.

*“La comunicación es el factor principal de la vida, en todos los sistemas sociales y naturales... es la acción vital de los individuos; la comunicación es la afectación e influencia, pues une a unos con otros... Puede ser observada como uno de los dos procesos básicos de todo sistema viviente. Uno de los procesos es la transformación de lo que ingerimos, que se convierte en energía, en calor, el movimiento, y el otro el es el intercambio de información de los hechos. Por ello, se puede considerar a la comunicación como un proceso dinámico, fundamental para la existencia, crecimiento, cambio y conducta de todos los individuos”.*²¹¹

²¹⁰ MALDONADO Willman, Héctor. *Manual de comunicación oral*. México: Longman de México Editores, S.A. de C. V.; 1997. P.13.

²¹¹ DE LA MORA Medina. *Explicación y Análisis. Taller de Comunicación I*. México: Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM; 2001. P. 17.



Incluso es tal su importancia que, en otro sentido, la comunicación humana desde el punto de vista biológico-social, se trata de aquel factor indispensable para sobrevivir; debido a que gracias a éste, en su tipología **intrapersonal** (a detallar más adelante), el ser humano es capaz individualmente de conseguir comida, refugiarse de los peligros, tener una regulación sanitaria de sus desechos, estrechar múltiples relaciones sociales y hacerse de un respeto y jerarquía ante los demás. Los hombres como otros animales, tal es el caso de las abejas, trabaja en colectividad y utiliza racionalmente un sistema de distribución de funciones y del trabajo basado principalmente en la comunicación.

Psicológicamente el ser humano es sociable por esencia, únicamente los factores patológicos y de decepción social pueden convertir a un individuo en un elemento aislado o antisocial; y aún así existen tendencias de identificación que produce el establecimiento de correspondencias del individuo con algún sector, entre los cuales se pueden distinguir algunos que están relacionados con: la raza a la que se pertenezca, el grupo étnico, la religión, su forma de pensar, la edad que posea, su género, la nacionalidad; por mencionar algunas.

Por otro lado: *“a nivel biológico podemos lograr una adecuada perspectiva para conocer a cualquier sociedad humana, cuando estudiamos a la comunicación como una característica de la vida en todos los niveles de dicha agrupación. Un ente vivo, ya esté relativamente aislado o bien en asociación, tiene procedimientos especializados en cuanto a la recepción de estímulos a partir del entorno... Tanto el organismo monocelular como el grupo de múltiples miembros, tienden a conservar por medio de la comunicación, un equilibrio interno y a responder a los cambios que se produzcan en el entorno a fin de mantener un equilibrio”*²¹².

Además, es gracias a este sistema de agrupaciones que el ser humano ha buscado intercambiar información entre los diversos grupos, con el propósito optimizar su toma de decisiones como agrupación y, por consiguiente, lograr mejorar sus relaciones de poder; ello, tomando como referencia al mando del Estado (esto es, cuando el Estado es el propietario de los medios de comunicación) o de la empresa; según sea el caso.

Sobre este respecto concierne con que los sistemas de agrupaciones se basan en la comunicación, José Luis L. Araguren, al igual que otros teóricos, hace la advertencia de que *“sin comunicación no hay comunidad”*²¹³. No obstante, ¿acaso que todo hombre o sociedad tiene el acceso a todos los tipos de medios de comunicación que existen a lo largo de nuestro mundo moderno?

Actualmente se ha sobrepasado la era de la información, para entrar en una era de la comunicación; donde los hombres requieren de una inmediatez a fin de contactar a los suyos, de saber lo que piensan, de conocer lo que ocurre internacionalmente; entre otros hechos sociales que requieren ser investigados científicamente.

Ha sido tal la penetración de ésta última era que la comunicación directa, cara a cara, abre el camino para sentir que no estamos solos en ningún momento. Sin embargo, actualmente con el uso de los *‘electronics mass media’*, ésta se ha materializado hasta hacerse de algún modo: técnica, superflua y

²¹² DE MORAGAS, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Edit. Gustavo Gili, S.A.; 1982. Pp. 194 y 195.

²¹³ LÓPEZ, José Luís Araguren. *La Comunicación Humana*. Madrid, España: Editorial Tecnos, 1986. P. 17.



mediática. Ante ello, cabría reflexionar: ¿en que grado realmente se consume un verdadero fenómeno de comunicación, o tan sólo un simple diálogo mediado?, ¿qué tan conciso es el ‘feedback’ (o retroalimentación), que este tipo de comunicación produce)?, y ¿qué tan necesaria, en la naturaleza del hombre, es la modernización de la comunicación a través de los medios; o tan sólo dicha modernización depende de una necesidad tecnológica, laboral, económica e industrial?

Y aunque los medios tienen como razón de ser la de **informar a la sociedad**, hoy día este principio se encuentra dirigido más a la labor del mercado, y por tanto, su eje rector o eje mediático, se centra más en entretener; es decir, en ser el denominado circo del que solían hablar los romanos. De hecho, para Denis McQuail, los medios de comunicación en el presente:

*“...constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios y alimenta industrias afines; también forman una institución en sí mismos, al desarrollar sus propias reglas y normas que vinculan dicha institución con la sociedad y a otras instituciones sociales. Su efecto interactivo con las masas, produce la manipulación en la conducta del individuo al inyectar creencias, motivándolo a ser una sociedad pasiva o activa, ordena y clasifica el escalafón de las clases sociales, diseña modelos de vida para cada grupo social con base en su educación y capacidad de adquisición”.*²¹⁴

Y a nivel político tienen la capacidad de generar opiniones, y tal es su poder que puede dirimir el influjo de partidos políticos opositores a un régimen social establecido o en caso contrario puede motivar en la opinión pública un ambiente de aspereza contra el sistema de gobierno establecido.

Aunado a lo anterior, cabe agregar que desde la visión del mismo McQuail, los principios fundamentales de los ‘mass media’ en relación con su aplicación social, son los siguientes²¹⁵:

| |
|--|
| Los medios de comunicación deben aceptar y cumplir ciertas obligaciones para con la sociedad. |
| Estas obligaciones han de satisfacerse predominantemente mediante el establecimiento de niveles altos o profesionales de: información, veracidad, precisión, objetividad y equilibrio. |
| Al aceptar y aplicar estas obligaciones, los medios de comunicación deben autorregularse en el marco de la ley y las instituciones establecidas. |
| Los medios de comunicación deben evitar todo aquello que pudiera conducir al crimen, la violencia o al desorden civil, o que pudiera ofender a grupos minoritarios. |
| Los medios de comunicación deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de su sociedad, dando accesos a diversos puntos de vista y al derecho de réplica. |
| La sociedad y el público, de acuerdo con el primer principio mencionado, tienen derecho a elevados niveles de rendimiento; puede estar justificada la intervención cuando se trata de asegurar el (o un) bien público. |
| Los periodistas y los medios de comunicación profesionales deben responder ante la sociedad, así como ante sus superiores y el mercado. |

²¹⁴ MCQUAIL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Ediciones Paidós, 1982. P. 21

²¹⁵ *Ibid.*, p. 160.



De cualquier manera, esta moderna revolución de interactuar de la sociedad, está relacionada con la revolución de las tecnologías; es decir, con el progreso. Y por ende, hoy en día dicho progreso, también afecta a las distintas formas de comunicación humana; la cual se basa primordialmente en sistemas y grandes redes de comunicación que vinculan a las personas local y mundialmente.

Estas redes envuelven a los individuos con nuevas vías y espacios, instrumentos y herramientas para estar comunicados con el resto. Todo el tiempo hay una red disponible que es capaz de vincular a los seres humanos; como el teléfono, celulares, internet, etcétera.

Ahora que, los medios electrónicos también hacen su labor de enlazarnos con otros individuos, aunque sea exclusivamente de modo sonoro (con la radio) o audiovisual (con la televisión); sin mencionar el modo escrito (con la prensa que nos conecta con los acontecimientos más relevantes a nivel local, nacional y hasta internacional).

“Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio.

*Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total, aboliendo tanto el espacio como el tiempo en cuando se refiere a nuestro planeta... hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios, valiéndonos de los distintos medios. Si la ampliación de esta conciencia –desde hace tanto tiempo buscada por los anunciantes de favor de productos determinados- será **algo bueno**, es una pregunta que requiere una amplia solución. Es poca la posibilidad de contestar a estas preguntas sobre las extensiones del hombre sin examinarlas en conjunto.*

*Cualquier prolongación o extensión, ya sea de la piel, de la mano o del pie, afecta a todo el complejo síquico y social”.*²¹⁶

Como ya se leyó en el presente, el término de comunicación proviene del latín *communicatio* que significa poner algo en **común**. Cuando los hombres se comunican, su intención es fijar algo en común acuerdo, compartir ideas o actitudes afines; es por eso que la comunicación (en cualquier nivel, teoría o medio), es considerada la lengua más universal y el fenómeno que expresa articuladamente la existencia de la humanidad. Lo que es más, sin ésta, no es posible que nada se origine. Por ejemplo, socialmente encausa transformaciones de la época y lugar en el que se viva y hasta provoca innovaciones en las vestimentas, mismas que van de acuerdo con la cultura, ocasión o estilos.

*“La comunicación se ha convertido en la ocupación más importante del hombre. El desarrollo fascinante de sus tecnologías ha llevado a éste a los umbrales de una nueva civilización”.*²¹⁷

²¹⁶ MCLUHAN, Marshall. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México: Editorial Diana, 1987. Pp. 25 y 26.

²¹⁷ FERRER Rodríguez, Eulalio. *Comunicación y comunicología*. México: Ediciones Eufe, S. A.; 1982. P.13.



Edgar Morín²¹⁸ por su parte nos adelantó que toda molécula de aire lleva en sus vibraciones una gran cantidad de mensajes que pueden reproducirse auditiva y visualmente por aparatos especializados. Asimismo, Wimmer²¹⁹ anticipó que es gracias a la comunicación que se han extendido los sentidos humanos hasta llegar a los extremos de la tierra y el propio universo. Y sin olvidar a McLuhan²²⁰, quien señaló que los medios de comunicación se han convertido en las extremidades del hombre.

La UNESCO por su parte ha destacado que los niños de ahora tienen dos padres naturales y uno artificial representado por la comunicación (los medios, como el caso de la ‘tele’ en los niños).²²¹

Aristóteles²²² en su estudio de la “Retórica”, detalla a la comunicación como la obtención de la totalidad de los medios de persuasión que se encuentran en nuestro alcance. Además, integra tres elementos en su organización:

| | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1) ORADOR: La persona que habla. 2) DISCURSO: La oración que se pronuncia. 3) AUDITORIO: La persona que escucha. | <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> ORADOR ► DISCURSO ► AUDITORIO </div> |
|--|---|

La mayoría de los modelos que integran a los elementos comunicacionales se basan en el de Aristóteles; por ejemplo, en el caso de Shannon y Weaver²²³, éstos hacen alusión a los siguientes componentes: **la fuente, un transmisor, una señal, un receptor y un destino.**

Por su parte, Berlo²²⁴ la definió como todo proceso dinámico de interrelación humana que se realiza con el uso de signos, en forma de código; y con el cual una mente puede influir en otra.

Y Moles y Zeltmann indican que la comunicación es un acercamiento global que quiere ser la explicación total de nuestro mundo. Estos visionarios englobadores, a su vez subrayan que ésta es “*la acción por la que se hace participar a un individuo –o a un organismo- situado en una época, en un punto R dado, en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo –de otro sistema- situado en otra época, en otro lugar E, utilizando los elementos de conocimientos que tienen en común*”²²⁵.

²¹⁸ MORIN, Edgar. *Sociología*. España: EDITORIAL TECNOS (GRUPO ANAYA), 2000. P. 141-143.
²¹⁹ WIMMER, Roger y; Dominik, Joseph. “*Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación*”. México: International Thomson Editores, 2001. P. 500p.
²²⁰ *Op. Cit.* MCLUHAN, Marshall; 1987.
²²¹ UNESCO. United Nations Educational Manager’s Reports. *Television teaches me a lot*. <http://www.unesco.org>. Fecha de consulta: 16 de abril de 2007.
²²² RHYS, Roberts, W. *Rethorica*. En: *The workss of Aristotle*. Vol. XI. U.S.A: (W.D. Ross, Ed.) Oxford University Press; 1946. Pp. 1-14.
²²³ SHANNON, Claude; y Weaver, Warren. *La teoría matemática de la Comunicación*. E. U. A: Ediciones de la Universidad de Illinois; 1949. P. 5.
²²⁴ BERLO, David K. *El proceso de la comunicación*. México: Editorial “El Ateneo” S. A. de C. V.; 1992. P. 7.
²²⁵ GARCÍA Madrigal, Florencio; y Vicén Antolín Carlos. *Fundamentos de Comunicación Humana*. Zaragoza: Mira Editores, S. A. de C. V. P. 16.



Muchos teóricos ya han hablado este fenómeno, más he aquí algunos de sus acercamientos:

| DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA COMUNICOLÓGICA²²⁶ | |
|---|---|
| SCHRAMM | El acto de la comunicación es aquello que forma parte de la función viviente de la sociedad. Éste la remite al proceso social y especifica que la misma es la herramienta que hace posible las sociedades confiriéndoles su cualidad humana. |
| RUESCH | Es el único modelo científico que permite explicar, dentro de un mismo sistema, los aspectos físicos intrapersonales, interpersonales y culturales de los sucesos. |
| MACBRIDE | Es una facultad acumulativa, y todo lenguaje se suma a dicho precedente. |
| ARANGUREN | Es la transferencia de información con vistas a una respuesta. |
| C.I. HOVLAND | Es el proceso por medio del cual un individuo –el comunicador- transmite estímulos (generalmente símbolos verbales) para modificar la conducta de otros individuos –los recipientes de la comunicación-. |
| HENRY PRATT FAIRCHILD | Es el proceso de hacer comunes intercambiar estudios subjetivos, tales como ideas, sentimientos, creencias, generalmente por medio del lenguaje, aunque también por medio de representaciones visuales, imitaciones y sugerencias... La comunicación de los grupos es el factor principal de su unidad y de su continuidad, así como el vehículo de la cultura. La buena comunicación es la base misma de la sociedad humana. |
| WARREN WEAVER | Es una expresión que incluye todos los procedimientos por medio de los cuales una mente puede afectar a otra. |
| NOEL GIST | Es toda interacción social de algún significado... Es cuando la interacción social entraña la transmisión de significados por medio del uso de símbolos. En este caso, este autor distingue a la interacción social como las influencias recíprocas que los seres humanos ejercen uno sobre otro, a través del estímulo y la reacción recíproca. |

Pero, la comunicación va más allá de ser únicamente un fenómeno que produce la transmisión de algún mensaje, ya que ésta:

*“es el proceso que lo vuelve respuesta, cerrando el circuito significante que va del que habla al que escucha. Si las palabras con el reflejo de las cosas, la comunicación es el reflejo del entendimiento. El lenguaje nace del deseo y de la necesidad de entenderse. La comunicación nace de la necesidad y del deseo de hacer común lo que debe entenderse... [En la forma interpersonal, con el uso del lenguaje en un diálogo], lo que se dice es invisible de cómo, por qué y para que, se dice, de quien lo dice y a quien se le dice. Y hay que saberlo expresar en el lugar oportuno, en el momento correcto y por el medio adecuado”.*²²⁷

²²⁶ Basado en:

1) PEREDO, Roberto. *Introducción al estudio de la comunicación*. México: Ediciones de Comunicación, S. A. de C. V. P. 31 y 32.

2) FERRER Rodríguez, Eulalio. *Comunicación y comunicología*. México: Ediciones Eufe, S. A.; 1982. P.13.

²²⁷ *Op. Cit.* FERRER Rodríguez, Eulalio; 1982. Pp. 13, 14 y 19.



En la ciencia, el saber tiene que ser el poder del conocimiento y de ser entendido, por eso una idea o enseñanza debe de ser comunicable, para que sea útil a la sociedad y ayude a resolver problemas.

*“[Y por consecuencia,] no es posible una teoría comunicable que no utilice un pensamiento lógico, general y metódicamente ordenado. Todo lenguaje científico corresponde una semántica, es decir, una interpretación de los símbolos; pero para esta semántica debe haber también un lenguaje llamado metalenguaje”.*²²⁸

El fenómeno comunicativo es un **instrumento teórico** que sirve como remedio de problemas.

La comunicación en este sentido, es el medio de los medios; ya que ésta logra que fluyan los conocimientos y descubrimientos, haciéndolos comprensibles. Incluso es el medio para que cualquier agrupación se unifique y permanezca, dependiendo el grado de empatía que este fenómeno pueda emancipar. Con la ausencia o minimización de este fenómeno, la comunidad se debilita o desaparece.

En sí, todo es comunicación; y la comunicación está en todo. Es el principio de la percepción de la realidad; porque para que haya este fenómeno, los sentidos deben de comunicar al cerebro lo que se está capturando de dicha realidad.

*“La comunicación está en el centro de todo lo perceptible, pero sobre todo como conciencia humana de la vida en común y de su cultivo... En tanto que vía de reciprocidad, fundamenta el equilibrio social, no hay cooperación, ni participación sin comunicación. A falta de ésta, la comunidad no funciona o se encuentra enferma”.*²²⁹

Los individuos tienen una vida comunicativa desde antes de nacer, cuando avisan sus necesidades a la madres en el periodo prenatal.

Asimismo, es el vínculo nuclear que integra a los hombres bajo factores personales y sociales. Es tal su valor que está constituido como uno de los derechos más importantes a nivel mundial, traducido el mismo como: La libertad de expresión.

En la modernidad, este fenómeno diluye distancias y hasta tiempos de aproximación entre unos con los otros. Las técnicas y tecnologías para hacer comunicación día con día progresan con el objetivo de unir más a esta humanidad que tiene la necesidad comunicarse en todo tiempo y espacio. Herbert Schiller, psicólogo y sociólogo, afirma que la tasa de crecimiento de las llamadas telecomunicaciones mundiales es de un 25% anual. Con base en esto, es factible decir que la comunicación es el lazo moderno que construye el esqueleto mundial de las comunidades y naciones.

Además, la comunicación *“no sólo refleja la particular manera de ser de una comunidad, sino que es esencia natural de ella”*²³⁰.

²²⁸ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA; 2003. P. 116.

²²⁹ *Op. Cit.* PEREDO, Roberto. Pp. 19-21.

²³⁰ *Op. Cit.* FERRER Rodríguez, Eulalio; 1982. P. 18.



En la investigación social, ésta es importante porque produce la interrelación humana y detona diferentes procesos, mecanismos, márgenes de error, efectos y demás cuestiones de interés a resolver.

*“La comunicación es el medio por el cual una persona influye sobre otra y es a su vez influida por ella, convirtiéndola en el portado real del proceso social. Hace posible la interacción. A través de ella los hombres se convierten en seres sociales”.*²³¹

Con la comunicación se ejecutan los trabajos colectivos para seguir impulsando el dominio de su entorno. Además, es gracias a ésta y una aliada: la información, que grandes descubrimientos e inventos se han llevado a cabo, y desarrollándose una gama sorprendente de conocimientos que ha sido posible trascender generacionalmente. Esto conlleva a puntualizar que, sin la comunicación no hubiera sido posible el progreso de los procesos y objetos que, hoy en día, parecieran rudimentarios.

La comunicación expande el aprendizaje directamente por la experiencia o indirectamente (con el uso de impresos, conversaciones, etc.). Su alcance se limita sólo a lo que uno quiere ser comunicado.

*“La comunicación hace posible para un individuo sacar provecho de lo que se ha llamado la ‘experiencia de los sistemas nerviosos de otros’ y aprender de esta manera lo que su propio sistema nervioso puede haber pasado por alto. Gracias a que el hombre tiene la habilidad de comunicarse, las sociedades humanas pueden ser consideradas como intrincados sistemas nerviosos cooperativos... La propia sociedad puede definirse como una vasta red de acuerdos mutuos”.*²³²

En las sociedades hay todo tipo de convenios (verbales y no verbales, escritos, visuales, legales o de palabra, morales, hereditarios, etc.), relacionados con lo que es posible hacer y lo que no. La eficiencia de tales convenciones es proporcional al grado de comunicación que se ejerza.

Además, una buena comunicación, con el uso de un lenguaje común; también fabrica predicciones del comportamiento humano. Es decir, que al comunicarse, el comunicador sabe que esperar del comunicado; y tras realizarse la retroalimentación, el comunicado sabe que esperar del comunicador.

El fenómeno de la comunicación, hablando del mismo como algo que no se detiene o algo en constante movimiento, interacciona al grado de influir en los demás y en la realidad misma. Ante ello,

Berlo sugiere que:

*“La teoría de la comunicación tiene como concepto, la idea de que la estructura de la realidad física no puede ser descubierta por el hombre, sino que debe ser creada por éste”.*²³³

²³¹ *Op. Cit.* PEREDO, Roberto. P. 21.

²³² *Ibidem.*

²³³ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. P.22.



Además, la comunicación es un medio que pone a prueba la realidad, confronta ideas y juicios contrastándoles con ésta y logra que los individuos conozcan la naturaleza del mundo real y las motivaciones que impulsan a sus semejantes a actuar como lo hacen.

En este sentido, incluso la comunicación es un principio de la ciencia.

Asimismo, este fenómeno es capaz de impulsar y poner en marcha a las organizaciones, tal como lo señaló el analista B.G. Gardner en su obra *“Human Relations in Industry”* publicada en Chicago por la editorial R.D. Irwin en 1946.

Éste da razón a que las principales funciones de la **línea de autoridad** o **cadena de mando** es proporcionar canales de comunicación que se extienden de lo más alto hasta lo más bajo, a través de toda la estructura.

Dichos canales tienen un papel estratégico en cualquier relación organizacional: ya sea en la interconexión entre el personal y su labor; o bien, entre el personal y su jefe. Si la comunicación se bloquea, todo lo que el laboral debe saber sobre su función provoca que no haya producción. Cuando la afinidad entre el jefe y los empleados es deficiente, la eficiencia disminuye por la falta de cooperación.

2.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un híbrido multidisciplinario que contiene muchas particularidades, como lo es el hecho de que es un fenómeno de relación causal; debido a que existe una causa que lo origina o una intención del comunicador; y, porque hay efectos en el comunicador: el cómo interpreta el mensaje y de qué manera se conduce la retroalimentación para que dicha comunicación siga generándose.

De igual manera, ésta implica una interacción y una reciprocidad; al mismo tiempo en que, puede originarse de forma voluntaria e involuntaria.

1) LA INTERACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN:

También la comunicación es un fenómeno de interacción por motivo de que es un fenómeno que va y regresa, el cual implica la propagación de estímulos y reacciones entre los organismos que la efectúan; y que, por consecuencia es recíproca, alternada y progresiva.

Durante esta dinámica de interacción causal, si la comunicación no es exitosa, la audiencia a la que se dirige el comunicador, responderá con diferentes respuestas; y tales, seguramente afectarán a cualquier comunicación futura.

2) LA RECIPROCIDAD DE LA COMUNICACIÓN:

En el transcurso de la comunicación, se invierten los papeles constantemente; es por eso que es recíproca. Dentro de un diálogo, el comunicador se convierte en comunicado y viceversa. Los papeles de ambos se intercambian todo el tiempo y cada uno adopta las funciones del otro. Dicha reciprocidad produce una retroalimentación.



3) COMUNICACIÓN VOLUNTARIA E INVOLUNTARIA:

La comunicación normalmente se efectúa voluntariamente, aunque también es involuntaria. Por ejemplo, cuando un observador reacciona con las actividades o comportamiento de otro sujeto. Aquí el observador analiza el estado interno del productor del estímulo y origina en él un efecto; por tanto: hay comunicación. Aunque se halla dado de forma involuntaria, existió.

Ésta se pudo haber manifestado por simpatía o solidaridad por ayudar al prójimo. El observador pudo pensar: -*se ha de sentir mal, algo le duele, esta enfermo...*, y en tanto que la reacción de éste sea coherente con lo que refleja el estado de ánimo del productor del estímulo (comunicado), es posible enmarcarla como **comunicación**.

No obstante, cuando la reacción no es coherente, no hay comunicación, y únicamente se propicio un mal entendido.

2.1.2 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación es un fenómeno vital para los seres vivos, en lo social y lo natural. Si los organismos no se comunicaran para desarrollar sus funciones fisiológicas, inmunológicas o hasta patológicas), simplemente no existiera la vida como la conocemos.

La necesidad de alimentarse, el desarrollo somático, comunicar que los pulmones tienen que llevar aire al oxígeno, etcétera; son tan sólo algunos de los fenómenos biológicos comunicacionales que los seres vivos llevan a cabo como principio de su supervivencia. Asimismo, el hecho de reproducirse es un proceso biológico necesario para que una especie siga subsistiendo.

Empero, esta materia también involucra una cuestión social entre los individuos. Aunque en el caso de los hombres (quienes poseen el *'plus'* de la razón), dicha sociabilidad involucra más que una convivencia animal e instintiva. Esto es que, implica cuestiones complejas como relaciones: culturales, económicas, educativas y sentimentales.

Así pues y en resumen, la comunicación cumple varias funciones en lo natural y social. Ésta sirve para satisfacer todas las necesidades de los seres vivos y en especial las de la humanidad; especie social que tiene como necesidad básica o impulso esencial: el comunicarse.

Sincrónicamente, la comunicación en todos los niveles tiene otra función primaria, que es la transmisión de los conocimientos y valores sociales (morales, éticos y normativos).

Al mismo tiempo que adquiere otra función sumamente importante, la generación del Aprendizaje; pues a través de la retroalimentación, es el motor del Proceso de Enseñanza y Aprendizaje.

Por su parte, González Alonso, aporta cinco funciones esenciales, las cuales radican más en la cuestión de forma y contenido de los mensajes dentro del fenómeno de la comunicación.



**CINCO FUNCIONES COMUNICOLÓGICAS: DE SENTIDO Y SEMÁNTICA
(EN VISIÓN DE CARLOS GONZÁLEZ ALONSO)**

| | |
|--------------------------------|---|
| FUNCION REFERENCIAL | Genera la intencionalidad y emisión del mensaje por vía del comunicador. Es decir, define las relaciones entre el mensaje y el comunicador. |
| FUNCION CONNOTATIVA | Estimula la interpretación de los códigos y señales recibidos. Esto es, define las relaciones entre el mensaje y el comunicado. |
| FUNCION ESTÉTICA | Define las relaciones del mensaje consigo mismo de una forma objetiva. |
| FUNCION FÁCTICA | Define la eficiencia de la comunicación. Esto significa, que se encarga de la confirmación, continuidad y detenimiento del fenómeno. |
| FUNCION METALINGÜÍSTICA | Induce las relaciones imaginarias de interpretación que pudieran ser o no entendidas por el receptor. Esta función se encarga de asimilar cualquier sentido no del todo asertivo ni previamente definido por el comunicador que el comunicado pudiera comprender de un mensaje. |

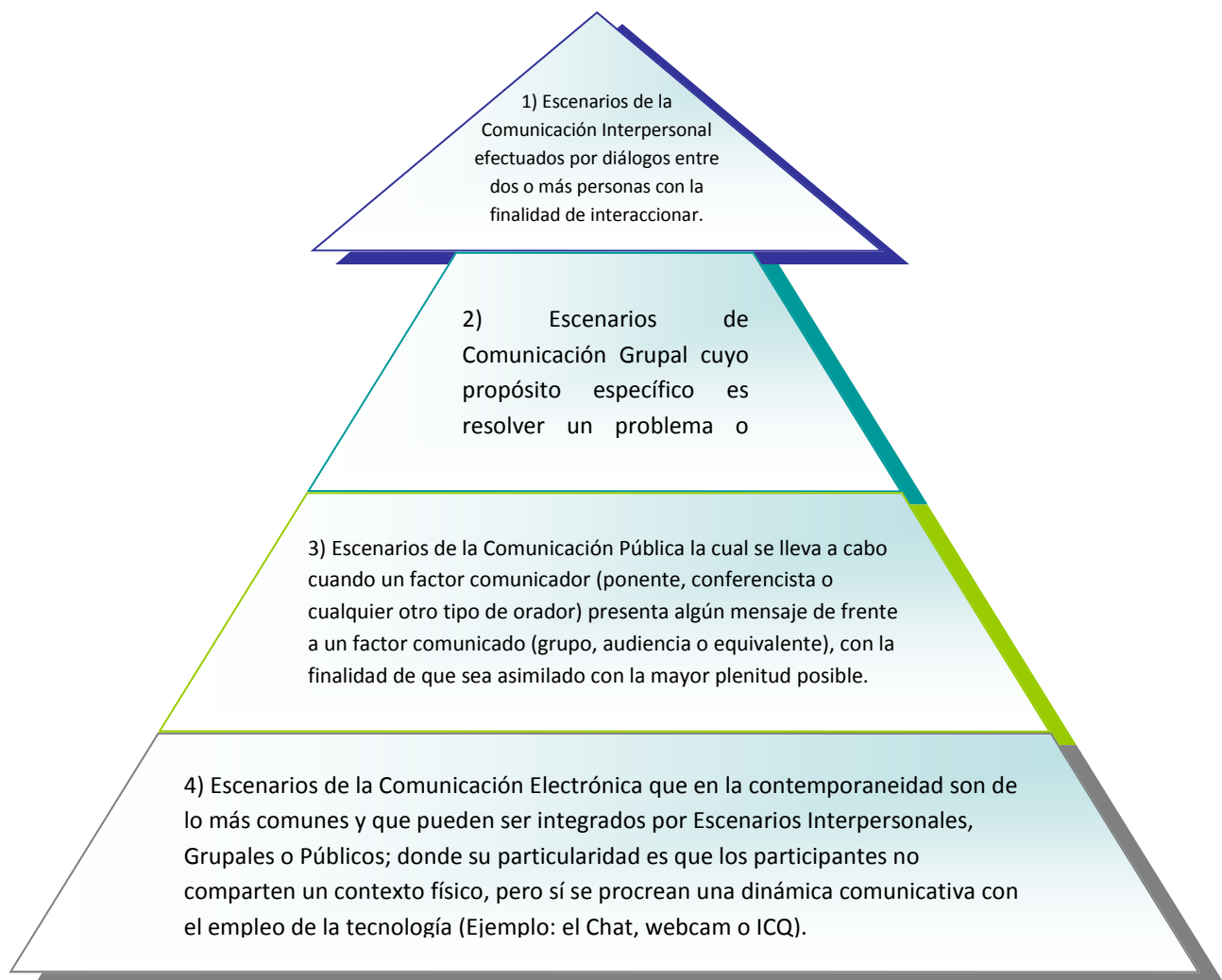
Y para completar esta parte, cabe introducir la exégesis de Rudolph Verdeber²³⁴. Éste integra además de las funciones de la comunicación, una genealogía de los Escenarios de la Comunicación, los cuales adapta según los tipos o niveles de la comunicación (a detallar más adelante).

FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN EN VERDEBER:

1. La Comunicación es un satisfactor de necesidades físicas, psicológicas y sociales del hombre.
2. La Comunicación participa como creador y consolidador de la identidad personal y social de las pequeñas agrupaciones y hasta de naciones completas.
3. La Comunicación funge como un detonador en la creación y el progreso de las relaciones personales y sociales de los grupos; ya sea en lo formal y/o lo sentimental, en lo técnico y/o en lo afectivo.
4. La Comunicación contribuye en las relaciones humanas y cognitivas como un agente de intercambio de información y conocimientos.
5. La Comunicación tiene un papel sustancial como un factor influyente de la sociedad; ya que, por su poder de persuasión es capaz de desatar: prohibición o convencimiento. Tal es el ejemplo de los 'mass media' que pueden convencer a las personas para comenzar a fumar o a otras para que lo dejen al prohibírselos; dependiendo el caso.

ESCENARIOS DE LA COMUNICACIÓN EN VERDEBER:

²³⁴ VERDEBER, Rudolph. ¡Comúnicate! México: International Thomson, 1999. 482p.



2.1.3 MARCO REFERENCIAL DE LA COMUNICACIÓN²³⁵

La comunicación arranca con las relaciones de los factores comunicativos y el flujo de mensajes que contengan información identificable para generar su retroalimentación entre ellos. La información debe ser afín (con un contexto y referencias semejantes), a los factores que estén interactuando. De no ser así, el fenómeno será difícil consumirlo o imposible. Y entre mayor sea la compatibilidad de los contextos entre comunicador y comunicado, mayor será el grado de comunicación.

²³⁵ Basado en:

1) FRASCARA, Jorge. *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito, 2006. 165p.
2) DE MORAGAS Spa, Miguel; [...et. al.]. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona: Península, 1980. 373p
3) OTERO, Edison. *Teorías de la Comunicación*. España: Editorial Universitaria, 1999. 248p.



En la lengua, por su parte, ocurre que cada uno de sus vocablos posee varias acepciones. Al investigar un poco los conceptos en los libros, cualquier lector puede comprobarlo. Para elegir una terminología decente, las palabras necesitan situarse dependiendo el argumento, entorno, trama o tenor para lo cual se requiera. Esto es, en un contexto reconocible. “*Y en un sentido más estricto, el contexto es el marco de referencia con respecto al cual los signos adquieren un significado determinado*”²³⁶. Existen así, múltiples contextos y su agrupación es el Marco Referencial de la Comunicación.

Para W. Schramm todo contexto es integrado por mensajes que tiene por interpretación la experiencia de la parte receptora o el marco de referencia. Así que éste, es la experiencia acumulada que otorga uno o varios significados a los signos; o bien, se trata del complejo de acontecimientos externos, conocimientos y experiencias individuales recolectadas que brindan un valor determinado a los signos; transferido por la Comunicación (personal y generacional).

Por otro lado, David Berlo concibe al Marco Referencial de Comunicación como un conjunto de agentes preactivos que deben ser compatibles entre el comunicador y comunicado; tales agentes son: Capacidad de Comunicación, Ideología y Acciones, Nivel de Conocimientos del Tema y el Contexto.

1) CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN:

Son las habilidades para comunicarse según la experiencia individual o grupo de referencia. Por lo que respecta al comunicador, es diferente cuando comunica un infante a un adulto; o bien, cuando se trata de una persona muda a una que habla.

Asimismo, hay distinciones cuando se habla en público o realizan presentaciones entre las personas que dirigen personal, en comparación con las que carecen de experiencia. Este factor preactivo, expande o limita el desarrollo de la comunicación.

2) IDEOLOGÍA Y ACCIONES:

Es por la influencia ideológica y activa se funda la calidad de las comunicaciones, y éstas adquieren propiedades tan diversas como la diversidad cultural, formas de comportamiento y de ser.

Es decir que, comunicadores y comunicados pueden adoptar ciertas inclinaciones o repulsiones a ciertos asuntos o personas; y de algún modo, todo ello influye en la vida de las personas y sus grupos. Los factores ideológicos que provoquen re-acciones en los individuos, incitarán una serie de transformaciones en su población, por más insignificante que al individuo se le considere.

3) GRADO DE CONOCIMIENTO SOBRE EL TÓPICO:

Este factor hace referencia a la medida en que se conoce un tema, expresa y entiende. A una persona le es más fácil hablar de sí mismo y sus experiencias, que sobre cualquier otra cosa que casi no haya consultado o vivido. Por ejemplo, un maestro de física reduce la efectividad de su comunicación si trata de explicar teorías teológicas; así como un comunicólogo le puede resultar difícil hablar sobre los teoremas de Pitágoras, y aún más: explicarlos... puesto que no es del todo su fuerte.

²³⁶ ÁVILA, Raúl. *La lengua y los hablantes*. México: Editorial Trillas, 1991. P. 27.



En tanto que, cuando existe un conocimiento mayor sobre el tema, es más sencillo abordarlos y que lo entiendan los receptores. Esto significa que la ignorancia de un tema limita la comunicación, mientras que el saber sobre el mismo la expande.

4) CONTEXTO:

En realidad existen dos sentidos cuando se habla de contexto. Uno, aquel contexto en el cual se denotan determinadas características inmediatas dentro de una situación grupal o ambiente social que involucra cierto grado de interacción y la reciprocidad de varios mensajes vinculados. (Ejemplificando: una conversación entre dos amigos maestros de la universidad, esto es: la sociabilidad entre las personas mediante la comunicación).

Y dos, con rasgos más generales, implica una gamma asuntos sociales, culturales políticos, históricos y antropomórficas con caracterizaciones más complejas de la colectividad; mismas que dan lugar a determinadas acciones: transiciones políticas, procesos sociales y acontecimientos históricos, entre otros cambios bruscos.

Pero, en resumen, al contexto se le puede vislumbrar a través de los ojos de Sánchez Cerezo, como *“toda situación exterior que envuelven a los individuos y tienen una influencia relevante sobre ellos. Entre tales condiciones pueden intervenir agentes sociales (acontecimientos y sociabilidad) y agentes físicos (objetos significativos y las relaciones que éstos manifiestan)”*²³⁷.

2.1.4 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La **comunicación si se concreta**, puede definirse como el fenómeno interactivo de relación social y personal, causalidad y retroalimentación que consiste en la acción y efecto de comunicar y comunicarse. Esto ocurre entre dos elementos comunicacionales distintos: un comunicador y un comunicado que emplean un código común para la emisión de mensajes.

La misma surge a partir de la intencionalidad del primero y se desarrolla continuamente con el entendimiento del segundo. Aunque también se puede presentar el caso de que un sólo elemento, mediante una comunicación intrapersonal (interiorizada mentalmente o a modo de soliloquio), funja tanto como comunicador, como comunicado de sí mismo; y, ocupe la función de ambos durante dicha retroalimentación individual. Por ser precisamente un fenómeno de retroalimentación, involucra una kinésis constante al estar efectuándose.

En el progreso del fenómeno se lleva a cabo una transducción y propagación de estímulos; o bien, la transmisión de señales configuradas en un mensaje fundado en un lenguaje compartido que pasa a través de uno o diferentes canales por conducto de algún medio específico o varios.

Además, al surgir por una intención del comunicador, genera acciones que provocan diversos efectos en el comunicado. Ésta puede involucrar toda una gama de procesos naturales, superficiales y hasta tecnológicos propios de la comunicación, relacionados con ésta o ajenos a lo comunicacional.

²³⁷ SÁNCHEZ Cerezo, Sergio; [...et. al.]. *Diccionario de las Ciencias de la Educación*. Editorial Santillana, S.A. de C. V.; 1999. P. 543.



Es decir que en toda comunicación, para que se ponga en marcha la transmisión de los mensajes se requiere de un medio adecuado o canal por conducto del cual la fuente (el comunicador) pueda codificar la intencionalidad de la idea que se quiere transferir (lo que se quiere decir y lo que se quiere dar a entender).

Asimismo, la parte receptora (el comunicado), debe de interpretar el mensaje recibido y decodificarlo para concebir una respuesta que permita el *'feedback'* (la retroalimentación).

A pesar de que el comunicador y el comunicado son conceptos empleados como si se tratasen de dos sujetos que tienen diferentes roles durante la acción comunicativa, se sabe que a lo largo de una conversación ambos intercambian constantemente sus papeles, convirtiéndose en el otro.

Como se vislumbró en la definición sintetizada de la comunicación; además de los dos últimos participantes mencionados en el párrafo anterior, existen otros elementos que se presentan en la comunicación, los cuales se pueden describir de la siguiente forma:

1) MENSAJE:

Todo mensaje es el vínculo de unión e interacción entre el comunicador y el comunicado y se trata de la información emitida durante la comunicación. Lo que se comunica: códigos, signos, símbolos, sonidos, onomatopeyas u otras informaciones capaces de ser interpretada.

Asimismo, el contenido de un mensaje no es más que es la percepción mental de los objetos, fenómenos y acontecimientos que los sujetos pueden abstraer.

El contenido del mensaje posee elementos, una estructura y las formas que uno mismo elige para determinar dicha estructura del contenido.

El tratamiento del mensaje es el conjunto de decisiones tomadas por la fuente para estructurar los códigos y el contenido del mensaje. Para estructurar al mensaje, el tratamiento del mensaje se refiere a las decisiones de la fuente para transmitirlo.

Cada persona al elegir un código para el mensaje que quiere comunicar, decide que normas de codificación usar, el contenido a integrar y el tratamiento de los mensajes adecuado según sea la necesidad y grado de dificultad del mensaje; esto es diferente para cada individuo y tema que sea estructurado en dicho mensaje.

Al basarse en las decisiones tomadas para la estructura es posible hacer suposiciones de la persona que lo codificó, esto es porque cada persona, con sus diferentes ideas, actitudes, contexto cultural, normas y costumbres, decidió codificar su mensaje de tal o cual manera distinta.

De esta forma se infiere que, con respecto al propósito de la fuente, su nivel de conocimiento y otras cuestiones: *"Comunicarse es esperar una respuesta"*²³⁸.

²³⁸ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. P.55.



PARA QUE LOS MENSAJES OBTENGAN LAS RESPUESTAS DESEADAS, NOS DICE CARLOS FERNÁNDEZ COLLADO²³⁹, ES NECESARIO CUMPLIR CON LO SIGUIENTE:

1. Debe diseñar y transmitir de tal forma que se logre la atención del destinatario escogido.
2. Tiene que emplear signos que hagan referencia a experiencias comunes de la fuente y del destinatario, de tal forma que se logre transmitir el significado.
3. Requiere reflejar necesidades de personalidad en el destinatario y sugerir formas de satisfacerlas.
4. Debe sugerir una manera de satisfacer esas necesidades, de tal forma que ésta sea apropiada a la situación del grupo en la que se encuentra el destinatario cuando se le incita a dar la respuesta deseada.

En relación con la organización de los mensajes, David Mortensen expone:

*“La organización del mensaje constituye una dimensión de la interacción verbal y no verbal que damos muy por sentada en la mayor parte de los casos. Las palabras suelen llegar con facilidad, son productos del momento, resultado de reacciones que tienden a ser espontáneas y de rueda libre. De tan escaso esfuerzo es la cuestión de producir el habla humana, que rara vez tenemos conciencia de los aspectos organizativos del lenguaje. Nuestra desatención respecto de las cuestiones de organización resulta hasta cierto punto comprensible y muy natural. En una cierta medida, estamos en libertad de decir o escribir cualquier cosa, en cualquier orden o secuencia, que se venga al impulso del momento”.*²⁴⁰

Ahora bien, hablando del “Efecto Aguja”²⁴¹ y su relación con el mensaje, es importante su mención; debido a que este efecto es aquel que se produce con la inyección de los mensajes en las mentes del público receptor; produciendo enseñanza, entretenimiento, participación en eventos públicos o cualquiera otro propósito que se haya fijado el receptor. Al observar y utilizar el efecto aguja se piensa también en la orientación de los mensaje y medios que usan los emisores para que sus mensajes lleguen al público indicado.

2) CÓDIGO:

Comprende el complejo de signos usados para expresar un mensaje, o bien, un sistema de señales convencionales basada en reglas de combinaciones y yuxtaposiciones pertenecientes al sistema. Dentro de las lenguas naturales, éstos se encuentran conformados por fonemas, morfemas y reglas de combinación recíproca de dichos elementos (en contraste con el habla que se constituye por mensajes previamente configurados).

Existen varios códigos, como es el caso del idioma español, un código distinto a cualquier otro idioma. La Clave Morse es también otra forma de código, así como los signos con los que se comunican los sordomudos, la escritura y el lenguaje para invidentes (sistema Braille), ciertas onomatopeyas...

²³⁹ FERNÁNDEZ Collado, Carlos. *La comunicación humana. Ciencia Social*. México: McGraw-Hill / Interamericana de México, S.A. de C. V.; 1994. P 11.

²⁴⁰ MORTENSEN, David. *Comunicación. El sistema interpersonal*. Buenos Aires: Tres tiempos, 1978. P.12

²⁴¹ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. P.25.



“Existen lenguajes propios de ciertos grupos como las pandillas, los agentes de tránsito, la policía, los pilotos y controladores aéreos, entre otros. Todos estos son códigos”.²⁴²

Toda actividad humana y social obedece a convenciones que se van adoptando durante el desarrollo de los individuos, se acatan reglas y con ellas se fijan los códigos. En la sociedad existen los **códigos de comportamiento** (los valores, las buenas costumbres, las reglas de tránsito, las normas legales, los reglamentos deportivos...) y los **códigos de significación** (los cuales son los sistemas de signos que configuran a los de comportamiento y que en ocasiones se confunden).

Los códigos no son elaboraciones naturales. No. Éstos son producto de los intereses y necesidades de los sujetos que diseñan sus propias reglas y normas, como el orden de las letras en una palabra o, el orden de una palabra en una oración.

2.1) SIGNO:

Todos los mensajes son la organización de varios signos. Éstos se usan para transferir información e indicar alguna cuestión que otro sabe y de lo cual se desea hacer partícipe de ello a los demás. El signo, de la etimología ‘*signum*’ referida a **marca** o **talla**, forma parte del proceso de significación y definición, es por ello que es una entidad básica en el fenómeno de la comunicación.

El investigador Umberto Eco lo acepta dentro del estudio de la semiología y de la semiótica. Y para evitar confusiones sobre el término o vaguedades, muestra varios conceptos sobre el mismo.

| EL SIGNO SEGÚN ECO ²⁴³ |
|---|
| Síntoma, indicio, indicación palpable de la que se puede sacar deducciones y símiles con relación a algo latente. Elemento característico de una enfermedad, referido a un enfermo. |
| Imperfecciones físicas, sobre todo leves, tales como: cicatrices, etcétera, por las que resulta más fácil el reconocimiento de una persona y que se citan en los documentos de identidad. |
| Gesto, acto o similar que pone de manifiesto una forma de ser o hacer, como un signo de alegría, etc. |
| Cualquier expresión gráfica, punto, línea, recta, curva y otras similares adoptadas convencionalmente para representar un abstracto; así como números en una fórmula química, expresiones algebraicas, operadores lógicos y similares. En determinados contextos se llaman también ‘ <i>símbolos</i> ’. |

3) FUENTE:

Es lo que da origen al mensaje. Puede ser un acontecimiento, representación, cosa, persona, animal, grupo de personas, etcétera. También denominado repertorio, se trata del conglomerado de los elementos usados para estructurar la información que será transmitida.

Cuando en el fenómeno intervienen canales artificiales, la fuente es limitada y minimiza los elementos que capta el canal. Por ejemplo, el caso de la radio, sólo capta el sonido y lo transfiere. En cambio, cuando la fuente es natural; los elementos no son limitados, pero se exige que sean convencionales

²⁴² Op. Cit. MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.22.

²⁴³ ECO, Umberto. *El signo*. España: Editorial Labor, 1976. (Col. Temas de Filosofía). Pp. 13 y 14.



para que la codificación y decodificación se realicen correctamente. Es decir, sería inútil leer un mensaje en mandarín cuando no se tiene noción del significado de los signos usados.

La fuente se establece por códigos y convenciones que determinan los usuarios. Por ejemplo, considerando las letras del alfabeto universal manejado en este momento. Si elegimos letras del alfabeto al azar, esas se concretarán como *'la fuente'* para los ingleses, italianos, españoles y otros (con excepción de la "ñ"). Ahora que si no se toman al azar, sino que se eligen más veces las letras: **a, e, i, o, u, c, b, d, s, m, p, l, g, t**; quizá se conformarían algunas palabras y más en Castellano, ya que éstas letras suelen emplearse más en dicha lengua. En la fuente los componentes son comparables. La codificación involucra un sesgo y da más probabilidad de aparición de unos elementos sobre otros.

4) CANAL:

Para Jean Dubbois, *"el canal es el soporte físico de la transmisión del mensaje, medio por el que se transmiten el código o las señales: en el caso de la comunicación verbal es el aire, aunque puede tener muy diversas formas: bandas de frecuencia, radio, luces, sistemas mecánicos o electrónicos diversos, etcétera"*²⁴⁴.

Además, agrega D.K. Berlo:

"Cuando la gente se comunica debe elegir un canal, para esta difícil decisión pensamos en: lo que se puede conseguir, la cantidad de dinero que puede ser invertida, las preferencias de la fuente y otros determinantes como pueden ser: cuales los canales captados por la mayoría de la gente (como para promover el menor precio), cuales son los canales de mayor efecto, los más adaptables al tipo de propósito que persigue la fuente y cuales son los más adecuados al contenido del mensaje. Los canales unen la fuente con el receptor y les permiten comunicarse".²⁴⁵

Cuando se elige un canal no se piensa en esto tan profundamente, y quien elige el canal no lo hace, en general, por una razón en específico. En relación con esto, todos los mensajes deben de transmitirse a través de un canal en específico por su eficiencia. Dentro de la comunicación, usualmente dos canales son mejores que uno, y el receptor suele retener una mayor cantidad de información visual que oral, en igualdad de condiciones. La mayoría de las personas usan mucho la televisión y la radio, dichos canales son los más usados por los receptores.

Los periódicos también son leídos pero en menor medida; además, hay que tener en cuenta que existen diferentes tipos de periódicos así como diferentes tipos de programas dentro de la televisión como de la radio, y según el programa que esté pasando y el público que lo vea, en eso se basan para elegir los comerciales que se van a proyectar, a fin de focalizar bien el producto con relación a la audiencia a la cual vaya dirigido. Asimismo, según sea el mensaje del bien o servicio, se elige la hora y el canal de televisión en el que se mandará el mensaje, para que los individuos hacia quienes se dirige éste último, lo reciban de acuerdo a sus circunstancias sociales.

²⁴⁴ DUBOIS, Jean [...et. al]. *Diccionario de Lingüística*. España: Alianza Editorial; 1994. P. 128.

²⁴⁵ *Op. Cit.* BERLO, David K. P.59.



Para continuar hay que decir que, en sí, el canal no es más que el medio por el cual se transmiten de los mensajes. Viene a ser un instrumento mecanicista por el cual transita un mensaje y se le conduce de un punto hacia otro. Los canales en ocasiones son invadidos por interferencias que obstaculizan y distorsionan la esencia del mensaje y su contenido. Esto significa que la calidad y cantidad de las transmisiones dependen de éste.

*“Queda por último, la tercera acepción. Si estamos en un nivel interpersonal, la propuesta... es aplicar... el canal como muelle a las habilidades sensoriales del codificador y del decodificador. Y en la medida en que estas habilidades tienen que ver con una serie de factores personales (actitudes, nivel de conocimientos, sistema sociocultural de pertenencia, etc.); la tipología interpersonal se convierte propiamente en un objeto de estudio de la comunicación”.*²⁴⁶

Existen varios canales por los cuales los mensajes son enviados, los cuales es posible clasificar de dos maneras generales (“*naturales y artificiales*”²⁴⁷) y en otras particulares (auditivos, visuales...):

- ⚡ 4.1) CANALES NATURALES: Son aquellos que el hombre posee de un modo innato y que se relacionan con el exterior. Tal es el caso de los cinco sentidos: vista, tacto, gusto, oído y olfato.
- ⚡ 4.1.1) CANAL AUDITIVO: Se emplea para transmitir mensajes sonoros. Su limitación radica en su elevada o reducida audición, puesto que si se escucha estrambótica o quedamente, es posible que se propicien problemas en la abstracción. Si se ha de recordar, el sentido del oído se mide por los decibeles que pueden percibir o apartar ondas sonoras y sus combinaciones.
- ⚡ 4.1.2) CANAL VISUAL: Son aquellos que dan a conocer las imágenes del mundo de una forma más segura, ya que cuando captamos señales visuales es posible mermar a la retina.
- ⚡ 4.2) CANALES ARTIFICIALES: Llamados ‘*medios*’, son los que la humanidad ha creado para transportar los mensajes en el tiempo y espacio. Estos canales representan extensiones de los seres humanos que permiten mejorar las funciones orgánicas y son maniobrados por los mismos para enviar mensajes en todo lugar y momento. Actualmente se emplean en la comunicación, como parte de sus prolongaciones. Estos son mecanismos técnicos que se manifiestan en el cine, radio, televisión, celulares, internet, etcétera. Aunque también pueden ser de índole biomédica y fisiológica, como son el caso del aparato para el la sordera que se coloca en el oído u otros similares que facilitan la comunicación de los órganos internos del hombre.

5) REACCIONES (DE RESPUESTA, EFECTOS E INFLUENCIAS):

A toda acción deviene una reacción y a toda intención respuesta. Es parte de la fenomenología causal de la comunicación. La reacción se entiende como la actitud que adopta el receptor al captar un mensaje. Dicho comportamiento revela si el mensaje fue recibido y entendido, si se estuvo interesado y se puso atención en el mismo, o si se estuvo mediana o completamente desinteresado sobre tal.

²⁴⁶ RODA, Salinas, F.J.; y Beltrán de Tena, R. *Información y comunicación. Los medios y su aplicación didáctica*. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C. V. P. 67.

²⁴⁷ ALVADO Rangel, Leticia; [...et. al]. *Comunicación I*. México: McGraw-Hill/Interamericana, S.A. de C. V.; 1997. P. 7.



Asimismo, cabe destacar que la comunicación surge y se desarrolla a partir de tres elementos muy importantes: la intención del comunicador, la sensibilidad que tenga este sujeto ante determinado estímulo y la capacidad que dicho comunicador posee para emitir también una respuesta; y sobre esto último, J.M. Mardones y N. Ursua señalan lo siguiente:

*“Para que un estímulo desencadene una cierta respuesta, es preciso que el sujeto sea capaz de proporcionarla... por lo tanto, el punto de partida no es el estímulo, sino la sensibilidad al estímulo y ésta depende de la capacidad de dar una respuesta”.*²⁴⁸

En la comunicación intrapersonal (la perpetrada con sí mismo), el sujeto pone en procedimiento reflexiones, cuestionamientos sobre una serie de dudas que lo atosigan y, cuando halla como resolverlas, se ve realizado y se responde. Schramm en relación con la respuesta alude esto:

*“El proceso de regreso se llama retorno de la comunicación y desempeña un papel muy importante porque nos dice cómo se están interpretando nuestros mensajes. ¿Dice el oyente: ‘Sí, así es’, cuando tratamos de persuadirlo? ¿Inclina la cabeza en asentamiento? ¿Aparece en su frente un ceño de perplejidad? ¿Mira hacia el otro lado como si perdiera interés? Todo esto es comunicación de retorno. También lo es una carta al director de un periódico, protestando contra un editorial. También lo es la respuesta a una carta. También lo es el aplauso del auditorio de una conferencia. Un comunicador experimentado está alerta para reaprovechar esa comunicación de retorno y modifica constantemente sus mensajes de acuerdo con lo que oye u observa en su auditorio”.*²⁴⁹

5.1) LA REACCIÓN DE RESPUESTA:

En toda comunicación, a partir de que surge la intencionalidad del comunicador, ésta se regenera y como consecuencia, se produce una reacción de respuesta. Ésta es una aprobación crítica que define el éxito o no de cualquier pretensión de comunicación, debido a que sólo por un dispositivo de esta naturaleza es posible saber los efectos de la comunicación. Si el comunicador se haya de frente con el comunicado, éste último por medio de su reacción juzgará la eficiencia de la comunicación.

En los casos en que la comunicación orienta o convence para incitar ciertas formas de comportamiento, es más sencillo medir su efectividad. En tanto que se muestra más compleja de descifrar cuando la comunicación involucra la transmisión de una experiencia o expresiones o ideas.

Si la reacción de la respuesta es pertinente y afirmativa, la comunicación puede ser un hecho, tal y cómo se maneja en el siguiente ejemplo: El comunicador puede medir si ha comprendido el mensaje mediante lo que el comunicado hace y dice. No basta con que el comunicador pregunte si lo entiende y el comunicador lo afirme. Es necesario que el comunicador analice su comportamiento y traduzca los efectos que causó en el comunicado tras observar los resultados.

²⁴⁸ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. P. 139.

²⁴⁹ SCHRAMM, Wilbur. *Procesos y Efectos de la Comunicación colectiva*. Quito, Ecuador: Editorial Ciespal. 1969. P. 8.



Estos ejercicios lo realizan mucho la publicidad cuando su fin es convencer para que se compre un producto, o la propaganda que busca la consolidación de un punto de vista o cambio radical o parcial de la forma de pensar de los individuos.

5.2) LOS EFECTOS:

Según el mensaje recibido, sea intencional o no intencional, será el grado de impacto que produzca; es decir, la cantidad de efectos o nivel del efecto. Los efectos pueden ir desde actitudes hasta comentarios y acciones que toman los individuos conforme a los mensajes y fuentes. Los mensajes son capaces de encausar una transformación en la actitud de una persona o reforzársela, como en el caso del '*efecto boomerang*', en el cual una actitud cambia en un sentido opuesto al esperado. Otros efectos que vale la pena mencionar son el **efecto de demostración** y el **efecto de inmunización**.

El primero se ejecuta por medio de mensajes propagados por diversos medios de información en donde los individuos observarán supuestas cualidades, virtudes o ventajas de un producto sobre otros, creando en el consumidor una imagen falsa.

Dichos mecanismos en beneficio de la comercialización conducen a los sujetos a superarse trabajando más para obtener los productos '*maravilla*' que les ofrecen, o a tomar una actitud de depresión por no poder adquirir y demostrar la eficacia del producto.

En el caso del segundo, surge a lo largo de la segunda guerra mundial como un mecanismo propagandístico que inyectaba a los individuos un sentido de resistencia al cambio y de oposición en contra del enemigo y su propaganda. De este modo, existen dos procesos de inmunización ideológico-social. Una consiste en consolidar el comportamiento con información y todos argumentos reales posibles; y la otra, conocida como contrapropaganda, ofrece propaganda del adversario minimizándolo o ridiculizándolo.

*“Los efectos del medio se hacen poderosos e intensos justamente porque se proporciona otro medio en calidad de contenido... El medio [en sus efectos] regula la escala y forma de asociación y las acciones humanas”.*²⁵⁰

5.3) LA INFLUENCIA:

Cada mensaje emitido en la comunicación involucra una influencia social que orienta a los seres humanos a modificar su forma de pensar, hábitos y costumbres, gustos y disgustos, estilos de vida y formas de interactuar. Un ejemplo es el uso de los celulares que, hasta hace unos años no era tan común su uso.

Además, la influencia de los medios de comunicación provocan que las personas se preocupen más por las guerras internacionales y que se creen tendencias opositoras o afiliadas a un evento o ideología: como es el caso de la invasión a Irak por parte de los Estados Unidos, a inicios del nuevo milenio; o bien la guerra entre Israel e Irán por el conflicto religioso jesuita.

²⁵⁰ *Op. Cit.* MCLUHAN, Marshall, 1987. Pp. 31-41.



Por la influencia social de las figuras mediáticas y estereotipos muchas cosas han cambiado, como los códigos sexuales, modos de vestir, actitud de los jóvenes en relación con las drogas y el matrimonio, formas de bailar; por mencionar tan sólo algunos ejemplos. Todo individuo muestra una influencia social, debido a que crece con ésta. La presencia de otros origina influencias altamente visibles o sutiles. De hecho, los líderes de opinión modifican la opinión de las audiencias, gracias a los ‘*mass media*’.

“El concepto de influencia social se puede explorar desde otro ángulo más que recorrer aspectos de nuestro estudio tanto de contenido-relación como de lo abierto-encubierto. Supóngase que ordenamos toda influencia social respecto de lo completo de las metas y respuestas involucradas. En un extremo del continuo están las influencias incompletas aunque instrumentales para conducir a otras respuestas más.

*En el primer caso, tenemos ejemplos de influencia **consumatoria**, y en el otro influencia instrumental. Claro está que la distinción es siempre cuestión de grado. Algunas influencias son más o menos completas con respuesta inmediatas de los receptores; otras no son más que medios para auspiciar metas. Obsérvese que estamos hablando más allá de las respuestas: ‘**per se**’, que suelen usarse en la instrumentalidad de la investigación acerca del aprendizaje; ya que se trata más bien, acerca vínculo entre metas y respuestas de los respectivos comunicadores”.*²⁵¹

6) LOS PROCESOS DE CODIFICACIÓN:

Estos procesos le dan un valor y significado al mensaje; y permiten la configuración, delimitación y enfoque del mismo; así como su abstracción, asimilación interpretación y comprensión.

6.1) ENCODIFICACIÓN:

Es la operación que ocurre al generarse la idea e intención de la fuente, seleccionándose un cúmulo de determinados signos denominados como código para que el comunicador pueda emitir su mensaje. Es una acción propia del comunicador, a quien se le puede denominar también fuente de encodificación.

Hay algunos factores importantes dentro de la **fuentes-encodificadora** como: **las habilidades comunicativas, las actitudes, el nivel de conocimiento, la posición que ocupa dentro de un determinado sistema socio-cultural**, leer, escuchar, la capacidad de hablar, escribir y el pensamiento, la pintura, el dibujo, la gesticulación, la creación de códigos corporales como las señas o posturas, determinados sonidos, etc.

De esta forma se debe entender que un buen comunicador debe tener muy bien desarrolladas los factores antes mencionados, a fin de entablar una comunicación más fidedigna, abierta y con mayores posibilidades, tal cual lo expresa David K. Berlo.

“Siendo fuentes-encodificadoras, nuestros niveles de habilidad comunicativa determinan de dos maneras la fidelidad de nuestra comunicación: nuestra capacidad

²⁵¹ MORTENSEN, David. *Comunicación, el sistema socio-cultural*. Buenos Aires: Editorial Tres Tiempos; 1978. P. 129.



*analítica en lo que respecta a nuestros propósitos e intenciones, y nuestra capacidad para codificar mensajes que expresen nuestras intenciones para poder decir algo cuando nos comunicamos”.*²⁵²

Además, la ortografía, gramática, pronunciación gesticulación, tener los propósitos de comunicación bien definidos, poseer un vocabulario adecuado en la expresión de las ideas; es sumamente importante para incrementar las habilidades individuales de comunicación, decir mejor lo que se está pensando y llevar a cabo una mejor construcción del mensaje sobre lo que se está pensado.

*“Las palabras que podemos dominar y la forma en que las disponemos unas con otras, ejercen influencia sobre a) aquello en lo cual estamos pensando b) la forma en que pensamos, y c) que pensemos en algo o no”.*²⁵³

Por último, dentro de la encodificación, es trascendente tomar en cuenta los componentes del pensamiento, hablando del pensamiento como la unión de diferentes y variados componentes que nos hacen llegar a una idea; tal cual lo expresa el mismo Berlo.

*“El pensamiento implica una manipulación de símbolos de unidades de pensamiento, el pensamiento(...) se halla por lo general directamente ligado a las experiencias: a objetos específicos, concretos”.*²⁵⁴

Las actitudes de la fuente de comunicación es un factor más que afecta las formas de comunicarse con el medio y las personas, al igual que las habilidades comunicativas, necesarias para llegar al propósito de la comunicación. Para Berlo, es importante definir una actitud hacia el receptor, hacia el tema tratado y hacia sí mismo²⁵⁵.

La actitud hacia sí mismo afecta de gran manera; debido a que, teniendo poca seguridad con respecto al mensaje que se está dando, no se logra el mismo efecto que cuando un comunicador llega y con toda seguridad trata de hacer llegar un mensaje al receptor o comunicado; de este modo, sus propósitos tendrán una mayor tendencia de ser logrados, debido a que el mensaje es tan seguro, que es difícil decir que no. Cuando una persona no cree en sí misma, difícilmente logra sus propósitos y hay que actuar como si uno fuera capaz de todo, a fin de convencer al otro de que realmente se es apto para cualquier actividad.

La actitud hacia el tema que se trata, habla acerca de creer en el mensaje que se está tratando de transmitir. Hay gente que puede evitar que la actitud referente a cierto tema, afecte su desempeño o sus actividades respecto al tema; no obstante, en la mayoría de las situaciones la actitud es evidente y afecta en lo que se dice dentro del mensaje, el cual durante su emisión no será emitido de manera igual.

De hecho, es popular el dicho: *“podrías vender leche a las vacas”*; esto refiriéndose a alguien que tiene tanta seguridad en sí mismo durante la transmisión del mensaje que está enviando o manipulando, que realmente se sabe él mismo, estar convencido de lo que dice y así consigue convertir a alguien que no

²⁵² *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. P. 38

²⁵³ *Ibid* p.39

²⁵⁴ *Ibid* p.40

²⁵⁵ *Ibid.*, pp.40-45



necesita nada, en una persona que necesita de ese algo, como lo puede ser: una idea, una actitud, un producto.

La actitud hacia el receptor es otra variable en la que el mensaje puede no ser efectivo cuando, la idea que se tiene del receptor no es agradable, demasiado agradable o indiferente; en estos casos el mensaje no llegará de la misma manera.

El nivel de conocimiento y el sistema socio-cultural también variables decisivas para el proceso de comunicación. El nivel de conocimiento tiene dos diferentes vertientes en tanto a cuanto se sepa del tema: primero, si se es un experto se puede pecar de dar demasiada información de difícil comprensión, como conceptos técnicos que no se entenderán de la misma manera si no se tienen conocimientos previos al tema, esto puede confundir al receptor. Y segundo, a diferencia de esto cuando se tiene conocimiento nulo de un tema es imposible poder explicarlo haciendo deficiente al igual que el ser un experto acerca de un tema.

Para que la comunicación sea óptima la fuente necesita poseer conocimientos del tema que se trata y saber cómo enseñarlo de forma práctica.

“El conocimiento sobre la comunicación afecta la conducta de comunicación”.²⁵⁶

El sistema socio-cultural, los roles, el contexto cultural, la ubicación en el sistema social, sus creencias culturales, sus valores dominantes, formas de conducta, las expectativas que se tienen. Se ha observado que las personas que vienen de países diferentes no tienen una comunicación similar a la que tendrían con alguien de su mismo sistema socio-cultural, muchas veces se tienen ideas acerca de personas de otros países, tales como la discriminación, el racismo, el elitismo.

Estos factores también afectarán por completo la comunicación que pueda existir entre dos personas de diferentes contextos culturales.

6.2) DECODIFICACIÓN:

Es cuando se pone en función la comprensión del mensaje por parte del comunicado. Se realiza la interpretación de los signos que se construyeron dentro del mensaje a modo de que se puedan estructurar y convertirse en algo en común; para que así se pueda devolver una reacción que retroalimente la comunicación. En resumen, es la traducción operacional del mensaje; y es una acción propia del comunicado, a quien también se le puede entender como el decodificador-receptor.

Sobre el **DECODIFICADOR-RECEPTOR**, al hacer referencia de sus habilidades comunicativas cabe decir que, si el receptor no es capaz de leer, escuchar o pensar; no podrá recibir ni decodificar el mensaje, con respecto a sus actitudes. Esto es aplicable de la misma manera a lo que se ha hablado en relación con el nivel de conocimiento y su sistema social.

²⁵⁶ *Ibid* p.44



*“El receptor es el eslabón más importante del proceso de la comunicación. Si la fuente no llega a alcanzar al receptor con su mensaje, es lo mismo que si se hubiese hablado a sí misma”.*²⁵⁷

La fuente elige un contenido, uno con el que esté familiarizado el **receptor**, la razón por la que existe la fuente es el receptor hacia el cual se dirige el mensaje y sus variables. En la relación: fuente y receptor, existe interdependencia de recepción. El éxito que tenga el emisor no se dará en la medida de su nivel de habilidad, sino en la medida en que se equilibre al nivel del receptor; y ello variará en cada individuo, según sea el caso.

6.3) RECODIFICACIÓN:

Es la operación a través de la que el mensaje encodificado y ya también decodificado, adapta una nueva estructura. Por ejemplo, al dictarse un telegrama (en forma acústica), que se escribe sobre papel (en forma gráfica), luego se transfiere a la clave Morse (en forma mecánica), para al final transmitirse con la forma de impulsos eléctricos.

7) COMUNICADOR:

Es el generador de la intención de los mensajes para dar a conocer la esencia de los mismos, y donde a su vez éstos deben convencionales a los ojos y comprensión de los demás para que se efectúe una reciprocidad.

Es decir, es quien emite los mensajes y ejecuta los mecanismos de la codificación, partiendo de la encodificación.

El comunicador elige el contenido de un código para transmitir el mensaje; además de que es quien, en la mayoría de los casos, provoca el comienzo de la comunicación, salvo cuando la fuente se trata de algún medio independiente o material como: una noticia impresa, un boletín de trabajo, una convocatoria a un concurso, un cartel contra la discriminación, un catálogo de ropa interior, un anuncio político, una licitación, etc.

El comunicador tiene como finalidad influir a los demás como a sí mismo. Se halla en contacto con otros seres a través del envío de mensajes voluntarios o involuntarios. Se puede tratar de un sólo individuo o, de toda una agrupación que diseña mensajes con el propósito de atraer la atención y gusto de otros individuos o agrupaciones (como por ejemplo, las agencias de publicidad dedicadas a convencer a los diferentes tipos de clientes o *'targets'*, a consumir su producto o usar el servicio privado que ofrezcan; o el caso de las compañías de telemarketing que crean un *'speech'* específico para poder convencer a los clientes de adquirir un tarjeta de crédito o préstamo bancario).

Otro ejemplo se presente dentro de las organizaciones mediáticas (televisoras o agencias noticiosas), en donde todos los sujetos pueden comunicarse y ordenar los contenidos que se expondrán para abstraer el interés de los que captan dichos temas (que en realidad de trata de la configuración de mensajes sobre algún tópico específico).

²⁵⁷ *Ibid* p.46



8) EL COMUNICADO:

Es el receptor del mensaje. Puede tratarse de un individuo o de toda una audiencia que asimila la información o signos del comunicador, decodificándolos. Pretende estar bien informado y tiene la posibilidad de eludir los mensajes o tomar su contenido de manera parcial o total. Éste interpreta la intención de los mensajes, los analiza y descifra hasta entenderlos.

Conforme los seres humanos producen información y la plasman en libros, cintas magnetofónicas, recursos multimedia, transparencias, medios computacionales y en otras grandes gammas de soporte; éstos amplían sus posibilidades de guardado de información como comunicados, se incrementa su alcance de percepción y se extiende su campo de experiencias.

Por su parte, Wulf Hund escribe al respecto:

*“El hombre puede inferir nuevas informaciones a partir de otras que posee. En el manejo de las informaciones el hombre tiene un número relativamente elevado de grados de libertad. Puede cifrar información, ocultarlas, denegarlas, falsearlas, etcétera. Su comportamiento respecto a la información no es en manera alguna una simple relación estímulo respuesta...”*²⁵⁸

En lo que respecta a los medios de información masiva, el auditorio o audiencia (la parte correspondiente al comunicado), o inclusive el total de lectores de una revista. Éste se trata de un público meta el cual ha sido previamente seleccionado por vía de una segmentación.

Este público, simultáneamente, elige un canal de comunicación con la finalidad de mantenerse bien informado. Partiendo de este caso, la reacción e identificación de los sujetos que representan el público lector derivará un sentido opuesto al que se puede encausar dentro de una comunicación interpersonal, en donde el factor comunicador y el factor comunicado se hallan de frente.

En el grado en que los seres humanos puedan aceptar o negar las barreras físicas (ruidos) y psicológicas (imágenes erróneas o distracciones) que bloquean las relaciones comunicacionales, se logra una mejor fidelidad de los mensajes y, un mejor papel como receptores o comunicados.

Para sintetizar, Jean Dubois nos comenta que el comunicado no es más que aquel factor que captura:

“el mensaje (oído, radiorreceptor...) y el destinatario propiamente dicho del mensaje (cerebro humano para la lengua hablada, oyente para la radio, etc.). El proceso de decodificación se hace a nivel del receptor-destinatario mediante la búsqueda en la memoria de los elementos seleccionados por el emisor que contribuyen el mensaje”.²⁵⁹

²⁵⁸ HUND, Wulf. *Comunicación y sociedad*. Madrid: Alberto Corazón Editor. 1970. P. 32.

²⁵⁹ *Op. Cit.* DUBOIS, Jean [...et. al]; 1994. P. 128.



9) INTERFERENCIA:

Tras mandar un mensaje, el comunicador normalmente asienta que éste ha sido recibido. Y si el comunicado que lo recibe lo malinterpreta o no responde, el comunicador puede enojarse o desconcertarse; así que dicho comunicador para lograr su objetivo tendrá que gastar mejores esfuerzos para reenviar su mensaje con mayor claridad y eficiencia que en su primer intento. Aunque también se preguntará la razón del porque falló la recepción del envío anterior y no se dio la comunicación.

*“En principio, conviene recordar que la comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten y reciben mensaje y se dan repuestas. No obstante, puede suceder que tal proceso experimente una serie de interrupciones o que inclusive sea anulado, en cuyo caso, se dice que hubo interferencias”.*²⁶⁰

Y la interferencia:

*“Is anything that distorts the information transmitted to the receiver or distracts him or her from receiving it”*²⁶¹ *(Es todo aquello que distorsiona la información transmitida al receptor o aquello que lo distrae de recibirlo).*

Por otro lado, a dichas interferencias también se les denominan como: ‘*barreras de comunicación*’. Y existen al menos dos clases: Ruido y Redundancia.

9.1) RUIDO:

La comunicación no se halla únicamente compuesta por signos y palabras, sino que también interviene en la fidelidad el cómo se está efectuando el proceso. Y un elemento que afecta a esta situación, en especial en el caso de la comunicación oral, es el **silencio**.

El hecho de saber escuchar, identificar el sentido de lo expresado por parte del comunicador, la comprensión de su intencionalidad, el respeto por las aportaciones y la aceptación de las ideas del resto del grupo; enfatiza la productividad y eficiencia de la comunicación.

Es por eso que al silencio se le definirá como la omisión de toda forma de expresión sonora, explicación o emisión de cualquier tipo de voz de los seres vivos; en el cual existe una interrupción de los sonidos durante un periodo más o menos prolongado. O bien: Es la “*falta de Ruido [y el] estado de una persona que no habla o en el que guarda silencio*”²⁶².

Cuando existe ruido, el silencio no se consuma; empero la existencia va más allá de ser una afectación al silencio. La presencia de “*el ruido provoca una interferencia en la comunicación*”²⁶³ y, por tanto, reduce fidelidad. En este sentido, se puede establecer una hipótesis de relación estadística (la cual, su

²⁶⁰ *Op. Cit* ALVADO Rangel, Leticia; [...et. al.]; 1997 P. 9.

²⁶¹ TUBSS, Stewart L. y Moss Sylvia. *Human Communication*. USA: McGraw-Hill Higher Education; 2000. Pp. 12-13.

²⁶² *Op. Cit.* GARCÍA-Pelayo y Gross, Ramón; 1975. P. 827.

²⁶³ IBARRA Quevedo, Raúl. *Principios de teoría de las comunicaciones*. México: Limusa: Noriega; 1999. 320p.



comprobación no es el objetivo del presente): A mayor producción del ruido, menor la fidelidad de la comunicación. Y a menor presencia de ruido, mayor fidelidad de la comunicación.



Tras estudiar la fidelidad de la comunicación electrónica mediante la obra: “La teoría matemática de la Comunicación”, Claude Shannon y Warren Weaver aportaron el término del **Ruido**. Y lo describieron como un factor que distorsiona la calidad de una señal y reduce la efectividad del mensaje y de las acciones comunicativas. Es decir, bajo la voz de Berlo, que “Ruido es lo que se produjo y sintió usted cuando la comunicación no funcionó; y fidelidad es aquello que ocurrió cuando la comunicación funcionó”²⁶⁴.

Aunque ruido y fidelidad son dos cuestiones disímiles, hay que entender que la primera degenera a la segunda, y que la segunda significa la eliminación parcial o total de la primera. En dado caso, a la fidelidad se podría entender como la óptima calidad en la reproducción de los sonidos (como por ejemplo, el caso de los estéreos o micrófonos de alta fidelidad); en tanto que: “Teóricamente se entiende por ruido todo aquello que perturbe a un acto o un proceso de comunicación”²⁶⁵.

AL RUIDO ES POSIBLE DARLE LA SIGUIENTE CLASIFICACIÓN COMO UNA PROPUESTA PARTICULAR:

- 1) **RUIDO SEMÁNTICO:** Es cualquier perturbación de la comunicación provocada por cualquier interpretación errónea del mensaje.
- 2) **RUIDO DE SINTAXIS:** Es cualquier distorsión gramatical realizada en los elementos de un mensaje concreto (sean signos o expresiones completas) que provoque la modificación del mismo o una inapropiada coordinación y unión de los elementos de dicho mensaje.
- 3) **RUIDO FISIOLÓGICO:** Se presenta en la comunicación propia de los seres vivos y ocurre cuando existen deficiencias físicas y orgánicas del comunicador o del comunicado.
- 4) **RUIDO PSICOLÓGICO:** Se produce en la comunicación humana cuando situaciones mentales (como el resentimiento) y emocionales internas de los individuos (como el enojo, la confusión, la tristeza, la depresión, el amor, la frustración, el odio, la desesperación, el desaliento, etcétera), intervienen en la emisión y recepción de los mensajes.
- 5) **RUIDO POR TRANSTORNO PSICOLÓGICO:** Éste se provoca cuando existe un problema psicológico, trastornos de la personalidad o enfermedad mental que puede restar efectividad al envío o recepción de los mensajes (por ejemplo: la psicosis, la esquizofrenia, la paranoia, la neurosis, la demencia senil, entre otras).
- 6) **RUIDO A CAUSA DE LA AUSENCIA Y EL TIEMPO:** Es cuando el receptor no se encuentra en el tiempo correcto para interceptar el mensaje; y cuando entre el comunicador y el comunicado existe un periodo de tiempo indeterminado durante la transferencia del mensaje, por el cual pudiera malentenderse una situación (como el envío retrasado de la respuesta de un memorando o solicitud),

²⁶⁴ Op. Cit. BERLO, David K.; 1992. P. 33.

²⁶⁵ GONZALEZ Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.; 1984. P. 18.



| |
|---|
| ser obsoleta la información del mensaje (una alerta tardía ante un huracán o terremoto), o provocar conflictos (tras anunciarse un embarazo en una familia 'decente' después de varios meses)... |
| 7) RUIDO ADMINISTRATIVO: Se producen en la comunicación propia de las organizaciones cuando hay una planeación incorrecta, deficiente estructura administrativa interna o externa, canales operacionales imperfectos y mandos operativos ineficientes. |
| 8) RUIDO SOCIOCULTURAL: Se manifiesta al presentarse diferentes formas de pensar entre el emisor y el receptor (sea una persona con otra, un grupo social con otro, una nación con otra, etc.). Éste se encausa debido a las distintas experiencias, educación y formación, valores, modo de comprender los mensajes, de percibir a la vida y al universo en general. |
| 9) RUIDO DEL CANAL O TÉCNICO: Es cualquier obstrucción posible que se presenta dentro del conducto por el cual se transmite el mensaje y que lo deforma o elimina en mayor o menor medida. Así como toda otra perturbación ocasionada entre la fuente y la audiencia, previa a la recepción del mensaje la cual es derivada generalmente por problemas técnicos internos o ambientales externos . |

Por último habría que indicar que para disminuir los efectos del ruido, la retroalimentación es un elemento muy importante; ya que ante la aparición de cualquier tipo de ruido, en tanto más retroalimentación halla, repetición de las señales e intercambio de ideas o comprobación de los mensajes, mayor será la oportunidad de solucionar los problemas de ruido en el aspecto semántico, arreglar los ruidos mecánicos y de controlar hasta minimizar los ruidos del entorno.

9.2) REDUNDANCIA²⁶⁶:

La redundancia aunque no es enunciada como un elemento de la comunicación, tiene un valor tan substancial como otros; debido a que es un compuesto más para asegurar la transmisión de los mensajes tras reiterarlos. En sí, ésta se trata de la repetición y replanteamiento de la información en la emisión y recepción del mensaje. Empleada cuando habla o se expresa la fuente, se presenta cuando el interlocutor se equivoca al expresar un mensaje. En este momento se desata el mecanismo de redundancia y la fuente debe reproducir el mensaje idénticamente o de otro modo, para tratar de explicar la información enviada anteriormente. O bien, la parte receptora devolverá el mismo mensaje para saber si lo captó efectivamente o creará uno nuevo para confirmar si entendió o no.

La redundancia debe ser un instrumento de explicación y no de confusión. Ejemplificando, cuando un locutor anuncia un evento en una fecha en específico: -“HOY VIERNES ESTAS SON LAS NOTICIAS. LA SINFÓNICA DE LA UNAM VA A OFRECER UN HOMENAJE A LOS BEATLES EL DÍA DE MAÑANA, SÁBADO 4 DE JUNIO”. En este caso la reiteración consistió en agregar el día siguiente y la fecha, aunque ya se había señalado que el concierto se iba a dar al día siguiente.

No obstante, la redundancia también puede ser un hecho poco conveniente en la comunicación cuando se abusa de la misma, debido a que es un complemento de la **entropía**²⁶⁷ (entendida ésta dentro de la Teoría de la Información, como la medida de la incertidumbre existente ante un conjunto de mensajes,


²⁶⁶ Mencionado en:

1) SERRES, Michel. *La comunicación*. Barcelona: Anthropos Editores 1996. Pp. 46-53.
2) GUIRAUD, Pierre. *La semiología*. México: Siglo XXI, 1976. 133p.

²⁶⁷ Para complementar ésta información sobre el porqué la redundancia es un elemento de entropía, consultar: RODA Salinas, F.J.; y Beltrán de Tena, R. *Información y Comunicación*. Editorial Gustavo Gilli, S.A.; 1988. P. 71.



de los cuales se va a recibir uno sólo). Cuando la redundancia es superflua, modifica la estructura del mensaje y agota su autenticidad. Como es el caso del ejemplo mostrado a continuación:

| | |
|---|--|
|  | <p>“SE LES SOLICITA RESPETUOSAMENTE A NUESTRO PÚBLICO USUARIO QUE PARA EVITAR POSIBLES DAÑOS Y DISGUSTOS A SU AMABLE PERSONA, EVITEN ENTRAR A ESTE CUARTO, YA QUE ES DE ALTA PELIGROSIDAD EL INGRESO AL MISMO. LA GERENCIA DEL AEROPUERTOLES AGRADECE SUS FINAS ATENCIONES HACIA EL PRESENTE CARTEL”.</p> |
| <p>El exceso de los componentes en un mensaje causan la redundancia del código. Incluso el primer mensaje es redundante, ya que sería más que suficiente el enunciado: “PROHIBIDO ENTRAR”.</p> | |

El equilibrio y certeza de la información en los mensajes facilita la comunicación, en tanto que el abuso de contenido y ‘paja’ en un mensaje, la entorpece. Como en el caso más sobresaliente de la comunicación directa y concreta más efectiva, basada en mensajes cortos: La Publicidad.

10) RETROALIMENTACIÓN O ‘FEEDBACK’:

La retroalimentación (*‘feedback’*), es otro término integrado en la **Teoría de la Información**, contribución de la cibernética; la cual señala que: *“es la capacidad de una máquina para utilizar los resultados de su propio funcionamiento a modo de información para regularse a sí misma. Este concepto ha tomado una especial significación, pues se ha convertido en parte de una jerga, y se le llega a considerar como un proceso continuo entre personas, cuando de principio se refiere a un proceso interno de máquinas o que en su caso puede ser dado en una relación entre hombre-máquina como en el caso de la computación, Internet y la Realidad Virtual”*²⁶⁸.

Aunque es un concepto que fue aportado por la cibernética, en la comunicación humana: La retroalimentación es el núcleo activo del fenómeno y el motor principal que le da continuidad al mismo. Ésta origina, mediante el flujo de los mensajes, la interacción entre el comunicador y el comunicado (en materia de envío-recepción y respuesta); debido a que con la retroalimentación cada una de las partes puede constatar que la intención del mensaje fue comprendida y que la comunicación se efectuó.

“La retroalimentación es un proceso de reacción causa-efecto que se produce entre la salida y la entrada de uno o de todos los elementos que integran un acto de comunicación. Su función primordial es obtener un mejor ajuste y a la vez complementar la información emitida. Este proceso no se puede producir sin la emisión del mensaje, excepto en una forma primaria y, tal vez, impersonal”.²⁶⁹

Además, otra función de la retroalimentación es dar información a la fuente acerca de sí se logró el propósito, y gracias a esto más tarde habrá un control de los mensajes que se reciban. Las reacciones que se reciban de las acciones de la fuente sirven de *“feedback”*, y permiten cierto control de la comunicación,

²⁶⁸ *Op. Cit.* DE LA MORA Medina; 2001. P. 76.

²⁶⁹ GONZÁLEZ Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.; 1984. P. 17.



así como su medición más exacta, luego de ver que acciones resultantes son logradas directamente o producidas de forma no intencional por la comunicación efectuada.

También la retroalimentación cumple con el control de la comunicación debido a que:

*“El feedback proporciona a la fuente la información con respecto al éxito que objetivo al cumplir su objetivo. Al hacer esto, ejerce un control sobre los futuros mensajes que la fuente encodifica”.*²⁷⁰

La retroalimentación es fiel respuesta del mensaje y proyecta que la transmisión del mensaje se entendió; además del cómo sucedió. Si acaso la respuesta revela que la intención no fue captada o hubo alguna especie de ruido, el comunicador puede formular una manera diferente de codificar el mensaje para darse a entender, aclarar y explicar el sentido original de lo que quiso comunicar.

Por su parte Seiler y Melissa Beall nos exponen que la retroalimentación o el ‘feedback’ es:

*“The response to a message that a receiver sends back to a source. Feedback enables a sender to determine whether the communication has been received and understood as intended. To share meaning accurately, the sender must correct faulty messages and misconceptions, repeat missed meanings, and correct responses as necessary. Feedback is a natural extension of effective receiving and when feedback is increased, reception of information is enhanced”.*²⁷¹

(Es la respuesta de un mensaje que el emisor regresa a la fuente. La retroalimentación permite al emisor determinar si la comunicación ha sido recibida y comprendida como se pretendió. Para compartir el mensaje rigurosamente, el emisor debe mejorar los mensajes deficientes y conceptos erróneos, explicar significados y corregir la respuesta del receptor si es necesario. La retroalimentación es una extensión natural de la recepción efectiva y cuando ésta incrementa, la recepción de la información también lo hace).

Este elemento también permite, tras la interacción, que el comunicador original tome el rol de comunicado, y que el receptor original se convierta en el nuevo emisor de los mensajes. Además, dicha retroalimentación conserva dos tipologías: positiva y negativa²⁷².

1) RETROALIMENTACIÓN POSITIVA:

Proviene del receptor y estimula la evolución y progreso del acto de la comunicación mediante la comprensión de los mensajes.

2) RETROALIMENTACIÓN NEGATIVA:

Surge también del receptor y busca cambiar el sentido original de la comunicación, finalizarla, cortarla o evadir el mensaje.

²⁷⁰ *Op. Cit.* BERLO, David K; 2004. P.10.

²⁷¹ SEILER, William J. y; Beall, Melissa. *Communication. Making connections*. London: Pearson Education, Inc.; 2005. P. 19.

²⁷² FONSECA Yerena, María del Socorro. *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación, S. A. de C.V.; 2000. P. 18-21.



11) RUMOR Y MURMURACIÓN:

En el sentido estricto, un rumor puede saberse como sonido difuso de voces (tal cual ocurre dentro de una conferencia); o como “*una voz que corre en el vulgo*”²⁷³, tal cual ocurre con la información inventada que se divulga entre la gente.

Aunque en el estudio formal de la comunicación dicha cuestión “*es una información diseminada que proviene de una fuente desconocida, una transacción colectiva cuyos componentes consisten en actividad intelectual y comunicativa. Surge cuando las personas atrapadas conjuntamente en una situación ambigua intentan dar de ella, reuniendo sus recursos intelectuales, una interpretación con sentido*” (Shibutani, 1996: 164).

Esta actividad reúne una definición común y su criterio de verdad es altamente considerable. Y a pesar de que no nace de canales institucionales o fuentes formales, surge y se nutre de su información.

Por sí mismo, el rumor se legitima con el pleno de las aportaciones que le hacen las fuentes o canales que lo propagan. Además se adapta, transforma y posiciona de un modo más irrefutable en ambientes donde la información publicada con datos duros discrepa con la realidad.

Por otro lado, en un nivel inferior encontramos a la murmuración que, en términos básicos, puede entenderse como una “*conversación en perjuicio de un ausente*”²⁷⁴; pero que al igual que el rumor, se trata de información que no es verificada, emitida por canales interpersonales. Aunque ésta conserva una esencia local, en más de veces consiste en variaciones de los códigos en un sentido moral y social; tal como en un ‘*chisme*’.

Esta dinámica social, puede incrementar su fuerza y utilizarse como un dispositivo para el dominio de la sociedad, y puede incitar a que las personas comiencen a realizar alguna actividad o dejen de hacerla, especialmente por el miedo que puede infundir.

La distinción entre el rumor y la murmuración permanece en que las noticias por las que está compuesta la murmuración atrae sólo la atención de un área determinada, como barrio o población; en tanto que el interés que genera la información del rumor es superior y trascendental²⁷⁵.

“La murmuración se limita a grupos pequeños y locales, cuyos miembros están unidos por contactos personales; y atañe los detalles íntimos de los rasgos y conducta de individuos en específico” (Shibutani, 1996: 41).

²⁷³ *Op. Cit.* GARCÍA- PELAYO Y GROSS, Ramón; 1973. P. 796.

²⁷⁴ ROUQUETTE, Michel Louis. *Los rumores*. Buenos Aires: El Ateneo, 1977. 34 p.

²⁷⁵ Para mayor información consultar:

ALLPORT, Gordon Willard. *Psicología del rumor*. Buenos Aires: Psique Ed., 1953. 243p.



2.1.5 CLASIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN O NIVELES DE COMUNICACIÓN

La comunicación se presenta de diferentes modos y muchos investigadores han elaborado distintas taxonomías dependiendo la situación o acto comunicativo presentado; autores como Stewart Tubbs, Silvia Moss, John Merrill, Edward Friedlander, Carlos Fernández, Héctor Maldonado, Reed Blake, Guillermo Tenorio Herrera, David K. Berlo, entre otros. Sin embargo, dentro de sus obras maestras algunos carecen de algún tipo; mientras que otros más, restan importancia u omiten a ciertos tipos de comunicación que tienen igual importancia que las demás forma.

Es por eso que con base en los autores mencionados, una **Tipología Básica de la Comunicación (que avanza por niveles, dependiendo el número de interventores o contexto)**, quedaría de la siguiente forma:

TIPOLOGÍA BÁSICA DE LA COMUNICACIÓN²⁷⁶

- 1) COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL
- 2) COMUNICACIÓN INTERPERSONAL
 - 2.1) De Individuo a Individuo
 - 2.2) De Individuo a Grupo
- 3) COMUNICACIÓN CULTURAL
 - 3.1) Comunicación Intragrupal
 - 3.2) Comunicación Intergrupal
- 4) COMUNICACIÓN PÚBLICA
- 5) COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
- 6) COMUNICACIÓN POLÍTICA O GUBERNAMENTAL
- 7) COMUNICACIÓN DE MASAS
- 8) COMUNICACIÓN INTERMEDIA

²⁷⁶ Dicha Tipología Básica de la Comunicación que se encuentra en el cuadro, es una propuesta propia para clasificar al fenómeno de la comunicación de una forma más completa; adaptada de los siguientes textos:

- 1) TUBSS, Stewart L. y; Moss, Sylvia. *Human Communication*. USA: McGraw-Hill Higher Education; 2000.
- 2) MERRIL, John C.; [...et. al]. *Medios de Comunicación Social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el Mundo*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992.
- 3) FERNÁNDEZ Collado, Carlos. *La comunicación humana. Ciencia Social*. México: McGraw-Hill / Interamericana de México, S.A. de C. V.; 1994.
- 4) MALDONADO Willman, Héctor. *Manual de comunicación oral*. México: Longman de México Editores, S.A. de C. V.; 1997.
- 5) GALLARDO, Alejandro. *Curso de teorías de la Comunicación*. México: Editorial Cromocolor, 1998.
- 6) BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. México, D.F: Ediciones Nuevomar, S.A de C.V.; 1983.



9) TELECOMUNICACIONES

En cambio, una Tipología Secundaria de la Comunicación sería:



1) COMUNICACIÓN VERBAL:

Al comunicarnos oralmente usamos las palabras y al comunicarnos escrituralmente lo hacemos también a través del texto, aunque a pesar de todo, en ambos casos se maneja un lenguaje 'verbal'. De hecho, la mayor parte de las personas se centran en la comunicación verbal.

Los hombres se expresan de varias maneras, mediante simbolismos usados al hablar o escribir; y los cuales pueden ser entendidos por todos. En conclusión, al comunicarse, los individuos emplean lenguaje con un significado común.

Empero, en el lenguaje escrito, éste sólo lo comprenden personas alfabetizadas y que saben expresarse bien socialmente. De hecho, entre más conocimiento y cultura tenga una persona, su forma de expresarse será más extensa y podrán manejar más temas y relacionarse con una mayor número de individuos. Es decir, su comunicación verbal será más amplia.

En sí, la comunicación verbal es un tanto más frecuente y sobresaliente que la comunicación no verbal, es por eso que en la mayoría *"de los programas académicos hacen hincapié en la comunicación verbal... A pesar de que Ud. haya oído sobre la importancia del contacto visual y de los gestos en algunos cursos para aprender a hablar en público, la comunicación verbal es el centro d la mayoría de los cursos de comunicación, especialmente en los cursos de comunicación de masas"*²⁷⁷.

No obstante, ello no significa que la comunicación no verbal no sea importante, y menos en el arte; donde por ejemplo, en la danza contemporánea el protagonismo de su presencia es notable a través de la kinésis (forma de comunicación no verbal basada en los movimientos corporales).

²⁷⁷ Op. Cit. MERRIL, John C.; [...et. al]; 1992. P. 42.



2) COMUNICACIÓN NO VERBAL:

Yo me comunico, tú te comunicas, todos nos comunicamos. La comunicación es una ley humana. Persona que no se comunica, es algo inconcebible, porque incluso uno mismo se comunica de forma intrasensorial (no verbal) con sus pensamientos; y hasta el autista se comunica con sí misma²⁷⁸.

Además, quienes están en un estado vegetativo, aún piensan y se expresan dentro de sí; y hasta aquellos que quedan en un estado de coma indeterminado, a título personal se considera que producen sueños y recuerdos en sí mismos, y éstos son una forma de comunicación intrapersonal (a detallar más adelante).

En este sentido se hace una segunda advertencia con relación en que toda persona se comunica y que la comunicación es algo tan tangible como otros fenómenos de estudio científico, y es que: aunque carezca de materialidad (como la comunicación verbal), toda comunicación es real y perceptible; y aún más al tratarse de la comunicación no verbal y en el caso del uso de los '*mass media*', los cuales sí son tangibles.

En la comunicación no verbal uno se topa con pergaminos, pictografías y encuestas; con cosas que pueden generar documentales de arte o servir como prueba para comprobar hipótesis en un peritaje criminológico.

Asimismo, con ésta se preserva el conocimiento generación tras generación por vía oral, mediante documentos, vestigios y otros materiales; interacciona la humanidad a distancia de manera local, nacional e internacional; y se forman nuevos medios de comunicación, como el Internet (sea el chat: www.elchat.com, correo electrónico: www.hotmail.com, espacios cibernéticos personales: www.hi5.com-, y otros más).

Y cuando se trata de comunicación no verbal, las culturas se hacen más grandes, globalizan o desintegran. En ocasiones cuando hablamos en un nivel mundializado, la comunicación no verbal resulta más efectiva que la verbal, ya que el lenguaje verbal sólo se reconoce en regiones específicas; en tanto que la no verbal (como ademanes y gestos), pueden reconocerse en todo el globo aunque las personas no hablen el mismo idioma.

Por ejemplo cuando una persona le desagrada el sabor de algo, el gesto de disgusto por lo que ha probado se entiende aquí y en China. De igual forma, el hecho de ondear la mano de izquierda a derecha con la muñeca abierta y levantada, es una manera de decir: ¡hola! y ¡adiós!, en muchos países y culturas. Así pues, el lenguaje no verbal, es especial el de la kinésis, es un lenguaje más universal que el verbal asentado en idiomas diferentes.

Existen múltiples maneras de comunicarse de una forma no verbal. En cierta forma todo el tiempo estamos comunicando algo: cuando dormimos demasiado quizá estamos comunicando nuestro cansancio,

²⁷⁸ Ahora bien, habría advertir que los sueños contienen dentro de sus historias capacidades comunicativas y situaciones que involucran a la comunicación, en tales hay una retroalimentación entre el pensamiento y los deseos o temores del individuo, interacciones entre los personajes que en el sueño aparecen, acciones y hechos que fueron dibujados en el sueño por un aprendizaje previo y, el aprendizaje solo puede ser producto de la relación comunicacional entre el un factor enseñante (sea quien enseña: sea profesor, padres o el mismo ambiente, situación vivida o vista...) y el factor educando (quien aprende).



o que fuimos víctimas de unas ‘chelas’ y de una terrible cruda; cuando se tiene el cabello enmarañado y con el aspecto del clásico ‘almohadazo’, esto comunica que se ha dormido mucho o que se ha tenido algún serio conflicto con el peine; e incluso, una sonrisa fingida o movimientos corporales exagerados, revelan simplemente la invasión de la hipocresía; entre muchos otros casos.

Con la kinésis se comunican un sinnúmero de cosas, por ejemplo: al levantar la mano se toma asistencia, votan decisiones, o pregunta algo. Ondeamos las manos para decir hola, despedirnos o decir ‘peladeces’ (mediante una seña ofensiva). En fin, el caso es que todo tiempo el ser humano explota el ‘lenguaje corporal’ para decir toda clase de emociones: desagrado, felicidad, miedo, tristeza, dolor, etc.

En muchas ocasiones la comunicación no verbal se utiliza para reforzar o complementar los mensajes verbales; no obstante, la comunicación no verbal también puede oponerse con lo que se está diciendo verbalmente. Es por eso que es pertinente cerrar este punto con el diálogo siguiente de Capp:

*“You communicate not only with language but also with your actions –body movements, posture, gestures, facial expressions, eye contact, voice cues, physical appearances, dress, and grooming. The old adage “actions speak louder than words” is more than a cliché. When your actions conflict with what you say, your listeners will likely believe what they see. Manipulating words is not difficult, but camouflaging your feelings may be almost impossible. Many nonverbal signs are involuntary and difficult to control. Your aim should be to match what you say with your true feelings for an accurate evaluation of the purpose or your message. Chapter Ten treats this subject detail”.*²⁷⁹

(Todos se comunican no sólo a través del lenguaje, sino también por conducto de sus acciones [lenguaje corporal –‘Kinésis’-, postura, gestos, expresiones faciales, contacto visual, tonos de voz, apariencia física –‘las apariencias’-, la forma de vestir y peinar]. El viejo refrán que dice que ‘las acciones hablan más que las palabras’ es más que un cliché. Cuando las acciones de las personas se contradicen con lo que dicen, la audiencia creerá las cosas tal como las observa. Manipular las palabras no es difícil, pero ocultar las intenciones puede ser casi imposible. Muchas señales emitidas de un modo no verbal son involuntarias y difíciles de controlar. El objetivo de las personas debe ser poder contraponer lo que se dice, con las verdaderas intenciones para cualquier evaluación veraz que se presente de los propósitos de sus mensajes).

En este sentido, se podría seguir hablando de este tipo de comunicación; sin embargo se continuará con una clasificación más formal en lo comunicológico.

Todo el tiempo la comunicación es un fenómeno presencial; es decir, que se presenta de persona a persona, dentro de uno mismo y hasta por conducto de los medios de comunicación. Empero, la comunicación ocurre de diferentes formas en sus diferentes niveles. Esto significa que la comunicación que se origina de manera grupal es muy distinta a la que se sostiene personalmente.

²⁷⁹ CAPP, Glenn R.; [...et. al]. *Basic Oral Communication*. London: Prentice Hall, Inc.; 1990. P. 6.



Por esta razón es que a continuación se explican “Los Niveles de la Comunicación”; mencionados anteriormente.

1) COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL:

Es la interacción comunicativa que existe y se presenta de manera interna en cada individuo; es decir que: *“La comunicación intrapersonal es una transacción de comunicación que tiene lugar dentro del individuo; para decirlo brevemente, es hablar consigo mismo”*.²⁸⁰

Este fenómeno individual resulta de la capacidad que el hombre tiene para crear, imaginar, razonar y convertir símbolos en mensajes complejos para comunicarse consigo mismo o con otros. Dichos mensajes brindan la facilidad para comprender lo que un individuo *“says to others for herself, have the equal meaning for the other people”*²⁸¹ (*dice a otros como para sí, teniendo en cuenta un idéntico significado para los demás*).

La comunicación intrapersonal generalmente no se considera como una forma de comunicación, debido a que únicamente se produce dentro de un sólo individuo o persona. Esto significa que, por razón de que no existe una coo-relación entre dos factores o individuos como tal (comunicador y comunicado), suele no tomársele en cuenta como una forma de comunicación más. Aunque en este caso muy particular, dicha persona o individuo al estar comunicándose consigo mismo, juega el papel tanto de comunicador como de comunicado, al mismo tiempo.

“Uno se comunica consigo mismo en un tipo de ‘Sistema Cerrado de Comunicación’. La efectividad de los mensajes interpersonales dependerá de la capacidad de comunicación intrapersonal. Es imposible comunicarse con alguien sin haberse comunicado primero con uno mismo. Y así como yo, el que envía el mensaje, sigo este proceso intrapersonal, lo mismo hace el receptor del mensaje”.²⁸²

Durante la comunicación intrapersonal ocurren los dos procesos de codificación (encodificación y decodificación), en donde es uno mismo quien formula los mensajes y quien los interpreta. A este proceso general también se le llama: **pensar**.

Así pues, es loable afirmar que: Toda comunicación parte de la comunicación intrapersonal, y ésta representa el núcleo central de cualquiera de sus tipos. Al mismo tiempo, es gracias a ésta que se mejora la capacidad de pensar, el razonamiento matemático, la lógica y coherencia en los discursos, la toma decisiones, el éxito; y por ende, la inteligencia.

“No hay duda que el ancestro de toda acción es una comunicación interna personal. Además, es interesante considerar que las conversaciones que tuvieron los personajes de la historia [como Sócrates], cualquiera que elijamos, debieron ser profundas comunicaciones interpersonales que los impulsaron a llevar a cabo sus

²⁸⁰ *Op. Cit.* BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O.; 1983. P. 29.

²⁸¹ DUNCAN, Hugh Dalziel. *Communication and Social Order*. London: Oxford University Press; 1962. P. 76.

²⁸² *Op. Cit.* MERRIL, John C.; 1992. Pp. 43 y 44.



*acciones [o enseñanzas]. Incluso los grandes personales del mundo actual deben estar realizando conversaciones internas de gran trascendencia”.*²⁸³

2) COMUNICACIÓN INTERPERSONAL:

La comunicación interpersonal es un fenómeno más o menos complejo de la comunicación que se lleva a cabo de una persona a otra o en grupos reducidos, en donde se puede establecer un centro comunicador de atención y un tópico también central por el cual se deriva la discusión, el debate, la crítica, la conversación o inclusive el pleito.

Cuando un individuo nace primero desarrolla el lado fisiológico de su ser para ser capaces de afectar a algo, alguien y a si mismo. Más tarde, alrededor del segundo año, comienza a desarrollar sus capacidades, y puede por medio de la imitación, ensayo y error, aprender a pedir o preguntar acerca de lo que le rodea. Con todos estos pasos, un individuo utiliza la comunicación como herramienta para estudiar todo eso que le rodea. Y la razón por la cual necesita aprender y enterarse de las cosas que pasan, es para alterar la relación que tiene con el mismo medio que le rodea. En cierta forma *“Nos comunicamos de forma interpersonal para influir y afectar intencionalmente a nuestros semejantes y nuestro entorno”*²⁸⁴.

Ésta se puede originar a través de los medios naturales de la persona (como lo es la voz o las extremidades y sus movimientos; o bien, utilizando medios artificiales como lo son los casos de: el teléfono, los celulares, la radio, el messenger del internet, el correo electrónico o los sistemas de correo tradicional. Además puede tener un lenguaje formal o informal; o bien puede establecerse de manera

Por su parte, desde la visión de Blake: *“La comunicación interpersonal tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próximas y en ella pueden utilizarse los cinco sentidos, con retroalimentación inmediata”*.²⁸⁵

En tanto que Tubbs y Moss nos definen que:

“Interpersonal communication is the basic unit of communication. Although it may occur among three or more individuals in some special circumstances, our communication model depicts this context as occurring between two people”.²⁸⁶

(La comunicación interpersonal es la unidad básica de la comunicación. Aunque ésta puede ocurrir entre tres o más individuos en circunstancias especiales, la comunicación interpersonal modelo es representada por el contexto que ocurre entre dos personas).

Así que en el momento en que se mantiene una conversación o diálogo con algún compañero, se habla de comunicación interpersonal. En el momento en que un pedagogo expresa sus conocimientos e ideas sobre las deficiencias educativas en los países subdesarrollados de frente a un auditorio y comienza

²⁸³ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.46.

²⁸⁴ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. P.10

²⁸⁵ *Op. Cit.* BLAKE, Reed H.; 1983. P. 31.

²⁸⁶ *Op. Cit.* TUBSS, Stewart L. y Moss, Sylvia; 2000. P. 16.



una retroalimentación con una polémica sobre el tópico tratado de la concurrencia, se habla de comunicación interpersonal.

Y en el momento en que se monta una entrevista o mesa de debate para transmitirse por televisión, con el fin de discutir algún tema como la asignación del presupuesto anual entre un periodista y un especialista (o varios), se habla de comunicación interpersonal. Además, toda transmisión de conocimientos que imparte cualquier profesor, aunque puede emplear medios electrónicos para apoyar su comunicación e instrucción, se realiza por conducto de la comunicación interpersonal

Ahora bien, Capp dice que éste es el modo más frecuente que se da en la comunicación humana en sus diferentes tipos, tras resaltar que:

*“The more commonly considered way of communicating is interpersonally; that is, you communicate with other persons. Interpersonal communication may be person-to-person, in small groups, or before public audiences, and each type takes many forms”.*²⁸⁷

(La forma de comunicarse considerada como más común es interpersonalmente. Esta ocurre cuando una persona se comunica con otras. La comunicación interpersonal puede ser persona a persona, en pequeños grupos, o ante audiencias públicas, y cada uno de estos tipos, toma varias formas).

De esta forma se puede interpretar que la comunicación interpersonal en materia científica, trata la investigación de las situaciones sociales formales e informales en donde los individuos, sostienen una dinámica de interacción personal o impersonal orientada por el intercambio alterno y recíproco de diversas señales, tanto no verbales como verbales.

Esto puede ser por medio de encuentros directos **de persona a persona, o bien, de persona a un pequeño grupo de personas.**

SUBCATEGORÍAS DE LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL²⁸⁸

| 2.1) De Individuo a Individuo | Traducción |
|--|--|
| <p><i>“Almost all people communicate more through person-to-person than in any other way. This across-the-desk communication ranges from informal conversations with your roommates to structured interviews for your first position. You may encounter a classmate as you walk across the campus and stop briefly to compare notes about your</i></p> | <p>Casi toda la gente se comunica más a través de persona a persona que de cualquier otra forma. Esta forma de comunicación global varía desde las conversaciones informales con los compañeros de clase hasta entrevistas de trabajo estructuradas. Por ejemplo: Una persona puede toparse con un compañero de cuarto mientras camina por la escuela y detenerse brevemente para comparar apuntes para la siguiente asignatura de</p> |

²⁸⁷ Op. Cit. CAPP, Glenn R.; 1990. P. 5.

²⁸⁸ Basado en: *Ibid.*, pp.5 y 6.



| | |
|---|---|
| <p><i>upcoming communication assignment. [Or...] after class you remain to discuss with your professor the plans for your speech; then after giving the speech you meet with your professor for a detailed critique... All these situations, some of which you encounter almost daily, call for face-to-face communication”.</i></p> | <p>comunicación. O bien, después de clases un estudiante puede quedarse a consultar con el maestro ciertos puntos de alguna exposición futura, así el alumno desarrollará junto con el profesor una crítica y trabajo más detallado para dicha exposición... Todas estas situaciones son algunas de las situaciones que se pueden encontrar de manera cotidiana, refiriéndose particularmente a la comunicación de cara a cara. Aunque su modelo idóneo es la entrevista.</p> |
| <p>2.2) De Individuo a Grupo</p> | <p>Traducción</p> |
| <p><i>“You may experience communication situations that call for person-to-person communication, or public speeches. Such occasions range from classroom practice speeches or talks before informal learning groups to formal speeches on momentous occasions. The occasions for public communication in classrooms, civic and study clubs, educational and church organizations, and business and professional enterprises are increasing almost daily. The principles of this communication, which have been written about extensively since the classical period, include instructions on how to select and prepare topics, organize and support ideas, plan the wording and presentation of the completed idea, and adapt ideas to particular listeners”.</i></p> | <p>Las personas pueden experimentar situaciones de comunicación relacionadas con la comunicación de una persona hacia otras personas, o por medio de un discurso público. Ambos casos evolucionan de ser simples discusiones de salón de clases o pláticas informales sostenidas antes de entrar al aula; a ser discursos formales en ocasiones importantes. Diariamente se incrementa la comunicación en público dentro de los salones de clases, clubes de estudio o agrupaciones vecinales, organizaciones religiosas y educativas, y de los negocios y actividades profesionales. Los principales puntos que se han escrito sobre esta categoría de la comunicación desde el periodo clásico, incluye instrucciones de cómo seleccionar y preparar temas, organizar y argumentar ideas, planear el escrito y la presentación de un tópico determinado, y adaptar las ideas según sea el tipo de público receptor.</p> |

Para finiquitar este punto cabe subrayar que, la comunicación interpersonal representa los cimientos o el esqueleto de cualquier otra forma de comunicación. Y en tanto que, con la comunicación intrapersonal se inicia cualquier otro tipo de comunicación; con la interpersonal se construyen la estructura para poderse llevar a cabo los demás niveles de comunicación; primordialmente por razón de que implica a más de un individuo o hasta agrupaciones chicas en su fenomenología.

3) COMUNICACIÓN CULTURAL:

A diferencia de la Comunicación Interpersonal de Pequeños Grupos, ésta se encuentra en un nivel más alto y predomina un contenido con un conocimiento especializado en mayor o mediano grado (no nociones, ni intuiciones burdas sobre los temas).



Además, los elementos que la activan deben de tener semejanzas entre sí y un factor específico en común del cual se pueda hablar y debatir, converger o diverger. En sí, el énfasis de este tipo de comunicación recae en la cultura.

No obstante involucra otras cuestiones que tienen que ver con los hábitos y costumbres, prácticas especializadas y tradiciones, ideologías y filosofía; así como cualquier otro código común o lugar común el cual pudieran compartir sus miembros de manera vital y constante (tal como raza, sexo, edad, entre otros).

En cierta medida, a la misma se le puede entender como: “...la que ocurre cuando un conjunto de personas conforman una unidad prácticamente identificable y realizan transacciones de mensajes para la interacción, conveniencia u desarrollo del grupo en busca del cumplimiento de sus metas”.²⁸⁹ Ejemplificando: una congregación eclesiástica, hermandad, etnia o inclusive un equipo deportivo.

La misma se puede recluir en un nivel interno, dentro del mismo grupo cultural u originarse con la interacción entre varios grupos interculturales; en donde se abren espacios de discusión gracias a los puntos de vista generados por los miembros de las agrupaciones que se confrontan. Y sobre este tipo de comunicación, John C. Merrill (1992: 44) nos contribuye que:

“Dentro de las agrupaciones culturales hay ciertos ingredientes –o los llamados ‘factores facilitadores de la comunicación’- que hacen que este tipo de comunicación sea especialmente efectiva. Por ejemplo, si las personas involucradas en la comunicación tienen antecedentes semejantes, es decir, la misma educación, religión, situación económica, ideología, raza, sexo, etc., serán capaces de establecer más fácilmente la comunicación”.

Esto es que, su experiencia general en común y formación colectiva, también puede ayudar a sostener una comunicación de esta naturaleza.

Los factores comunicativos involucrados (comunicadores y comunicados), independientemente de si se trata de una plática en grupo o un encuentro con otro, deben considerar siempre a los demás y ser lo más claros y menos agresivos posible para que no se formulen situaciones de incomunicación. Puesto que durante la transmisión de los mensajes, éstos deben establecer una dirección, en ocasiones el comunicador junto con el comunicado tienen que estipular acuerdos, al mismo tiempo que forjan procesos de aprendizaje; según sea el caso.

En la taxonomía de la Comunicación Cultural, al igual que otras, se logran identificar subcategorías más precisas. A lo largo de esta parte se han descrito las mismas, concretándose en dos, pero sin conceptualizarse. Así que, su subclasificación comunicacional quedaría de la siguiente forma:

| SUBCATEGORÍA DE LA COMUNICACIÓN CULTURAL | |
|--|--|
| COMUNICACIÓN INTRACULTURAL | Es la dinámica comunicativa que sucede adentro de una agrupación entre sus miembros, los cuales comparten desde usos y costumbres hasta prácticas e ideologías. Dicho grupo debe poseer un sello distintivo sobre otros y como |

²⁸⁹ Basado en: *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor ; 1990. P. 47.



| | |
|--|---|
| | <p>derivación de su interacción y convivencia consuma sus fines, el progreso del mismo, su supervivencia y conservación de sus valores o esencia.</p> <p>Ejemplificando: Un conjunto de catedráticos que se reúnen con la finalidad de mejorar las técnicas de enseñanza-aprendizaje, compartir su conocimiento para mejorar los programas o discutir algún tema propio del saber. O una secta satánica o equipo de <i>'fútbol soccer'</i> los cuales crecen al aumentar su número de integrantes, fijar ciertas actividades, accionarlas (delictiva o deportivamente, consecutivamente hablando) y consumir sus objetivos.</p> |
|--|---|

SUBCATEROGÍA DE LA COMUNICACIÓN CULTURAL

| | |
|-----------------------------------|---|
| COMUNICACIÓN INTERCULTURAL | <p>Es la interacción comunicativa entre los miembros de diferentes culturas (donde la cultura se define en términos de raza, étnica o socioeconómicos; o si la situación así lo amerita, con base en la combinación de éstas). Para ello se contempla que: <i>“Culture es a way of life develop and shared by a group of people and passed down from generation to generation”</i> (Cultura es una forma de vivir desarrollada y compartida por un grupo de personas que pasa de generación en generación). Esto según Gudy Kunts and Kim (1992: 35).</p> <p>Ejemplificando: Una conversación entre dos familias de un matrimonio integrado por una típica Alemana y una clásica Mexicana, la confrontación ideológica que se propicia entre Irán e Israel en lo belicoso, los debates que se abren entre defensores ecologistas y empresarios cuando alguna propiedad reconocida como reserva natural quiere ser perpetuada por los segundos, y cuando un grupo de mujeres y miembros feministas (también varones) persiguen la aprobación de alguna ley que consolide la igualdad entre hombres y mujeres en materia de los derechos sexuales y reproductivos, etc.</p> |
|-----------------------------------|---|

4) COMUNICACIÓN PÚBLICA:

A partir de este apartado, se hará un poco más complejo entender la diferenciación del resto de los tipos de comunicación. Más hay que considerar que para comprenderlas habría que distinguir principalmente su énfasis. Como en el caso comunicación pública, que no es más que la comunicación factible que se difunde al público. Es la información viable que se brinda al público y que tiene por finalidad la obtención de una respuesta ciudadana, su contribución o trabajo en unión; o bien, dar a conocer alguna cuestión, difundir un programa, emitir un aviso general al público o cualquier otro con el que se consiga la atención contestación activa de más de uno.

De la comunicación pública poco se ha definido, pero a la misma se le puede relacionar con la comunicación que se efectúa cuando se da un aviso al público en general y que no tiene que ver con las organizaciones en su funcionamiento administrativo interno, ni con las operaciones que se realizan dentro del gobierno, ni con las decisiones políticas y actividades que competen a la misma en la vida nacional de país o de manera internacional.



No es comunicación organizacional y tampoco política porque la información emitida en las organizaciones e instituciones suele quedarse resguardada internamente o sólo fluye externamente con otros órganos para realizar alguna actividad en colaboración mutua. Pero la misma, si puede ser emitida al público por una dependencia de gobierno, organismos altruistas con fines humanísticos o sociales, y por empresa comercial; siempre y cuando no se afecten sus intereses, sino que beneficie sus metas. Por ejemplo, en los negocios privados, la comunicación pública busca mejorar la imagen de las empresas, dar a conocer algún producto o servicio, sus beneficios y ventajas competitivas, eventos organizados por los mismos, patrocinios y participaciones especiales, ofertas y descuentos, planes de compra y créditos, decisiones tomadas por la empresa sin que la afecten y que puedan hacerse públicas.

Y en el caso de la política, un programa promovido por el gobierno de apoyo a madres solteras y personas de la tercera edad, es sinónimo de comunicación pública; ya que se difunde a la ciudadanía para demostrar que el gobierno está trabajando y lo hace de manera eficiente. O bien, cuando existe algún siniestro natural y se solicita el apoyo de la ciudadanía con las brigadas de rescate para solidarizarse con la gente afectada, también se habla de comunicación pública, debido a que la gente emite una respuesta de ayuda dichas personas perjudicadas.

Asimismo, en la actualidad las leyes de transparencia y acceso a la información, permite integrar otro ejemplo. La solicitud de información Gubernamental; como en el caso de México con el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI). Este organismo, obligado a ofrecer la información del gobierno, genera un fenómeno de comunicación pública; ya que no se trata sólo de datos y documentos oficiales, sino que también de asuntos laborales de los funcionarios que sirven en la Política (salarios, actividades y hasta conferencias de prensa en donde los mismos tienen que responder las preguntas que la audiencia formule. Tales pueden ser de forma presencial o por internet.

En este sentido, este tipo de comunicación generalmente formal también puede originarse en los salones de clases, auditorios, foros, u otros lugares donde existe una concurrencia; y en el cual un factor **comunicador** se ofrezca un aviso que afecte a más de un individuo y provoque la reacción mediata o inmediata de varios factores **comunicados**. Ello tal como lo indica Tubbs y Moss:

*“This context is often referred to as ‘public speaking’. It is a distinct context in a number of ways. First, it occurs in public rather than private places –that is, in auditoriums, classrooms, ballrooms, and so on. Second, public communication relatively formal as opposed to informal, unstructured communications. Usually, the event planned in advance. Some people are designate to perform certain functions (such as introducing the speaker). In a commencement exercise, for example, there may be several speakers, as well as a prayer and a ceremony in which degrees are awarded. And third, there are relatively clear-cut behavioral norms (Lucas, 1998). For example, questions are usually addressed to the speaker after the speech is completed. Thus public communication usually requires that the speaker do significantly more preparation”.*²⁹⁰

(Ésta es normalmente definida como el hecho de ‘hablar en público’. Aunque muestra un contexto diferente en sus numerosas formas. Primero, ésta puede ocurrir en

²⁹⁰ *Op. Cit.* TUBBS, Stewart L.; 2000. P. 18.



público aunque en lugares privados, esto es en: auditorios, salones de clases, salones y demás. Segundo, aunque no posee estructuras comunicacionales, la comunicación pública siendo relativamente formal se opone a la comunicación informal. Usualmente el acontecimiento es planeado previamente. Para el mismo es designado un grupo de personas para cumplir ciertas funciones (tal como la presentación de los ponentes. Al comenzar el programa, por ejemplo, ahí puede haber varios ponentes, además de una oración y ceremonia en la que se entreguen diplomas y reconocimientos. Y tercero, debe haber normas precisas en los procedimientos y dinámicas (Lucas, 1998). Por ejemplo, las preguntas usualmente son atendidas por el orador después que su ponencia o aviso fue emitido. Por consiguiente la comunicación pública usualmente requiere que el orador tenga una preparación significativamente mayor a la asistencia.)

De este modo, a la comunicación que se origina en los Congresos y los debates que se ponen al descubierto son producto de la comunicación pública también.

5) COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

Muchos son los investigadores que han conceptualizado a la comunicación organizacional. Así que ésta miscelánea muy extensa de percibirla, aunque en esencia es lo mismo: Es la comunicación formal y sistemática que se lleva a cabo dentro de las organizaciones con base en procesos programados interconectados más o menos complejos, cuya finalidad consiste en dar a conocer asuntos o ejecuciones propias de las mismas para generar su crecimiento; ya sea a través de una vinculación **interna** encerrada en el aparato laboral intrínseco, o **externa** que competa también a otros organismos.

No obstante, lo descrito anteriormente es una perspectiva inaugural de lo que sería esta forma de comunicación, debido a que por su parte Fernández Collado (1994: 124), la distingue como: *“una actividad dinámica que mantiene cierto grado de estructura, la cual, sin embargo, no es estática sino cambiante y se ajusta de acuerdo con el desarrollo de la organización... se considera como un sistema que se compone de una serie de actividades interdependientes que al integrarse logran un conjunto específico de objetivos. Por tanto la comunicación en las organizaciones se considera como un proceso que se lleva a cabo dentro de un sistema determinado de actividades interrelacionadas. La comunicación entre los miembros de una organización implica la creación, intercambio (recepción y envío), proceso y almacenamiento de mensajes”*.

A diferencia de otras clasificaciones, la organizacional no siempre posee un punto inicial específico. Puede generarse desde diferentes áreas de trabajo, direcciones, coordinaciones, jefaturas, responsables o inclusive de manera foránea por parte de otra empresa. Normalmente ésta comunica decisiones sobre las actividades a desempeñar, contingencias y sanciones en las organizaciones. Pero una organización no sólo involucra negocios comerciales; sino también a organizaciones no gubernamentales, asociaciones civiles, centros hospitalarios y agrupaciones ciudadanas.

Dicha forma interpersonal habitualmente emplea canales artificiales o de sombra, con lo que la mayor parte de las veces se obtiene mayor practicidad y celeridad; debido a que, a diferencia de la comunicación interpersonal, dentro de la comunicación organizacional, las limitaciones, actividades a desarrollar o las diferentes respuestas a producir de la organización interna o externamente, están más o



menos predeterminadas según los intereses y objetivos que la organización persigue y conexos a los procedimientos contemplados a seguir o planeados previamente; en un espacio y tiempo definido.

*“En una situación general de interacción enfocada es posible que casi no se pueda afirmar si se está ‘adentro’ o ‘afuera’. Pero, por lo común se tiene plena conciencia de formar parte de una organización: si está totalmente excluido de ella, no puede comunicarse en calidad de miembro, y si está incluido, se ve obligado a comunicarse mediante ciertas formas prescritas”.*²⁹¹

Así, el flujo de mensajes se realiza mediante comunicados, reportes, boletines, cartas, licitaciones, tarjetas perforadas, memorandum y análogos; éstos son la forma más apropiada o común; así como a través del uso de herramientas tecnológicas, tales como: el teléfono, el internet, telégrafos (ya en pocos casos), entre otros. Asimismo, la indicación de dichos mensajes puede suscitarse de persona a persona y dentro de reuniones en donde se genera el intercambio de los mismos, su creación y retroalimentación, almacenamiento y formalización para su cumplimiento o realización.

La definición de mensaje se puede reconstruir en la comunicación de las organizaciones *“como cualquier tipo de estímulo, que al ser recibido o entendido por un miembro de la organización, ocasiona que ese individuo le atribuya un significado. [De este modo...] en un nivel básico se podría pensar que la comunicación organizacional es un fenómeno de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema de objetivos determinados”*²⁹².

Dentro de cualquier empresa, con el uso de la comunicación es posible predecir correctamente como va la dirección o los resultados que se obtendrán, así como el grado de efectividad de las decisiones y errores que conducirán al fracaso o al no logro de los objetivos fijados. Los mensajes intercambiados dentro de la misma, su frecuencia, forma y forma de emisión, contenido, estrategia de ejecución y práctica regenerativa serán parte cardinal del éxito de una organización

Si ésta dinámica organizacional involucra al público, la divulgación de alguno de sus productos (eventos y demás) o la autopromoción de la misma, se transforma en una especie de Comunicación Pública Comercial y de Imagen en las Organizaciones; ya que, a grosso modo, la engloba en tales situaciones específicas. Tal es el caso del cambio de la identidad de las empresas que ha modificado los colores de sus instalaciones, logotipo y slogan y hasta corazón ideológico.

6) COMUNICACIÓN POLÍTICA Y GUBERNAMENTAL:

Referente a las relaciones de poder (política), aunque aterrizada en el ámbito del gobierno: Se trata de la comunicación que al originarse, contrae resultados tangibles y potenciales en el aparato y funcionamiento del país en lo político, así como de las entidades federativas; encausando movimiento en las actividades propias del Estado y el desarrollo de su gestión.

“El pleno de las funciones desempeñadas en el sistema político –asignación de presupuestos, reclutamientos políticos, articulación de intereses, agregación de

²⁹¹ *Op. Cit.* BLAKE, H. Reed; 1983. P. 33.

²⁹² JUBLIN, F.M. *Comunicación Organizacional*. En: DAHNKE, G. L., [...et. al.]. *Comunicación Humana*. California: Teoría e Investigación, Wadsworth, 1990. Pp. 156-182.



*intereses, formulación de reglas y aplicación, capacitaciones y cursos, envío de comunicados y apertura de convocatorias- se realizan por medio de la comunicación. Por ejemplo: ...los legisladores dictan leyes con base en un cúmulo de información que les es comunicada y tras comunicarse entre ellos mismos y con otros elementos del sistema político; de este modo los burócratas en el desempeño de sus funciones, toman y analizan información social y política la cual comunican al resto del aparato del Estado. De modo similar, el proceso judicial se realiza por medio de la comunicación política y de gobierno”.*²⁹³

En lo general, la corriente política, ideológica, sistemática o el personaje que ocupa el poder en el gobierno, es quien controla la comunicación (libera o censura) y quien ejerce el don de mando sobre la forma y contenido de lo que se comunica. Ello con la finalidad de alcanzar el objetivo principal que se tuvo al ser puesto en el poder: conservarlo; así como otros propósitos secundarios.

El poder es materia central de la Ciencia Política. Cada sistema político y transición del mismo determina en que se asigna y dosificar el poder, autoridad, influencia y control; ya sea en una democracia o dictadura, en un reinado o república. Sin embargo, la comunicación es el elemento con la cual podrá ejercerse para maniobrar y ejecutar sus acciones en su praxis política. Es decir que:

*“No es posible la concepción del ejercicio del poder de un individuo A sobre un individuo B, sin alguna comunicación de A con B. Dicha actividad puede ser tan notoria u directa como la amenaza del hombre de las cavernas A de fastidiar a golpes al hombre de las cavernas B si el otro no le entrega su presa. O puede ser tan indirecta y complicada de aislar como la red de mensajes, percepciones y expectativas que posibilitan en último término a un Mandatario convencer a otro Mandatario de la oposición para que le apoye en un asunto central. Empero, en ambos caso, al existir una relación mutua de poder e influencia alterna entre los dos, inevitablemente se hallan en comunicación”.*²⁹⁴

La explotación de la comunicación por parte de quien rige el Estado no es un asunto nuevo. El hecho de otorgar a la prensa información sólo previamente elegida o orientar a la atención de la ciudadanía hacia un determinado respecto, escándalo o problema para ocultar o evadir otro más grande; no son más que ejemplo de una comunicación explotada, la cual es manipulada de manera interna para proyectar concepciones diferentes en el país y en el extranjero. En sí, para todos los gobiernos, parte cardinal de su funcionamiento depende de la comunicación. De hecho:

“Los grandes imperios de la historia, además de los vastos estados modernos, se han caracterizado por la aparición de complejos sistemas de comunicación y por designar montos substanciales recursos a facilitar las corrientes informativas. De este modo, las hordas monológicas de Gengis Kan se entrelazaban por una orden potencial de jinetes de correo, con la cual se podía atravesar los montes más difíciles de Asia a velocidades impresionantes. Todo sistema político ha elaborado estructuras especiales de comunicación para cumplir sus cometidos que van desde los tambores,

²⁹³ ALMOND, Gabriel y; Coleman, James S. *Las Políticas de las Áreas de Desarrollo*. Nueva York: Universidad de Princeton; 1960. Pp. 4-5.

²⁹⁴ FAGEN, Richard R. *Política y Comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 1969. P. 5.



*mensajeros y señales de humo de las tribus primitivas, pasando por los Heraldos medievales hasta las conferencias presidenciales en los cabildos (Congreso de la Unión, Magisterio, etcétera) y los memorandum burocráticos”.*²⁹⁵

La comunicación política, de igual manera que la organizacional, se puede generar en un nivel interno, dentro del propio aparato del Estado o externamente para con otros sistemas políticos; y lo que se percibe en la sociedad es un mero asunto noticioso.

En otro rubro es dable decir que científicos que investigan a América Latina, emiten diversas propuestas de modelos teórico-prácticos radicales, afín de mejorar el trabajo de la comunicación política y gubernamental. Especialmente existe una corriente del estudio de la comunicación política y sus modelos en la denominada comunicación alternativa; que encabeza Reyes Matta:

*“La comunicación alternativa se caracteriza por intentar difundir el diálogo donde los propósitos comunicativos apuntan no sólo a una participación en la gestión y creación de mensajes, sino a objetivos más amplios de cambios estructural de la sociedad”.*²⁹⁶

A esto hay que añadirle que la misma, busca lograr una concientización a través de una comunicación establecida por un diálogo entre iguales. No obstante, *“cuando el propósito es comparar países, hay relativamente pocas combinaciones de las relaciones que pueden encontrar con ésta comunicación... Ningún país es un ejemplo exacto de este tipo, ya que más que reales son ideales”*.²⁹⁷

El jefe de un gobierno es capaz de influir en la comunicación y cierto, sí lo consiguen; más también lo hacen otros personajes con otras intenciones y distintos objetivos. Es por eso que los líderes políticos tienen que considerar lo que comentan Gordon y Falk en su ‘*Guerra de ideas*’:

*“Naturalmente, la tecnología por sí misma no significa nada. Únicamente importa lo que los hombres hacen con ella. Y lo que harán con la tecnología moderna es poner al descubierto las múltiples maneras en que las culturas mundiales interactúan en un determinado momento. O bien, colocarán en ella ciertos mensajes de comunicación con información útil, para que toda la humanidad la escuche (o por lo menos perciba la noción general de ello), y sea orientada”.*²⁹⁸

Esta comunicación, al igual que la organizacional, cuando se abre al público engloba varias subcategorías de Comunicación Pública; aunque en este momento hay que destacar que ésta se convierte en Comunicación Pública de la subcategoría: Político-Ciudadana; referente a la dinámica comunicativa entre el Estado y la Nación (el gobierno y la sociedad respectivamente).

²⁹⁵ ALMOND, Gabriel y; Powell, Bingham. *Políticas Comparativas*. Boston: Brown y Co. Ediciones; 1966. De la Introducción.

²⁹⁶ RESYES Matta, F. *“La comunicación alternativa como respuesta democrática”*. México: Diario El Día; 4 de septiembre de 1981. P. 13.

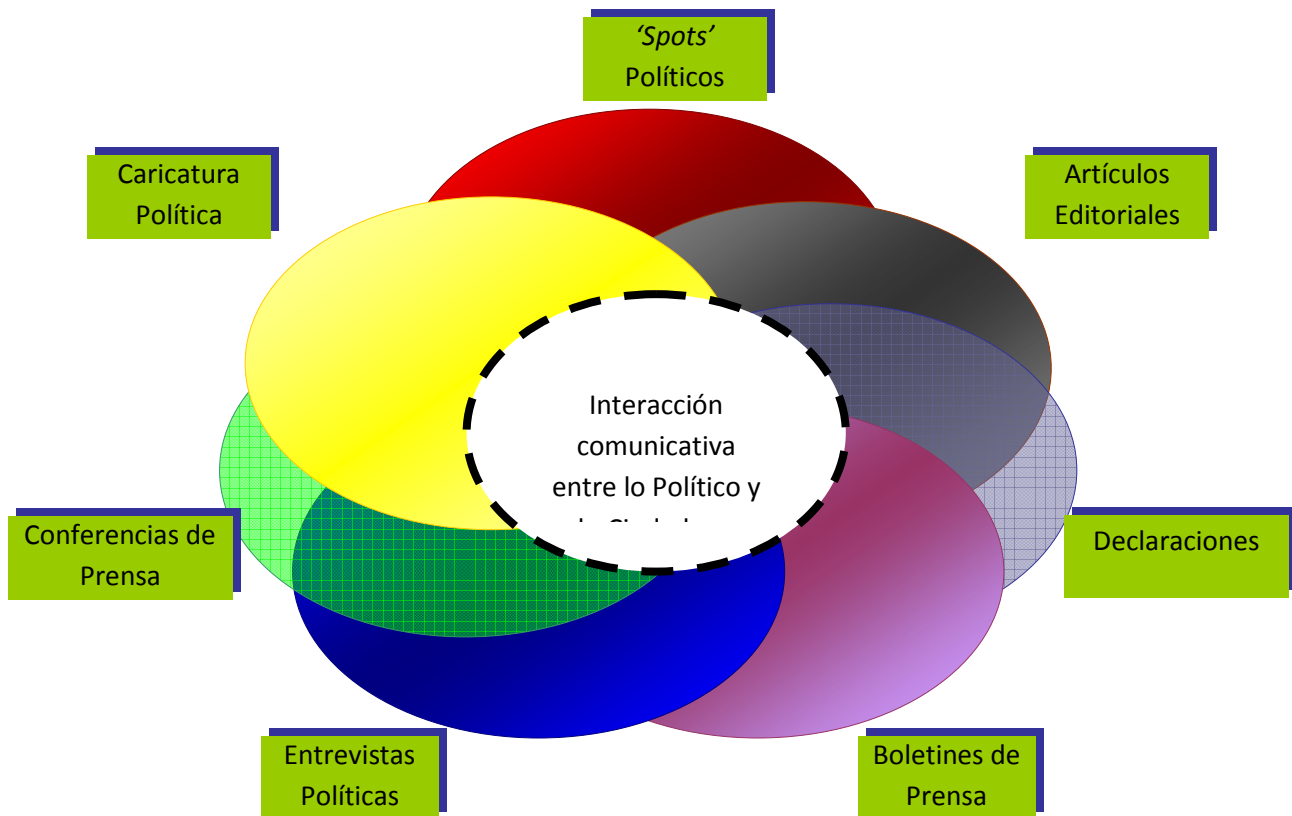
²⁹⁷ *Op. Cit.* FERNANDEZ Collado, Carlos; 1994. P. 311.

²⁹⁸ GORDON, George N. y; Falk, Irving. *La Guerra de las Ideas*. Nueva York: Publicaciones Husting Home; 1975. P. 313.



Un caso de ello se presenta cuando se emiten campañas sociales contra la delincuencia o prevención y denuncia del delito, divulga los apoyos de la procuraduría dirigidos a mujeres violadas u otros.

Igualmente, con el diseño de las campañas políticas se llevan a cabo fenómenos equivalentes mediante el uso de algunos recursos que pueden ser analizados, tales como: boletines de prensa, caricatura política, artículos editoriales, entrevistas políticas, declaraciones, conferencias de prensa y 'spots' políticos. Éstos los han estudiado a profundidad Fernández Collado, Sampieri (2000), y Ochoa (2000) y a partir de los mismos se puede crear el siguiente esquema:



7) COMUNICACIÓN DE MASAS:

Ésta es la más compleja de las tipologías de la comunicación, incluso dependiendo el tiempo y espacio en que se desarrolle o ponga en función, implica una exhaustiva teoría evolutiva, cuyo nombre que le designó su autor Dennis McQuail fue: Teoría de la Comunicación Masiva, en 1983. Sin embargo, concretamente, sobre la comunicación de masas se puede decir que:



*“Es el proceso que los canales de comunicación utilizan para producir, seleccionar y transmitir mensajes, así como el hecho de ofrecer respuestas al público tras la retroalimentación, y los efectos que genera socialmente”.*²⁹⁹

A partir de este tipo de comunicación y gracias a dichos efectos que genera, es que se produce socialmente una forma de cultura muy particular y propia de los medios de comunicación de masas: la **cultura de masas**.

Para Felipe Fucito, históricamente la Cultura de Masas se origina con la invención de la tipografía de publicaciones circulantes de “GUTENBERG”³⁰⁰. Relatos caballerescos, epopeyas, sátiras, crónicas, cuentos, noticias escalofriantes y otros semejantes que aparecen a principios del siglo XVI. Dichos textos, propios de la literatura laica, son los primeros escritos que muestran características de la Cultura de Masas; por razón de que son efímeros, tocan la información emocionalmente, desbordan pasiones, amores y hasta la muerte, con encabezados denominados: “*Títulos-Gancho*”³⁰¹.

De esta forma, y citando a Ignacio H. de la Mota, la Cultura de Masas se puede entender como “*la cultura que genera la información formativa de los medios de comunicación, y que puede sonar a una perogrullada*”³⁰², especialmente por el tipo de lenguaje que posea el mensaje, sus temas y los tipos de receptores ‘*masivos*’ a quien va dirigido.

A esto, González Seara, añade que está ya se encuentra posicionada en la sociedad, porque:

*“la cultura de masas está hoy en las ondas, en el aire y, como consecuencia, los medios de comunicación social son el gran vínculo de la propagación”.*³⁰³

Esto encarna que todo aquello comunicado, mediante los ‘*mass media*’, se puede entender como Cultura de Masas; desde lo que va en cuestión de estereotipos hasta ideologías. Sin embargo, al mismo tiempo habría que aceptar que en la actualidad dicho concepto se propaga más allá de los medios, esto debido a que tales medios conforman simultáneamente lo que es una **industria: la industria cultural**.

Hablando metodológicamente y en relación con la industria producida por la cultura de las personas en una sociedad, cabe agregar que:

“...muchos de los objetivos, ejecuciones y uso de los medios masivos pueden derivarse de datos aportados por los mismos integrantes individuales del público; es decir, las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y su motivo, en casos determinados; o cuando menos, la industria mediática puede reconocer a través de investigaciones formales, los gustos y aspectos de identificación de los individuos para proyectarlos a través de los medios de comunicación, con la finalidad de acrecentar su industria y de que la gente se vea

²⁹⁹ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 33.

³⁰⁰ PARES I. Maicas, Manuel. *Introducción a la Comunicación Social*. Barcelona: Escuela Superior de Relaciones Públicas. Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.; 1992. P. 203.

³⁰¹ *Ibidem*.

³⁰² DE LA MOTA, Ignacio H. *Función Social de la Información*. España: Editorial Paraninfo, S.A.; 1988. P. 73.

³⁰³ GONZÁLEZ SEARA, L. *La opinión pública y comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.; 1968. P. 26.



*confrontada en una formulación verbal inteligente, social o familiar, gracias a los contenidos de ellos [los medios]”.*³⁰⁴

De este modo se puede advertir que la Cultura de Masas es propia de las sociedades modernas en donde se tiene por rasgos distintivos para su funcionamiento social: el uso de maquinarias y tecnologías avanzadas; además de la masificación y el comercio. Y para que esta cultura se esparciera fue necesario, en voz de Fucito:

- 1) Una escasa complejidad de cualquier área en los contenidos que difundía.
- 2) Una tendencia hacia la homogenización y trivialización de los contenidos formales.

Ante esto Swingewood en “*El mito de la Cultura de Masas*” circunscribe: “*La Cultura de Masas mezcla, revuelve todo, produciendo una cultura homogenizada... La Cultura de Masas es muy democrática: no discrimina en contra o entre nadie. La cultura se nivela inexorablemente y se pierden los patrones: la cultura capitalista y sus artefactos se convierten en comodidades, su función es entretener, divertir, reducir la conciencia a un estado de pasividad total*”.³⁰⁵

Si bien Swingewood pretende decir que la Cultura de Masas minimiza la inteligencia de los hombres a su estadia e igualación, ello no diverge mucho de la realidad; puesto que en gran medida los medios de comunicación buscan con la emisión de su Cultura de Masas: armar, mediante el consumo de lo que anuncian y por los diferentes intereses financieros y hasta sociopolíticos que persiguen, una especie de ‘*cuerpo de inteligencia social controlada y manipulada*’. Ante ello, el ya citado autor de la “*Imaginación Sociológica*”: C. Wright Mills, escribe en “*El poder de la Elite*” lo siguiente:

*“Los rasgos estructurales de la sociedad moderna y el carácter manipulador de sus técnicas de comunicación llegan a un punto de coincidencia en la sociedad de masas... segregando a los hombres y mujeres en rutinas estrechas y ambientes estrechos... masas en la sociedad metropolitana que se conocen entre sí sólo como fracciones en medios ambientes especializados,: el hombre que arregla a su automóvil, la chica que le sirve la comida, la vendedora, la mujer que cuida a su hijo durante el día escolar... Hundidos en sus rutinas, ellos no trascienden... sus más o menos vidas estrechas. No obtienen una visión de la estructura de su sociedad y de su rol como público dentro de ella”.*³⁰⁶

Dicho lo anterior, la Cultura Mediática conduce a dos temas dominantes de la Teoría de la Sociedad de Masas de la Escuela de Francfort: la impotencia de las instituciones sociales tradicionales frente a las transformaciones económicas y tecnológicas de carácter masivo; y el decremento cultural.

De esta forma es posible entender que a la humanidad completa se le rige por un cúmulo de necesidades falsas y obsesivas que resaltan los medios de comunicación. “*De hecho, para Adorno, el*

³⁰⁴ *Op. Cit.* DE MORAGAS, Miquel; 1982. P. 261.

³⁰⁵ SWINGEWOOD, Alan. “*El mito de la Cultura de Masas*”. México: PREMIA Editora de Libros, S.A.; 1987. P. 15.

³⁰⁶ WRIGHT Mills, C. “*El poder de la Elite*”. Argentina: Editorial Paidós, S.A. P. 320.



*sistema económico del capitalismo moderno se ha convertido en una fuerza autorreguladora dominada por leyes económicas y tecnológicas inevitables*³⁰⁷.

A través de de la Cultura de Masas se pueden criticar a los ‘*mass media*’ en muchos niveles, tal como lo hace social y psicológicamente Umberto Eco con el estudio de sus sujetos: “*Apocalípticos e Integrados*”. Y por su parte, **Moragas** (1982, 73) en un sentido un tanto más económico, indica que la Cultura de Masas comienza a emerger con la industrialización, tras aparecer una diversidad de formas culturales; y que se termina de instaurar socialmente mediante el uso de los denominados ‘*media*’.

En sí, el interés por la Cultura de Masas nace en los Estados Unidos al término de la Segunda Guerra Mundial, y casi al mismo tiempo en la Gran Bretaña. En tanto que en Europa, hace su aparición en la década de los 60’. Esta pseudo cultura comenzó a integrar desde ese momento hasta la actualidad, teniendo por sustento a Manuel Parés I. Maicas (1992, 233-234); otras características como las que a continuación aparecen:

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE LA CULTURA DE MASAS

1. Históricamente es un fenómeno producido por la Sociedad Industrial y la Sociedad de Masas, pero que en el mundo moderno, su expansión ha alcanzado la totalidad de las naciones en vías de desarrollo.
2. Durante la generación de sus productos culturales, se rige bajo los patrones de la producción en masas y bajo modelos de fabricación homogéneos que son potencializados por las nuevas tecnologías, en lo económicos y en lo industrial.
3. Es criticada por la Escuela de Frankfurt, entre otros apocalípticos; ya que la han acusado de vulgar y conformista dentro de la vida social, política y económica de las élites y sectores dominantes.
4. Pese a que sus estructuras recaen en lo masivo, cae en el Individualismo; debido a que se forja en la competencia y la adquisición de bienes y servicios para alcanzar una supuesta calidad de vida mejor o aspiracional. En sí, la cultura mediática se labra con fantasías que persuaden al consumidor, tipificadas por la ilusión vanidosa de la publicidad; o bien, por la convencimiento utópico de la propaganda.
5. Detona nuevas necesidades materiales y comerciales, como lo conjetura Mauro Wolf (1987, 117), sembradas por otras necesidades del tipo afectivo (felicidad, amor, alegría), imaginario (jerarquía social, libertad y aventura) y material (estabilidad, confort y bienestar social).
6. Crea ídolos con dimensiones mitológicas denominados: famosos, divas o personajes de la farándula (como lo explica Eco en el caso del: “*Mito de Superman*”, citado en “*Apocalípticos e Integrados*); espejismos de inmortalidad (como los productos derivados de los cartones de la “*Marvel Cómics*” y “*DC Comics*”, cuyas actitudes se van reflejadas en los niños), embriones eclesiásticos basados en la salvación terrenal (como es el caso de la congregación internacional: “*Pare de Sufrir*”).

³⁰⁷ *Op. Cit.* SWINGEWOOD, Alan; 1987. P. 24.



7. Remitiéndose a Debord (1971, 199), se puede añadir que esta cultura, es la configuración de estereotipos de diversos tipos (de belleza, de maldad, de bondad, políticos, emotivos, etc.), manipulando modelos publicitarios, imágenes políticas y la proyección de espectáculos.

8. Se relaciona con la publicidad, ya que se conduce en mucho por los comportamientos culturales y patrones visuales que crea, define y proyecta ésta. Desde la perspectiva antropológica, gran parte de la conducta y los estándares que operan y reflejan las sociedades están determinadas por la publicidad; por tanto se puede concebir que la publicidad es Cultura de Masas en un nivel globalizado, y aún más cuando se muestra como parte del entretenimiento de los *'medios de comunicación masiva'*.

9. Lo anterior nos traslada a estipular que, así como la publicidad es Cultura de Masas, el ocio manipulado por la industria cultural, también. Esto es, que la Cultura del entretenimiento es Cultura de Masas proyectada y difundida intensivamente por los *'mass media'*.

Estas particularidades de dicha cultura, conllevan a concretar que todo patrón de conducta social afectado por la reconstrucción mediática, modificación mercadotécnica y comercialización masiva de cualquier producto al vulgo; altera a la Cultura y la convierte en Cultura de Masas.

Por su parte en *"Introducción a la teoría de la comunicación de masas"*, y desde otro enfoque sobre las masas, para Korn Hauser, *"la verdadera presencia de grandes cantidades de individuos con una organización e implicación muy débiles, provoca en un Estado, a multiplicar los esfuerzos y convocatorias de los dirigentes para movilizarlos y manipularlos"*³⁰⁸.

Y regularmente este tipo de masas siguen a líderes institucionales o naturales (entiéndase como líder natural al *"individuo que atrae por sí mismo y sus ideas a un grupo social sin respaldarse en ningún 'ítem' preestablecido como la religión, el gobierno, la filosofía, la educación, los usos y costumbres, entre otros"*³⁰⁹).

Otras de las características de la comunicación de los *'mass media'* que sugiere Hauser, serían las que a continuación se redactan:

- * *"Lo que es comunicado por los 'mass media' es una muestra cuidadosamente seleccionada y no representativa de todo lo disponible en materia de comunicaciones. Además, el contenido efectivamente recibido y consumido por el público eventual es una muestra cuidadosamente seleccionada y tal vez no representativa de todo lo que no es comunicado. El contenido de las comunicaciones 'per se' no expresa, por tanto, la variedad y la complejidad de la vida; ni refleja los efectos sutiles resultantes de la difusión.*

- * *El contenido de las comunicaciones se esfuerza mucho más en divertir que en informar; trata de distraer y solicita la atención de poseer la calidad que estimula la reflexión sobre los grandes problemas sociales o personales, o sobre las tareas de la vida.*

³⁰⁸ *Op. Cit.* MCQUAIL. Denis ; 1982. P. 126.

³⁰⁹ *Op. Cit.* GARCÍA-Pelayo y Gross, Ramón, 1975. P. 533.



✱ *Una cualidad es que estos medios tratan de llegar a un público tan vasto como sea posible, las comunicaciones de masas son simples en su forma y en su contenido”.*³¹⁰

En sí, la esencia y éxito de esta forma un tanto superflua de comunicación se basa en que la información transmitida, sea decodificada con facilidad por el receptor; esto implica que, quienes producen los ‘*mass media*’, buscan realizar medios coloquiales y evitan en su mayoría, utilizar palabras complejas, párrafos rebuscados, metáfora complejas, lenguaje científico, filosófico, teorías matemáticas y hasta lógicas.

8) COMUNICACIÓN INTERMEDIA:

Los teóricos antaños solían dividir el estudio de la comunicación en dos taxonomías: Interpersonal y Masiva. Empero, al incrementarse la investigación de ésta y desarrollarse nuevos instrumentos de comunicación fue que su tipología creció, sumándose la Comunicación Intermedia.

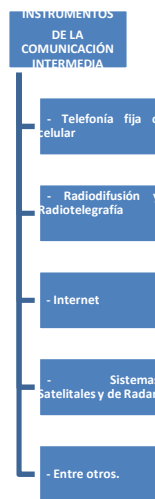
En paráfrasis de Blake, esta dinámica se concibe como aquella que se genera en la interfaz entre la comunicación interpersonal de Cara a Cara y la Comunicación de Masas. Aunque en este caso en particular, se puede identificar la existencia de herramientas mecánicas y tecnológicas que son usadas en condiciones restringidas y maniobradas por participantes que se pueden reconocer.

En si, su singularidad está en el uso de telecomunicaciones entre dos puntos; esto es la inclusión de instrumentos técnicos para la transferencia de los mensajes, tal como lo conjetura el autor anteriormente interpretado.

Sus características son comparables con las de la Comunicación Interpersonal y Masiva; debido a que, en lo que respecta a la primera, la Intermedia se hace llegar a un número reducido de personas en circunstancias delimitadas (sin ser en público), y donde frecuentemente quien envía el mensaje es un sólo comunicador.

En tanto a su similitud con la Comunicación Masiva, ésta radica en que ambos casos los elementos participantes del diálogo (primordialmente los comunicados), suelen ser heterogéneos y mantener una distancia diferente con relación en los demás, lo cual podría generar ruidos al no llegar el mensaje del comunicador a todos de manera simultánea por dicha ubicación.

³¹⁰ *Op. Cit.* MCQUAIL. Denis; 1982. P. 126 y 127.



9) TELECOMUNICACIONES:

Primeramente habría que referir que la telecomunicación es un sistema de comunicaciones tecnológicas producto de la revolución industrial en el que se “*generan transiciones y procedimientos de localización electrónica*” (García Pelayo y Gross, 1975: 866).

Actualmente el auge de la telecomunicación y su desarrollo se traduce en todo un aparato de telecomunicaciones que funciona mundialmente, afín de optimizar la comunicación de una sociedad de masas. Ello lo hace a través de complejos electromagnéticos y cibernéticos que vinculan a las personas de manera local e internacional denominados: redes de comunicación.

Estas redes suelen figurar como el medio central de la comunicación cuando se trata de propiciar una reciprocidad a distancia entre una sociedad y otra, o una persona que requiere platicar con otra y que se encuentra lejos ésta.

Para ahondar en el tema, y retomando nuevamente a Blake, las telecomunicaciones pueden subcategorizarse en general, de la manera expuesta en la tabla siguiente.

| SUBCATEGORÍAS DE LA TELECOMUNICACIÓN |
|--|
| <p>TELECOMUNICACIONES MASIVAS: Clase privativa de la telecomunicación confinada a la transmisión de mensajes determinados (inclusive especializados), mediante instrumentos que pueden generar una retroalimentación usualmente mediata. Ello envuelve a la radio y televisión educativa, por cable o comercial, entre otros.</p> |
| <p>TELECOMUNICACIONES DESDE DOS PUNTOS ESPECÍFICOS: Clase privativa de la telecomunicación que manipula aparatos electromagnéticos con la finalidad de llegar de una ubicación a otra sin importar la distancia, como es para el caso de la comunicación de</p> |



masas, pero empleando este tipo de herramientas avanzadas y en la que se comparten características específicas entre el factor comunicador y comunicado. En ésta comunicación la interacción con el receptor se hace de una forma interpersonal y puede incluir instrumentos como: el teléfono, los celulares, el radiotransmisor, los radiolocalizadores, el teletipo, el telégrafo y otros sistemas similares.

TELECOMUNICACIONES DE VIGILANCIA Y RASTREO:

Es otra clase privativa de la telecomunicación la cual explota a los aparatos electromagnéticos con la finalidad de *'sondear los alrededores'* para encontrar de señales de riesgo e inhibir, prevenir o erradicar situaciones de peligro. Comprende casos como el apoyo de radares para uso militar, catadores de frecuencias magnéticas en la investigación médica, el uso de mecanismos satelitales meteorológicos ante fenómenos naturales, entre otros.

TELECOMUNICACIONES POR MEDIO DE LA INTERFAZ:

Una última clase privativa de la telecomunicación que no ha sido tomada en cuenta en la modernidad, es ésta aportación propia que consiste en aquella comunicación que se origina por medio de complejos cibernéticos los cuales emplean a la realidad virtual y al ciberespacio, obteniendo una dinámica un tanto intangible pero real y una interacción que puede ser mediata o inmediata. Esta telecomunicación puede englobar al resto de las telecomunicaciones, generalmente de un modo audiovisual; tal como ocurre con los sistemas de vigilancia por internet, el envío de mensajes codificados a través de interfaces o cables, sistemas satelitales de observación sideral que utilizan la red de internet como medio de comunicación, las notas informativas colocadas por agencias de noticias en los espacios virtuales, o hasta los videojuegos de realidad virtual con los que se divierten los jóvenes hoy día.

2.2 LA SOCIEDAD MEDIATIZADA Y EL SISTEMA DE LAS COMUNICACIONES

2.2.1 DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN, EL HOMBRE Y SUS MEDIOS DE COMUNICACIÓN³¹¹

Determinar cuando se originó la comunicación es imposible saberlo, debido a que ello implica una gama de aseveraciones teóricas y documentos que no poseen un rigor científico comprobable. Además, si se trata de referir al fenómeno de comunicación como tal, se estaría hablando de otros fenómenos que no sólo envuelven a la comunicación humana; ya que:

*“el acto comunicativo empieza con la vida misma y asume formas diversas y complejas; desde la comunicación celular y vegetal, pasando por la comunicación animal, hasta los sofisticados medios masivos de comunicación humana”.*³¹²

Y aún así, si sólo se trata de comunicación humana, tampoco se tienen informes históricos verificables que daten sobre cuándo, dónde y cómo se dio la primer acción comunicativa.

³¹¹ Basado en: GORDON CHILDE, V. *Los orígenes de la Civilización*. México: Fondo de Cultura Económica; 1977. 291p.

³¹² *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1989. P. 11.



Es importante saber que la Tierra se conformó hace aproximadamente 4 500 millones de años y que en un principio, durante casi 3 mil millones de años, sólo existió la vida en el mar. Por su parte, la vida animal comenzó hace tan sólo 500 millones de años y la aparición del '*Homo sapiens*' sucedió hace alrededor de 40 mil años en la era del Pleistoceno; pero incluso desde antes de la aparición de dicho hombre, tras su evolución, se han propiciado una cantidad innumerable de fenómenos de comunicación a través del tiempo y del espacio. Sin embargo, en este apartado no se hablará de la comunicación en términos universales; sino que se profundizará en la comunicación humana.

Actualmente, la totalidad de los hombres son parte de una sola especie, la del '*Homo sapiens*', y todos se pueden vincular y reproducir entre sí; no obstante, los hombres primitivos del pleistoceno, eran parte de diversas especies.

Era tanta su distinción, que muchos antropólogos hasta la fecha se inclinan por designarles distintos nombres y hasta géneros.

*“Los miembros primitivos de la familia humana a la que nos referimos, los homínidos fósiles que a menudo son llamados paleantrópicos, no fueron ancestros directos en nuestra evolución; en el árbol genealógico del ‘Homo sapiens’, ellos representan ramas laterales del tronco principal. Aún más sus cuerpos se encontraban mejor provistos que los nuestros para ejecutar ciertas funciones físicas, como el combate. Por ejemplo, los caninos de la dentadura del ‘Eoanthropus’ u Hombre de Piltdown, deben haber sido armas formidables”.*³¹³

Empero, a pesar del origen diversificado del hombre, todos tuvieron rasgos en común para dar lugar al '*Homo sapiens*'; y el principal fue el desarrollo de su inteligencia.

*“El hombre de Piltdown (‘Eoanthropus’), por ejemplo, poseía una caja craneana comparable por sus dimensiones a la nuestra, pero conservaba la poderosa mandíbula inferior y los caninos prominentes que son propios del mono”.*³¹⁴

El hombre entonces, mediante su evolución y esfuerzos de supervivencia, fue dotado por un cerebro grande y superior al resto de los animales, con la capacidad de obtener habilidades particulares y desarrollar materialidades que otros seres vivos no, como la elaboración de herramientas. Aunque claro, ello no pudo haber sido sino es por la forma de sus manos con la ventaja del dedo pulgar.

Asimismo, también gracias al progreso de su cerebro fue que adquirió una vista avanzada y a colores heredada por cuadrumanos remotos (nombrada como '*visión binocular*' por Elliot Smith); con la cual el hombre fue capaz de apreciar las distancia y profundidades entre los objetos, de manipular los objetos, de identificar y aprender por medio de la experiencia, etcétera. En sí, el progreso de sus sentidos y el don de su inteligencia superior le permitieron desarrollar cuestiones ajenas a la naturaleza como tal, como la cultura.

³¹³ *Op. Cit.* GORDON CHILDE, V.; 1977. P. 35.

³¹⁴ *Ibid.*, p. 37.



La cultura del hombre ancestralmente se fue constituyendo a través de su lenguaje; y el mismo estuvo y se encuentra regido por una dinámica avanzada que se estructura, retroalimenta y progresa por códigos y señales convergentes entre ellos. Esto es, por la comunicación.

La comunicación tiene una gran relación con la percepción de las imágenes mentales que tanto estudió E. Smith, pero también está ligada a la percepción de cualquier cosa que capten sus sentidos: del tacto, gusto, olfato, vista y oído.

Las conexiones físicas que colaboraron con las conexiones mentales y en común, ayudaron a que el hombre expandiera todavía más su cerebro y sobrepasara las cajas craneanas de sus antepasados más antiguos como lo fueron: el Hombre de Java (*'Pithecanthropus'*), el Hombre de Pekín (*'Sinanthropus'*) y el Hombre de Piltdown (*'Eoanthropus'*).

Es decir, en voz de Gordon Childe, que en el *'Homo sapiens'* el *"...desenvolvimiento del cerebro y del sistema nervioso ocurre de concierto con ciertas modificaciones en la disposición para el enlace de los músculos de la lengua, las cuales no se encuentran en los antropoides, ni tampoco en otros géneros o especies de 'hombre'. A consecuencia de esto, el hombre es capaz de articular una variedad de sonidos mucho mayor que cualquier otro animal. Y al mismo tiempo es capaz de articular un mayor cúmulo de mensajes pensados y elaborados con información concreta para interactuar..."*³¹⁵. Esto es, tiene la capacidad racional y no sólo instintiva de comunicarse.

La comunicación está íntimamente ligada con la información, debido a que la información está integrada en la comunicación y la información es cómo el combustible que encausa a la comunicación mediante el motor de la interacción entre dos factores; es por eso que es imposible hablar de comunicación si no se toma en cuenta a la información y viceversa.

Pese a que no es factible conocer el origen de la comunicación en su primer acto, probablemente los antecedentes de la comunicación humana se remonte a los antepasados mencionados que, en su afán de supervivencia, tuvieron la necesidad de constituir mecanismos específicos para expresarse, relacionarse unos con otros, conformar grupos, fortalecerse y transmitir conocimientos. Y dicha transmisión se generaba con una comunicación intervenida por gestos, contactos táctiles o golpes, la emisión de sonidos, realización de dibujos y pinturas rupestres; entre otros.

Arqueológicamente se tienen testimonios inscritos de comunicación humana a partir del Paleolítico. Aunque existen investigaciones que aseguran la existencia de vestigios rudimentarios en el periodo Eolítico, aún cuando el hombre no era hombre, tal como lo conocemos en la actualidad.

Los resultados de tales estudios, recogidos por Weinsberger³¹⁶, arrojan que fue el *'Hombre Eolítico'* el primero que supo como desarrollar procesos de comunicación, tras conseguir expresarse manipulando colorantes naturales y generando reacciones guturales para afrontar la vida y transferir su experiencia.

Bajo estos principios se puede afirmar que la comunicación es una acción congénita de la humanidad que lo ayuda a conocer (el entorno, a sí y a los demás), a comprender (su universo en lo

³¹⁵ *Ibid.*, p. 39.

³¹⁶ WEISBERGER, Bernard A. *Evolución del Periodismo*. México: Editorial Letras, 1976.



material y lo que sucede), a progresar (sus núcleos sociales e instrumentos de trabajo), a sobrevivir y a expresarse dentro del medio que habita. La comunicación es una necesidad que está en desarrollo constante y que ha sido un factor fundamental para la evolución del hombre.

De una u otra forma, la comunicación se ha transformado. Por ejemplo, en el caso del alfabeto, se tienen registros de su existencia desde el año 3 mil 500 a.C. Y aunque en la actualidad hay más de 3 mil lenguas en el mundo, el Sumerio de la Antigua Mesopotámica, se tiene registrado como el primer lenguaje escrito en la Historia Universal. Así pues de tal modo de comunicación se puede enunciar que:

*“Todo alfabeto consiste en un sistema de signos gráficos que se utilizan en la escritura; su origen se sitúa en Fenicia, aunque fue difundido y perfeccionado por la civilización griega, constituyéndose en el sistema de escritura básico de las culturas modernas”.*³¹⁷

2.2.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ‘MASS MEDIA’

A pesar de que la comunicación, no estrictamente humana, es un fenómeno que ha ocurrido en todo lugar y momento de la historia, es hasta el siglo XX el momento histórico-social en que ésta se moderniza, produciéndose un ‘boom’ en la comunicación humana. Esto gracias a los adelantos tecnológicos y su estudio científico, nacido a partir de los modelos que plantearon Shannon y Lasswell.

Como se sabe, debido a las múltiples relaciones y especialmente confrontaciones internacionales, las formas de comunicación mundial fueron evolucionando. Se trató de una necesidad que en el siglo XX dio origen a al era de la electrónica, la era atómica y a la era de las comunicaciones.

Asimismo, las transformaciones sociales, etapas industriales, de los productos integraciones globales culturales y el aprovechamiento económico de todo lo que representará un **costo-beneficio**; trajo como secuela una era de masas que controlaba la rentabilidad de los mercados y en donde las grandes potencias mercantiles y capitalistas se beneficiaban del trabajo de las mayorías.

De este modo, tras ampliarse las relaciones y desarrollarse la actividad humana en los diferentes ámbitos, como lo son los asuntos comerciales, fue que surgió la necesidad de también mejorarse las formas de comunicación; pues hasta los productos debían de darse a conocer de una manera más impactante, directa y a un mayor número de personas en menor tiempo; esto es, de una manera masiva.

Para mejorar su comunicación e incrementar su poder adquisitivo, el hombre se tuvo que valer de medios que iban más allá de los naturales o impresos, ya usados por el mismo. De hecho, hasta la fecha tales aún son utilizados y cada vez de una forma más común, al grado de que hoy en día no nos sorprende observar como es que una persona es capaz de enviar una carta o hasta un documento oficio a través de un teléfono móvil mucho más pequeño que el tamaño de un durazno.

En este sentido, los medios de comunicación evolucionaron sorpresivamente hasta llegar a obtener un lugar en la vida cotidiana, hacerse de identidad propia, ser una fuerte influencia en la vida del hombre y

³¹⁷ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 13.



forjarse una cultura propia: la Cultura de Masas (ello claro, configurado por una minoría potencial -hombre potencial-, hacia las masas –‘el hombre masa’³¹⁸-).

*“Al tiempo en que surgen nuevos instrumentos de comunicación y nuevas teorías, surgen nuevos problemas y la búsqueda de soluciones”.*³¹⁹

De este modo se puede señalar que tales progresos del siglo XX, propiciaron no sólo grandes avances tecnológicos e industriales; sino también la adaptación de un elemento nuevo, social y participativo en la vida del hombre: a los medios de comunicación. Y que la cofradía y simbiosis de toda esta serie de transiciones, modificaron la lectura los hombres, hábitos, costumbres, ‘modus vivendum’, forma de apreciar el mundo, esquemas de conducta, y patrones ideológicos.

En si, la misma realidad humana fue alterada y una nueva cultura, en donde los medios de comunicación eran coactivos, se fue labrando y tomando forma.

Pero para extender esta información, analizarla y ejercer una crítica en apartados posteriores; primero se debe definir técnicamente que son los medios, sus características, funciones y tipos. Además, hay que distinguir las:

*“variables de ejecución que produzcan los ‘mass media’ en la sociedad y considerar al tiempo como factor determinante para entender la transformación social; ya que el tiempo desempeña un papel de verificación, en donde es por el medio cuantitativo y cualitativo que se logra evalúa el crecimiento o decrecimiento de una civilización determinada”.*³²⁰

2.2.3 DEFINICIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El concepto de medio de comunicación es como un botón de una flor de loto, lleno de muchos pétalos, de múltiples definiciones. Entre varias, se puede retomar la de Biagi, la cual indica que es la “comunicación de una persona o grupo de personas a través de un dispositivo de transmisión (un medio³²¹) a un auditorio o mercado mayor”³²².

O bien se puede completar con la definición de Roda y Beltrán, quienes convergen en que los medios de comunicación:

“Son dispositivos tecnológicos organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan... Por tanto, es imposible individualizar, Lo que obliga a

³¹⁸ ORTEGA y Gasset, José. *La rebelión de las masas*. Barcelona: Planeta Editorial, 1990. 312p.

³¹⁹ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. P. 126.

³²⁰ CHAZEL, Franco. *Metodología de las Ciencias Sociales*. Barcelona: Edit. LAILA, P. 63

³²¹ En paráfrasis de: BIAGI, Shirley. *Impacto de los Medios*. México: International Thomson Editores; 1999. P. 390: el **medio** dentro del término de los **medios de comunicación**, es un dispositivo de transmisión por el cual viaja el mensaje.

³²² *Ibidem*.



*presuponer o estimar las características más comunes de todos ellos para poder así alcanzar los fines que se propuso quien los utiliza”.*³²³

No obstante, habría que entender a los medios de comunicación como algo más que aquellos medios masivos de información; ya que, si se quiere fundar a la Ciencia de Comunicación en una Comunicología completa y organizada en múltiples disciplinas, se debe comenzar por entender a la comunicación como un fenómeno que va más allá de los medios electrónicos, digitales y cibernéticos.

Es por eso que también se abordan un par de significaciones muy interesantes del reconocido Marshall McLuhan quien precisa que: 1) *“el medio es el mensaje”*; y que: 2) *“todos medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física”*³²⁴.

Con base en lo anterior y haciendo referencia a la Comunicación, a título personal se puede resolver la siguiente conjetura:

Los medios de comunicación son todos aquellos recursos naturales o artificiales, así como estrategias e invenciones tecnológicas; de los que se puede valer el hombre para hacer extensiva alguna capacidad humana, fisiológica o psicológica; a fin de originar mediante la transmisión de mensajes, relaciones con una interacción comunicativa ordenada, ya sea: consigo mismo y su entorno; o bien, con otro individuo y de manera grupal.

Ahora bien, creada una definición más completa de lo que sería un medio de comunicación en general, es posible hablar más a fondo de aquellos medios de comunicación que pretenden poner en función una fenomenología de manera masiva; esto es, a un mayor número de receptores.

*“Al utilizar el término ‘medios masivos de comunicación’, queremos referirnos específicamente a los canales artificiales, que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a auditorios representativos”.*³²⁵

Los medios de comunicación de masas se desarrollan conforme a la época; evolucionan y se adaptan hasta en sus contextos (integrados y proyectados), dependiendo el momento histórico en que hacen su aparición. Su vida cambia paralelamente con la sociedad y sus contenidos van tomando formas similares a las que vive la humanidad, o bien compone nuevos modelos.

En la actualidad los medios masivos más convencionales suelen ser: la prensa, radio, televisión, cine, internet y la telefonía celular (innovador medio multimedia capaz de contener hasta los servicios de internet integrados).

³²³ *Op. Cit.* RODA, Fernando de Jesús; 1988. Pp. 89 y 90.

³²⁴ MCLUHAN, Marshall. *El medio es el mensaje*. Estados Unidos: Batam Books, Inc.; 1967.

³²⁵ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1994. P. 33.



Aunque existen otros que también son culminantes para las masas, tales como: los libros, revistas, historietas, folletos, carteles, *'flyers'*, panfletos, películas, DVD's, el correo tradicional, los servicios de reservación, ordenadores, el teatro, la música, entre muchísimos más.

Empero, no sólo a dichos instrumentos tecnológicos y *'herramientas de papel'* como tal, se les conoce como medios de comunicación de masas; sino que también, éstos son todas aquellas organizaciones que hacen uso de maquinarias complejas para transmitir y almacenar sus mensajes. A todos estos se les pueden atribuir las siguientes funciones sociales, tras sintetizar a Joseph R. Dominik³²⁶:

- * Función de Vigilancia y Seguridad.
- * Función Informativa y Cognitiva.
- * Función de Análisis e Interpretación Social y de Contenidos.
- * Función de Difusión General y Divulgación Científica.
- * Función de Transmisión de Valores y Herencia Cultural.
- * Función de Transmutación Universal (Social y Cultural).
- * Función de Utilidad Social (Gubernamental, Ciudadana y Humanística)
- * Función de Entretenimiento y Diversión (Estimulación y Relajación).
- * Función de Control (Manipulación, Evasión y Engaño).
- * Función Comercial (Publicidad, RRPP y MKT).
- * Función Operativa (Administrativa, Financiera y Normativa).
- * Función de Utilidad Organizacional (Empresas, Asociaciones Civiles, y más.)
- * Función de Socialización y Vinculación (Relaciones Públicas, Relaciones Interpersonales, Relaciones Internacionales...).

En el caso de los Estados Unidos se puede citar como ejemplo a la *"NBC"*, la cual es un medio de comunicación cuya función es noticiosa; o bien, *"NIKELODIUM"*, la cual se dedica al entretenimiento del público infantil.

Y en el caso de México se puede citar en el rango de la prensa a *"EL UNIVERSAL"*, en sus diferentes niveles: periodismo escrito, online y radio; o bien, *"TELEVISA"*, con sus diferentes productos mediáticos: televisión, radio, *'online'* (internet), etc.

³²⁶ DOMINIK, Joseph R. *La dinámica de la Comunicación Masiva*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V.; 2001. Pp. 25-49.



Por su parte, en cuanto a estos ‘grandes organismos’ se refiere y en materia de los medios de comunicación de masas o ‘mass media’³²⁷, el científico social Janowitz distingue que:

“Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos, para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”.³²⁸

La principal característica de los medios masivos radica en que pueden presentar información para una extensa audiencia o hasta generar dinámicas de comunicación entre un gran número de individuos, ya sea de modo unidireccional o simultáneamente (como el caso de los programas interactivos de la radio y televisión, o el caso del sistema de ‘mensajitos digitales’ y ‘mensajes multimedia’ por vía celular, entre otros).

Además, con los ‘media’ los comunicadores tienen que tener la posibilidad de emitir sus mensajes estando a una larga distancia del segmento receptor.

En este caso a los receptores se les identifica como las masas y a éstas, Wright Mills las reconoce como elementos heterogéneos y generalizados, entre los cuales están circunscritos individuos que viven en condiciones y culturas diferentes, procedentes de distintos estratos sociales y con diversas ocupaciones, gustos e intereses, grados de autoridad y con una influencia híbrida.

| TRANSPORTACIÓN Y BENEFICIOS DE LA INFORMACIÓN | | | |
|--|----------------------------|---|--|
| TRANSMISIÓN DE LA INFORMACIÓN (RED, SERVICIOS, ENTRE OTROS) | | RECUPERACIÓN DE LA INFORMACIÓN (TERMINAL) | |
| 1) SIN CABLES | 2) POR CABLE | 1) VISUAL | 2) AUDITIVO |
| DISTRIBUIDA | | | |
| - De ‘Banda Ancha’: Videotexto | - Texto por Cablerradio | - Cámaras - Pantallas - Periódicos - Presentaciones Vía Proyectores | - Micrófono - Radio - Modulares - Celulares |
| - De ‘Banda Ancha’: TV día satélite | - Televisión por Cable | - Máquina de Escribir - Terminal ‘keyboard’ | |
| TRANSMITIDA | | 3) AUDIOVISUAL | 4) MATERIAL |

³²⁷ Cabe introducir que ‘media’ es el plural utilizado en inglés para medio; y ‘medium’ es su singular. Y en el caso de ‘mass’ es propio de; *masas*, aunque se le da la significación de: *masivo*. Además es importante recordar que este término es conceptual, por tanto su validez científica es sólida cuando hace referencia a los medios de comunicación capaces de transmitir mensajes de manera masiva a un gran número de personas. Por tanto, interpretar a los medios de comunicación de masas como tales, es algo certero, puesto que sí involucran una fenomenología de comunicación en tanto se ponen en función. Incluso el flujo de información es una dinámica interactiva de datos que puede ser procesada, aprendida y hasta correspondida por la audiencia en muchas ocasiones. La información también trae consigo la reciprocidad entre los factores comunicadores y receptores, o bien, una actividad comunicacional entre los mismos receptores, derivada de los mensajes o información emitida por los comunicadores.

³²⁸ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1994. P. 33.



| | | | |
|--|---------------------|---|---|
| - De 'Banda Estrecha': Autoteléfono | - Teléfono | - Videodiscos - Teléfonos Móviles - Unidades de Memoria (Cintas Magnética, Disquetes, CD's, MP3, I-Pod, DVD's, USB, etc.) - Presentaciones Digitales | - Impresoras personales - Rótulos, carteles, banners e iluminación - Sobre papel: impresiones, copias, faxes, fotografías... - Sobre soportes ópticos: microfilm, negativos, diapositivas, entre otros |
| - De 'Banda Estrecha': Facsimiles, Vía Satelital... | - Videoteléfono | | |
| - Basadas en 'Células' por Áreas | - Teléfonos Móviles | | |

“En la actualidad ya no queda nadie que no esté afectado directa o indirectamente por la acción de los medios modernos. Ya sea por la utilización del videotexto, los videojuegos y del grabador de video, ya sea por la utilización de técnicas de multicopiar, producción de un periódico; todo esto, y en virtud de unas leyes inexorables que dan fecundidad recíproca a las técnicas combinadas, hace que tales técnicas hayan empezado a incidir en nuestras vidas”.

Tabla extraída y mejorada de: Dietrich Ratzke. Manual de los Nuevos Medios. México: Ediciones Gustavo Gili, S. A. de C. V.; 1986. P. 11.

Por otro lado, varias organizaciones sociales se relacionan directamente con las organizaciones de los 'mass media', al grado en que ambas dependen de sí mutuamente para su desarrollo económico y posicionamiento. Tales asociaciones dependientes de los medios normalmente son³²⁹:

- 1) Organismos de Prensa
- 2) Agencias Noticiosas
- 3) Agencias de Publicidad y Propaganda
- 4) Departamentos de RRPP y MKT
- 5) Firmas Organizacionales de Outsourcing
- 6) Centros de Investigación
- 7) Entre otros

Por su parte, los estudiosos de las Ciencias Sociales al principio consideraron que los medios de comunicación eran únicamente un instrumento para informar y generar cambios de comportamiento en las mayorías.

Más adelante, se pensó que los medios servían como estímulos para que las sociedades en desarrollo se transformaran tras difundir nuevos valores, normas e innovadores modelos de comportamiento en cuestión económica y jerárquica; así como para orientar al consumo masivo.

Ya posteriormente, éstos se trataron como herramientas útiles para fomentar la participación ciudadana en la vida económica y política de la nación, y para inspirar un sentido nacionalista en los individuos.

³²⁹ Para mayor información consultar: *Op. Cit.* BLAKE, Reed H.; 1977. Pp. 44 y 45.



2.2.4 EL PAPEL SOCIO-HISTÓRICO DE LOS ‘*MASS MEDIA*’

Primero que nada, hay que retomar algunos puntos anteriores para determinar que el alfabeto no es como tal un medio de comunicación. Quizá sea una estructura compleja de signos que sirve para producir a la comunicación; pero en tal caso, el medio usado a partir del alfabeto, no es el alfabeto por sí mismo; sino la escritura compuesta y sus significados.

Ahora bien, el alfabeto tampoco es un medio masivo de comunicación y menos lo es la escritura como tal. Ambas pueden estar contenidas en los ‘*mass media*’, y se convierten en partes elementales de éstos, como se vislumbra en el caso de las revistas y periódicos. Empero no son herramientas mediáticas; sino más bien, son las formas signolingüistas y códigos usados para que se puedan leer, identificar, conocer y entender los mensajes comunicados a través de un medio.

En la sociedad contemporánea existe una diversidad muy amplia y moderna de medios masivos, a diferencia de la prehistoria en que los ancestros del hombre sólo se valían de señas, sonidos y rudimentarios pinturas y tallados en piedra.

*“Cuando nuestras remotos antepasados querían comunicarse entre sí, a través de una distancia apreciable, se valían de rudimentarias señales ópticas y sonoras. Entre las segundas el sordo peligro o una petición de socorro. Entre las segundas el sordo golpear del ‘tam-tam’, utilizando un tronco hueco o una piel de animal tensada entre unos soportes rígidos”.*³³⁰

Actualmente en nuestra sociedad, los medios masivos han mejorado, superado cualquier distancia, áreas de proyección y hasta el tiempo. Por ejemplo un CD o incluso un libro impreso, no sólo pueden tener un público masivo, sino que pueden conseguir trascender a través de los años y en diferentes países. Lo mismo ocurre con una obra de teatral, o bien, con una conferencia convertida en teleconferencia.

Los medios masivos son magia tecnológica y extensiva de la comunicación humana. Y tienen la capacidad irrefutable de ampliar los conocimientos humanos o trasgivesarlos, e inclusive de seleccionarlos o aislarlos del todo; dependiendo como lo determinen.

La difusión actual de los mensajes sobrepasa el entendimiento de la metafísica y multiplica la eficiencia y cobertura de la comunicación social. Aunque esto no se pudo haber propiciado de no ser por los adelantos científicos, las innovaciones prácticas y las transformaciones sociales que los demandaron, forjándose así la creación de los ‘*mass media*’, en especial: la radio y la televisión, la prensa y el cine. Así como lo indica George Hourdin:

*“Los descubrimientos científicos y adelantos tecnológicos, ligados con la transformación sociológica del mundo contemporáneo, dieron lugar a los medios masivos de información y expresión”.*³³¹

Con base en G. Hourdin, sólo resta decir que dichos medios tienen una gran influencia en la sociedad y en el desarrollo histórico. Tales suelen impactar, convencer, alegrar o hasta provocar

³³⁰ YORLOV, Fedor. *LA Televisión*. Madrid: Editorial Brujuna, 1963. P. 62.

³³¹ HOURDIN, George. *Las Técnicas de Difusión en la Civilización Contemporánea*. Argentina: Editorial Jus; 1956. P. 81.



irritabilidad a quien los recibe. Además crean estereotipos y hasta se les suele denominar como el “**Cuarto Poder**”, como es el caso de la prensa o de la bibliografía que tiene el mismo nombre y habla sobre la compañía mexicana llamada “**TELEVISA**”.

2.2.5 LOS DIFERENTES ‘**MASS MEDIA**’

El ser humano históricamente se ha comunicado de diferentes formas. Éste ha superado sus medios físicos y se ha dado a la tarea de utilizar una infinidad de recursos ajenos a su naturaleza misma; ya sea por medio de señales de humo, palomas mensajeras, pergaminos y otros un tanto rudimentarios los cuales han sido suplantados por tecnologías más avanzadas, comúnmente denominadas como telecomunicaciones en la modernidad.

Las telecomunicaciones en más de las veces han pasado de ser herramientas técnicas para convertirse en medios masivos de comunicación que sirven a la humanidad. El desarrollo tecnológico, como se sabe, ha encausado la generación de muchos medios masivos que han dado lugar a la **Sociedad Multimedia**³³².

Hoy día existe una enorme cantidad de medios, y no necesariamente masivos, como los que expone Marshall MacLuhan en su libro: “*Comprender a los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*”. Entre una gran variedad se pueden encontrar: el habla, la escritura, el papel, los números, la ropa, la vivienda, el dinero, los relojes, la música, los tebeos, la imprenta, la rueda y todos los medios de transporte (bicicleta, automóvil, aviones...), la fotografía, la prensa, la publicidad, los juegos y videojuegos, el telégrafo, la máquina de escribir mecánica, el teléfono, el celular, el cine, la radio, la televisión, el armamento, la automatización, el internet, el ‘**ICQ**’ y sistemas de conversación por navegación (‘**Chat**’, ‘**MSN**’, etc.), las unidades tecnológicas de memoria y reproducción, la computadores personal y ordenadores avanzados, los sistemas de rastreo y otros similares.

Ahora bien, para aterrizar esta parte, basta decir que: a pesar de todas evoluciones históricas que concibieron a los medios masivos y aunque hayan surgido toda una gama de recursos para comunicarse, e independientemente de todos **los diferentes ‘mass media’** surgidos en el pasado; todo comienza a partir del invento de Gutenberg: la imprenta.

2.2.5.1 LA IMPRENTA Y EL PAPEL

La imprenta puede ser concebida como madre de las invenciones de los medios modernos de comunicación; sin embargo, el designarle a Gutenberg el título de el padre de los **medios de comunicación** sería un tanto un error. Ello puesto que ésta como tal, aparece mucho antes en el año de 868 d.C., cuando dinastía la Chang se encontraba en el poder, en China. En sí, fue un herrero de nombre Wang Chieh quien descubrió la primera forma tipográfica basada en la impresión de moldes móviles hechos de madera.

No obstante, reconocerlo como el padre de los medios masivos de la comunicación moderna, sí es posible; pues la imprenta de Johann Gutenberg (surgida en Mangucia, Europa durante la transición de la Edad Media al Renacimiento, hacia 1436), se reconoce como el primer mecanismo moderno que dio lugar

³³² BICKMANN, Roland y; Brauner Josef. *La Sociedad Multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.; 1996. 157p.



a la producción escrita en serie para un público masivo y no sólo para las minorías, como en aquel entonces lo era la adquisición de libros y otros medios impresos en papel (los cuales se realizaban de manera escritural y cuya realización era sumamente tardada).

Ahora bien, a pesar de que a Gutenberg inventara la imprenta, sería hasta 1456 cuando comenzará a imprimir su famosa Biblia; sin embargo quien la terminaría sería Johann Fust después de que Gutenberg quedase en la quiebra. Y por si fuera poco, la primera impresión de un libro con el empleo de letras móviles de madera se lo reconoció a un holandés de nombre Laurens Coster.

La imprenta de Gutenberg, a diferencia de las complejas imprentas construidas en el oriente “*compuestas por cientos de complicados ideogramas y palabras completas grabadas en bloques. Gutenberg nos dio un eficiente método de imprimir con sólo 23 caracteres simples del alfabeto romano*”³³³. Además: “*El invento de Gutenberg fue grabar en relieve el dibujo de la letra o del signo que se trataba; después se fundían los caracteres, se hacía la composición de los textos y, finalmente, la impresión*”.³³⁴

El material por excelencia de la imprenta es el libro. Aunque por su parte, los libros surgieron de un modo escritural, hechos a mano. De hecho, la obra bibliográfica más antigua es “*El libro de los muertos*” y surgió en Egipto hacia el 1 400 a.C. Y la primera biblioteca fundada se dio gracias a la reunión de libros hechos de esta manera en el año 540 a.C.

Los libros poseen un gran significado en el desarrollo de múltiples revoluciones históricas, sociales y científicas en muchas áreas del conocimiento. Éstos se comenzaron a imprimir en Inglaterra hacia 1451 y en Francia y Roma, la producción de los primeros materiales bibliográficos comenzó en 1464 y 1470 respectivamente. Mientras tanto cuatro años después, en la ciudad de Valencia acontecía la edición del primer libro en 1474, pero no fue sino hasta 1518 que “*Inglaterra promulga el primer estatuto de derechos de autor para proteger el trabajo de los impresores*”.³³⁵

Y por su parte, el mundo de la información impresa surgiría mucho tiempo después:

“Las noticias impresas comenzaron a circular en el siglo XV, circunscritas principalmente al ámbito de la actividad comercial en la región del Mediterráneo,

³³³ Op. Cit. MERRILL, John C.; 1992. P. 207.

³³⁴ Op. Cit. GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 14.

³³⁵ Op. Cit. MERRILL, John C; 1992. P. 208.

Papel

Históricamente se reconoce a Tsai Lun como el primer personaje en fabricar papel. Esto fue en China hacia el año 100 d.C., mezclando trapo de hilo de cáñamo y fibras vegetales.

Tras el nacimiento de la imprenta se generaron otros descubrimientos; y en el caso del papel, en 1640 se mejoró su calidad, textura y durabilidad. Pero siglos en 1805, Illing en Alemania, descubrió el proceso de encolado y Killer lo pudo perfeccionar. A partir de ello se propició una producción masiva también del papel.

1810 fue un año crucial para la comercialización del papel, puesto que fueron vendidos mundialmente alrededor de 24 millones 500 mil libros; no obstante, tiempo más tarde se reducirían sus ventas al aparecer el ‘*folletín*’, un medio impreso más pequeño y de menor costo.

Éste nuevo género tendría su auge a



*donde los mercaderes, políticos y nobles, utilizaban este tipo de impresos como un medio de información. Las noticias eran conocidas en Italia como 'avis' y a los primeros profesionales... se les llamo: menantis, novelantis y reportistis".*³³⁶

2.2.5.2 LOS PERIÓDICOS: PRENSA Y PERIODISMO

Sobre la prensa y periodismo Horacio Guajardo alguna vez dijo que *"La letra cede a la imagen y al sonido, ciertamente, pero la prensa se tecnifica para sobrevivir"*.³³⁷

Aunque antes que nada habría que entender en que consiste la prensa y el periodismo. En el caso de la primera, ésta puede integrar varios 'mass media', como: periódicos, revistas, radio, televisión, internet, etc. Dichas organizaciones tienen la calidad de prensa, ya que recopilan y difunden noticias para el público consumidor.

*"La definición ha variado con el tiempo. Al comenzar el siglo XX, el término designaba sólo a los medios producidos por las prensas impresoras –de aquí el nombre-, es decir, los periódicos y unas pocas revistas. Posteriormente, por ejemplo, en las décadas de 1930 y 1940, agrupo también a los noticiarios de radio y cine, un aspecto muy popular, y difundido de la industria fílmica. En la década de 1950, los noticiarios cinematográficos quedaron atrás, desplazados por el nuevo gigante, la televisión".*³³⁸

En nuestros días la prensa se enfoca a la cobertura internacional, nacional, regional y local. Y toca temas específicos como deportes, espectáculos, ciencia, cultura, entre otros.

Y aunado a lo anterior, la prensa que existe en el mundo contemporáneo ya no es prioritaria del campo reporteril y del periodista; sino que también se incluyen a los analistas, comentaristas, redactores, correctores de estilo, fotógrafos, caricaturistas, especialistas en política, psicología social, derecho, comercialización y otros que participan en la edición de información noticiosa.

La prensa en su totalidad informa e integra opiniones sobre temáticas en general y suele tener varias formas: diario, revista, boletín, cartel, interior, exterior, calcomanía, banderola, pancarta, volante, libro, folleto, catálogo, directorio, online (aunque éste no es un impreso como tal), etcétera.

Por su parte al periodismo González Alonso lo entiende de la siguiente manera:

*"...es la actividad que tiene por objeto la información de aspectos de interés general, cuya repetitividad es periódica..."*³³⁹

E identifica el mismo autor dos tipos de periodismo, en cuando al estilo se refiere:

³³⁶ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 36.

³³⁷ *Op. Cit.* GUAJARDO, Horacio. P. 44.

³³⁸ *Op. Cit.* BLAKE, Reed H; 1983. Pp. 45 y 46.

³³⁹ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 36.



*“1) **Periodismo Antiguo:** esencialmente es el periodismo primitivo, de grandes cuños o moldes y carácter artesanal. Su periodicidad en un principio era mensual o semestral, haciéndose cada vez más frecuente hasta terminar convertido en semanario y diario, periodo que abarcó más o menos desde el siglo hasta el siglo XIX [con el surgimiento de las primeras impresiones hacia 1850]. 2) **El Periodismo Moderno:** se inicia después del anterior hasta nuestros días, incorporado plenamente a los avances técnicos requeridos para su difusión masiva”.*³⁴⁰

A lo que a título particular agregaría un tercer tipo de periodismo: **3) El Periodismo Online**, el cual es a través de internet o sistemas de navegación cibernética cuyos trabajos periodísticos publicados suelen ser mucho más cortos que los de los medios impresos al tener un lenguaje concreto y muy convencional.

Además el flujo y la difusión de su información suele ser versátil, inmediata y progresiva; esto es, que la información se da a conocer justo en el preciso momento en que está ocurriendo el hecho noticioso, y se sigue hasta terminar el evento.

En otra forma de clasificar el periodismo dependiendo su contenido, podemos ubicar las siguientes formas: **Periodismo Ideológico o Político, Informativo, Interpretativo y de Opinión, Sensacionalista, Religioso, Especializado, Sobre la Vida y Estilo de la Sociedad, Fotoperiodismo, Científico, De Espectáculos, Editorial, Cultural, Gráfico y de Caricatura, Deportivo, entre otros.**

Para conseguir mejores contenidos, una mayor cantidad de datos sobre el hecho relevante y una óptima especialización, según el tipo de periódico o secciones; el periodismo actual opera mediante la explotación de diversas fuentes de información, las cuales Rivadeneira³⁴¹ tipifica como: 1) Fuente Informante, 2) De los acontecimientos; y, 3) Intencional.

Aunque la difusión de noticias es una actividad más antigua que la labor periodística, la impresión noticiosa y de las opiniones surge con la invención de la imprenta de Gutenberg, tras una revolución cultural y al involucrarse en los campos de la industria.

De frente a la prensa Georges Weill señala que:

*“...la invención de la imprenta es lo que ha hecho posible el periódico. Antes se tenía la noticia manuscrita; después se tuvo la noticia impresa. ¿Pero, puede ésta ser calificada de periódico? En Alemania toma enseguida el nombre que designará a ese último: ‘**Zeitung**’. Ésta presenta varios de los caracteres de nuestros diarios, la actualidad, la publicidad, la búsqueda de lo sensacional; más aún le falta lo más importante: la periodicidad. Estas hojas, que no tienen más que un sólo número, preparan los periódicos futuros; pero no son todavía los periódicos”.*³⁴²

³⁴⁰ *Ibidem.*

³⁴¹ Para mayor información consultar:

RIVADENEIRA Prada, Raúl. *Periodismo*. México: Editorial Trillas, 1977.

³⁴² WEILL, George. *El periódico*. Madrid: UTHEA Editores; 1962. P. 62.



En oposición a lo anterior, no se puede decir que el periódico nace con la imprenta, empero sí lo hace el periodismo moderno, aunque el periodismo antiguo surge mucho tiempo atrás. Incluso autores especializados en el tema, como el estadounidense Merrill, designan como el primer periódico al boletín diario de Julio César (o la “*Acta Diurna*” del gobierno Romano); presente desde el año 100 a.C.

Con una elaboración más compleja, los periódicos iniciaron su circulación en Europa hace 400 o 500 años, adoptando formas como la de folletos políticos, panfletos y boletines; y posteriormente se convierten en hojas con notas periodísticas que reciben el nombre de ‘*corantos*’. Los corantos son retomados por Inglaterra y son vendidos por las calles hacia 1621.

Tiempo más tarde en China, surgió la impresión de bloques noticiosos en el periodo de 618- 907; pero no es sino hasta los años de 1605 a 1615 que se constituyen los primeros periódicos, apegándose claro al sentido estricto de lo que actualmente se reconoce como un periódico.

Dicho acontecimiento sucedió dentro de la ciudad de Amberes, Bélgica; en Europa. Y el primero periódico en forma, contenidos y división fue el diario titulado: “*Nieuwe Tidingen*”, aproximadamente en 1605.

Los periódicos desde sus inicios se han considerado como medios noticiosos y de opinión o influencia social, mediante los que se emiten juicios a favor o contra el gobierno o figuras de poder.

Mundialmente los diarios prosperaron, independientemente de que en un comienzo fueron oprimidos por la censura y leyes que los limitaban. Con el tiempo, el periodismo revolucionó en su forma y contenido para convertirse en un oficio al servicio de las élites y del sector comercial que desarrolló la Cultura de Masas.

De hecho, a mediados del siglo XX, y debido a la industria norteamericana principalmente, los periódicos sufrieron grandes cambios. Con el uso de la tecnología cambiaron su apariencia y sus salas de redacción se volvieron empresas formales.

Durante esos años sufrieron cambios ideológicos y su fuerza crítica se redujo luego de que muchos periódicos fueron comprados por fuerzas económicas poderosas (pertenecientes a familias que querían mantener algún interés por tales medios impresos). Asimismo, la televisión y las nuevas necesidades de los lectores, le restaron fuerza al periódico, en especial a los diarios vespertinos.

Aunque la prensa, es un recurso para conocer los acontecimientos relevantes de la sociedad, aunque actualmente el impacto y atractivo de otros medios es mayor. Ello es debido a la presencia de una civilización enajenada y ensimismada en la Cultura de Masas que ha imposibilitado a los diarios tomar la fuerza que antes poseían. Los intereses sociales han cambiado, inclusive la juventud actual, adentrada más en el Internet y desconocen el valor informativo de los periódicos.

Es por eso, y a una necesidad de adaptabilidad del medio con la sociedad, que muchos diarios publican su información también por internet, como ya se hizo mención anteriormente con el tipo de periodismo “*online*”.

2.2.5.3 LA RADIO



La terminología de **Radio** es la apócope de la palabra **Radioreceptor**, y éste es el aparato usado por la radiotelegrafía y radiotelefonía que sirve para captar, reproducir y transformar ondas hertzianas en señales y sonidos emitidas por el radiotransmisor.

Esto lo hace con el siguiente mecanismo:



*“In the early 1800s, scientists Michael Faraday and Joseph Henry demonstrated the basic principles of radio. Individually, the two scientists developed the theory of **induction** –that is, an electrical current flowing in one wire can induce, or produce, a current in another wire even though the two wires have no physical connection”.*³⁴³

(Alrededor de 1800, los científicos Michael Faraday y Joseph Henry demostraron los principios básicos de la radio. Individualmente ambos científicos desarrollaron la “Teoría de la Inducción”, esto es, la presentación de una corriente eléctrica que fluye a través de una fibra metálica capaz de inducir o producir dicha corriente a otra fibra metálica, sin que exista alguna conexión física).

Años más tarde, en 1973 el fisicomatemático de origen escocés James Clerk Maxwell, publicó un trabajo similar en donde proponía la posibilidad de transmitir señales electromagnéticas por el espacio sin la necesidad de cables. Y retomando estos trabajos, Heinrich Hertz creó un sistema de transmisión y recepción ondas sin necesidad de cables en el año de 1887. Su sistema fue la base para que posteriormente se construyeran los novedosos sistemas de comunicación a grandes distancias.

En Italia Guillermo Marconi logró perfeccionar las “**Teorías de Hertz**” tras construir un sistema de comunicación inalámbrico hacia 1896, cuando consiguió enviar señales a una distancia de 3 kilómetros; aunque al principio el nombre de la radio era: “*inalámbrico*” (*wireless*).

Marconi por su parte, no sólo era un inventor, sino también un hombre de negocios; así que enfocó su creación en la comunicación marítima comercial, afín de que los navegantes pudieran enviar o recibir mensajes de un barco a otro.

Ya en hacia 1901, el invento de Marconi era capaz de enviar señales desde Inglaterra hasta Nueva Zelanda. Además Marconi usó la Clave Morse empleando puntos y guiones; más el mismo requería un entrenamiento especializado para la comprensión de los mensajes.

Tiempo después, en 1906 la radio se abrió paso mundialmente, cuando Reginald Fessenden, basándose:

³⁴³ HARPER Christopher. *The new Mass Media*. U.S.A: Houghton Mifflin Company; 2002. P. 8.



*“en los trabajos de Nikola Tesla, utilizó un generador de alta velocidad que inventó con ayuda de ‘General Electric’ para enviar en navidad lo que pudiera considerarse como la primera transmisión mundial”.*³⁴⁴

Y Lee De Forest en 1907, agregó una innovación a la radio al inventar la ‘audición’ que podía amplificar la frecuencia y el sonido mediante un tubo al vacío: ‘El Tubo Audición’. Con ello se facilitó la recepción de la voz humana y la música. De Forest amaba la música y un año después fue capaz de transmitir un concierto de música clásica mediante un fonógrafo desde la torre Eiffel en Francia. Y ya en 1910 transmitió la voz de Caruso desde el Auditorio Metropolitano de Ópera en Nueva York.

Más adelante, al fusionarse las funciones del ‘inalámbrico’ y del fonógrafo, el resultado fue la radio; aunque al principio más bien parecía un juguete para la sociedad.

Además, las estaciones de radio eran sencillas y la mayoría conducidas por aficionados. La música se escuchaba mejor en los fonógrafos y los teléfonos tenían mejor calidad. Y por si fuera poco, los micrófonos de las cabinas se sobrecalentaban demasiado, así que los locutores tenían que tener cuidado para no quemarse.

De hecho muchos consideraron que la radio no tendría un futuro próspero, empero las cosas cambiaron cuando “Marconi Company” vendió sus acciones a la “General Electric”; y ésta última abrió una compañía llamada “Radio Corporation of America” (RCA) con la finalidad de administrar el capital de Marconi.

Tiempo después en 1919 las acciones de Marconi se dividían entre “American Telegraph and Telephone” (AT&T), “Wentindhouse” y “General Electric”; pero fue hasta que David Sarnoff tuvo una corazonada sobre el uso de este instrumento cuando la radio revolucionó.

*“David Sarnoff, un empleado de ‘Marconi Company’ fue nombrado gerente comercial de la RCA durante la transición, escribió un comunicado a sus superiores donde sugería que la radio o caja musical como él la nombró, podría llegar a los hogares. Poco tiempo después fue nombrado presidente de la RCA y desempeñó un importante papel en el desarrollo de las emisiones de radio”.*³⁴⁵

A partir de ello fue que la radio llegó a un público masivo y un instrumento comercial desarrollador de la Cultura de Masas, al igual que el resto. Más para que esto ocurriera, Edwin Armstrong tuvo que revolucionar el significado de la radiotransmisión al incluir la innovación de la “Frecuencia Modulada” (FM). Con la radio FM, este aparato tenía un mayor poder de sonido y menos interferencia. Fue a partir de esto que la radio se convirtió en lo que actualmente es y que comenzaron a aparecer las estaciones de radio, auge que aún permanece a pesar de la competencia; ya que a la radio aún se le conoce como ‘**el medio por excelencia**’.³⁴⁶

³⁴⁴ *Op. Cit.* DOMINIK, Joseph R.; 2001. P 176.

³⁴⁵ *Ibid.*, 2001. P 177.

³⁴⁶ RESÉNDIZ, Rafael. Conferencia: *Prólogos para la proyección de un México Conspicuo*. Ocurre en el: *1er. Encuentro Institucional de Comunicación, Política y Sociedad en México*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM; 8 de noviembre del 2005.



Sin embargo como lo menciona Yurlov:

*“El progresivo aumento del número de emisoras en funcionamiento obligó a tomar medidas para desaparecer la anarquía en el campo de las transmisiones inalámbricas. La unión Internacional de Telecomunicaciones regula la distribución de frecuencias para los servicios radiotelegráficos y radiotelefónicos”.*³⁴⁷

2.2.5.4 EL CINE

El cine actualmente es el único medio que además de ser una técnica que sirve para cultivar la Cultura de Masas, informar en ocasiones, entretener y fungir como una industria o producto comercial; es reconocido como el **Séptimo Arte**. Sin embargo, la transmisión de las películas que a través del cine se exhiben (y también de la televisión), no pudo ser posible sin el estudio de dos características del sistema de percepción humano³⁴⁸:

1) El Fenómeno Phi & 2) Persistencia Retinaria.

El Fenómeno Phi ocurre en el momento en que un individuo observa como se apaga una luz mientras que se enciende otra que se halla cerca. Ante los ojos del individuo pareciera que la luz se moviera de un punto a otro. La Persistencia Retinaria, por su parte produce que las imágenes al ser proyectadas sobre la retina, sean retenidas durante un segundo luego de que la imagen se ha borrado.

Dicho fenómeno fue captado al principio por los griegos, sin embargo se conoció más sobre éste en el año de 1824 con Peter Roget, quien además de publicar el diccionario Tesoro, demostró que los seres humanos son capaces de retener la imagen de los objetos una décima de segundo en promedio, luego de que éstos se han desvanecido. Empleando los trabajos científicos de Roget, se desarrollaron y divulgaron por Europa toda una gama de juguetes que funcionaban bajo dicho principio. Estas novedades poseían dispositivos que proyectaban en apariencia múltiples imágenes fijas en movimiento y sus nombres era muy peculiares: zootropo y traumátropo.

En el caso del zoótropo, éste contenía una serie de cuadros ligeramente diferentes dentro de un cilindro giratorio que estaba abierto en la parte superior. Tras hacer girar el cilindro, se podía visualizar un seriado de imágenes como payasos, acróbatas y caballos, mediante unas aberturas pequeñas.

Posteriormente, Emile Reynaud consiguió la proyección de sus dibujos sobre una pantalla gigantesca por primera vez hacia 1880. Esto lo logró al combinar las técnicas del zootropo con un proyector de diapositivas.

Y ya a finales de la década fundó el **Teatro Óptico**; después de agregar un ambiente prototipo, nuevas escenas, animaciones y cuotas de admisión. Lo lamentable es que Reynaud y sus competidores debían realizar los dibujos de cada cuadro a mano, lo que era muy laborioso. En sí, el desarrollo del cine

³⁴⁷ *Op. Cit.* YORLOV, Fedor; 1963. P. 17.

³⁴⁸ Para mayor información consultar: GIANETTI, Louis. *Understanding Movies*. Estados Unidos: Ed. Englewood; 1998.



hubiera sido más lento de sólo adoptarse este método para proyectar imágenes. Afortunadamente a la par, el campo de la fotografía fija tuvo también un avance considerable.

Sobre el tema Joseph R. Dominik comenta que el inventor Louis Daguerre, creó un proceso fotográfico que funcionaba con metal bruñido por base para producir fotografías a detalle y con una claridad sorprendente a los cuales se les designó el nombre de **daguerrotipos**.

Pero que la desventaja de esta técnica es que, muy independiente de la calidad que tenía, se requerían para su exposición un tiempo hasta de 30 minutos, durante los que los modelos debían estar inmóviles. Con el progreso tecnológico de aquel entonces, la fotografía se volvió más práctica y en poco tiempo aparecería la película celuloide flexible que sustituyó al metal y vino a reducir los tiempos de exposición.

En este sentido hablar de la historia del cine es un poco complejo, porque involucró la reunión de una serie de técnicas y conocimientos que, siendo divergentes o teniendo orígenes diferentes, la cinematografía hizo converger. Como lo fue la fusión de la fotografía y de la técnica del zootropo.

Luego de la evolución de la fotografía, las personas se interesaron por el uso de fotos en lugar de dibujos manuales. Por ejemplo, Edward Muybridge en 1878, un estadounidense procedente de Inglaterra, apostó 25 mil dólares a que los caballos cuando galopan, mantienen simultáneamente sus cuatro patas en el aire. Para comprobarlo Muybridge colocó 24 cámaras en serie a lado de una pista de carreras para tomar a un caballo en galope. Tras ver el seriado de fotografías se veía un efecto similar al de una película.

Así su técnica, no sólo le ayudó a ganar la apuesta, sino que demostró la posibilidad de dar movimiento a las imágenes; ya que, efectivamente en las reproducciones se observaba las patas del equino se hallaban simultáneamente fuera del piso en determinados momentos.

Ahora que, para dar el siguiente paso, lo que se necesitaba era una cámara más sofisticada, capaz de captar un gran número de fotografías consecutivas. Y fue Thomas A. Edison con su ayudante William Dickson, quienes hicieron la primera cámara y aparato capaz de mostrar imágenes moviéndose.

En aquel entonces, platica Dominik:

“Edison, al parecer, estaba intentando proporcionar la contraparte visual de su recientemente inventado fonógrafo... Sus esfuerzos no funcionaron, así que encargó el proyecto a su ayudante, quien resolvió el problema de cómo mover la película rápidamente a través de la cámara utilizando una película flexible con pequeñas perforaciones en su borde que permitirían su desplazamiento mediante un mecanismo de dientes”.³⁴⁹

Esto Dickson lo consiguió en 1889 y hacia 1896, con el perfeccionamiento de nuevos trabajos de Edison, *“a su descubrimiento lo llamaron kinetoscopio”*; complementa Merrill³⁵⁰.

³⁴⁹ *Op. Cit.* DOMINIK, Joseph R.; 2001. P. 189.

³⁵⁰ *Op. Cit.* MERRIL, John C.; 1992. P. 322.



En Europa otros inventores retomaron las ideas de Edison. Entre éstos, destacaron los hermanos Lumiere, quienes hacia 1894 inventaron un dispositivo llamado cinematógrafo, capaz de tomar películas y proyectarlas.

Un año después los Lumiere ya se encontraban proyectando *“la primer película en forma comercial... el 28 de diciembre de 1895”*³⁵¹ y haciendo negocio dentro de un sótano del ‘Grand cafe’ de París, donde ya se pagaba por verlas. *“Desde entonces, Francia detento la supremacía cinematográfica, hasta que después de la Primera Guerra Mundial, es desplazada por Estados Unidos, que la retiene hasta ahora en el sentido comercial, más no en el artístico, ya que otros países como la propia Francia, Inglaterra, Italia, etc., producen obras de inmejorable calidad”*.³⁵²

Al mismo tiempo, tanto en Europa como en Estados Unidos, otros aparatos de proyección se desarrollaban. Y hacia 1895, en E.U.A. ya empezaban a aparecer salas donde la gente podía maravillarse con las producciones de este novedoso invento.

De frente a este negocio, Edison trabajo sobre una innovación más que presentó en 1895, el Vitascopio, una nueva versión del Kinetoscopio.

En aquel entonces, fueron los circos y teatros los que explotaron estos dispositivos en su programación. Las primeras películas mostraban acciones cortas de acróbatas, caballos galopando, un hombre estornudando, encuentros de box y otras similares.

El impacto provocado por el movimiento de las cosas bastaba para impresionar a los primeros espectadores del cine. Incluso con el estreno de la película *“Llegada del tren a la estación de la Ciotat”*³⁵³, estrenada por los Hnos. Lumiere (que mostraba el avance de una locomotora con dirección a la cámara, o algo así como un arrojó al público), provocó que varios espectadores se salieran escandalizados de la sala.

No obstante, el impacto de esta invención fue desgastado y rápidamente las películas sólo representaron material de relleno para las exhibiciones teatrales y funciones circuenses.

El interés de los espectadores revivió cuando los primeros directores descubrieron que las películas podían usarse para contar historias. En el caso de Francia, Alice Guy produjo una película llamada *“El hada de la Col”*, cuya duración era de un minuto y la cual contaba como una hada sacaba niños de un sembradío coles. La película se presentó en la Exhibición Internacional de 1886 en Paris.

Asimismo, apareció de Francia Georges Miliès, productor que hacia 1902 realizó una filmación de ciencia ficción llamada *“Viaje a la Luna”* y que vendría a ser predecesora de *“La Guerra de las Galaxias”* y *“Viaje a las estrellas”*. Sin embargo, Miliès no explotó completamente las posibilidades de la cinematografía, puesto que sus estrafalarias obras teatrales eran filmadas por una cámara fija.

Estados Unidos vio nacer a Edwin S. Porter, quien mediante *“El gran robo al tren”*, exploró otros horizontes artísticos tras usar nuevas técnicas de edición y encuadres de cámara. Dichas narraciones al entrar en el gusto del público, tuvieron un éxito financiero mundial. De hecho, a lo largo del país:

³⁵¹ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 54.

³⁵² *Ibidem.*

³⁵³ BERNAD, R. *El Cine*. México: Editorial Bruguera, 1962. P. 13.



*“casi todas las noches, salas de unos 50 a 90 asientos llamadas ‘nickelottes’ o ‘nickelodeons’ se llenaban debido a que el costo de admisión era de cinco centavos de dólar (la moneda de cinco centavos de dólar suele denominarse ‘nickel’)”.*³⁵⁴

Aunque, para que los ‘nickelodeons’ fueran rentables, los filmes debían cambiarse constantemente para hacer volver a la gente.

Empero fue D. W. Griffith, otro estadounidense el que aprovechó las ventajas del cine como ‘mass media’ y como medio de expresión artística. Al mejorar las filmaciones en Europa, decidió seguir algunas tendencias de los directores de aquel continente y realizar en 1915: “*El Nacimiento de una Nación*”, cuya duración era de tres horas; convirtiéndose en la película más costosa filmada hasta el momento. Desgraciadamente Griffith no dominó la técnica del sonido.

Al principio los filmes no tenían sonido, más no eran mudas; puesto que grandes orquestas les acompañaban. Aunque fue hasta 1927 que se grabaron de las primeras películas habladas. Antes de esto, el cine era interpretado por un arte basado en letreros y musicales; y fue por a la adaptación del sonido que el cine se volvió en el principal medio de entretenimiento para las masas en aquel entonces.

México por su parte no ha tenido un gran auge, puesto que no se le apostado con gran ímpetu a esta industria. Además, la preferencia del público por lo extranjero, especialmente Hollywood, ha minimizado el valor del cine mexicano, cuyos temas explotados eran temas tradicionales campiranos, sobre charros y melodramas en su “*Época de Oro*”.

Y a pesar de que el cine mexicano ha evolucionado mucho y mejorado su calidad e impacto internacional, principalmente con las producciones de Guillermo del Toro y Alejandro G. Iñárritu, entre otros (“*El laberinto del Fauno*” [2006] y “*Amores Perros*” [1999], respectivamente; por mencionar un par de ejemplos); aún los Estados Unidos Mexicanos tiene un gran camino por recorrer y mucho que demostrar en la Cinematografía.

Toda esta descripción histórica sirve para definir al cine y cerrar con una glosa final y general con la que se puede entender más claramente qué es el cine, como la que G. Hansen nos comparte:

“El cine ya es un lenguaje universal, nadie lo discute, pero otros afirman que el cine es un estupendo negocio, que les permite ganar varios millones al año; otros, en cambio, hablan apasionadamente de un arte nuevo, universal que ha sido posible gracias al advenimiento del maquinismo y a la revolución industrial; y hay quienes finalmente, hablan del cine en términos matemáticos, hablan de distancias focales, de sensibilidad de emulsiones y de otros tecnicismos incomprensibles para el profano.

Y resulta que todos tienen razón, porque el cine es, a la vez, todo esto; es arte (aunque no siempre y, la verdad sea dicha, muy pocas, como no es arte todo lo que se pinta o se imprime), es industria complejísima que requiere grandes capitales, es técnica que participa a la vez de la óptica, la electrónica y la química, es sistema de

³⁵⁴ *Op. Cit.* DOMINIK, Joseph R.; 2001. P. 246.



*educación, pero es propaganda política, es... muchas cosas más porque, en definitiva, el cine es uno de los más complejos y fundamentales métodos de difusión de imágenes e ideas que ha conocido jamás el hombre”.*³⁵⁵

2.2.5.5 LA TELEVISIÓN

De principio, la palabra televisión deviene de la etimología ‘tele’ y ‘visión’ que significa ‘visión a distancia’. El término como tal, se dio a conocer por primera vez en el año de 1907 dentro de la publicación “*Scientific American*”³⁵⁶; ya que anteriormente a la emisión de imágenes se le denominaba: ‘tecnología visual inalámbrica’, ‘radio visual’ o ‘visión eléctrica’.

La televisión en este sentido, representa un fenómeno tecnológico que tiene la capacidad de transmitir señales audiovisuales por medio de ondas hertzianas a distancia. Y al mismo tiempo, constituye también un fenómeno social imprescindible en la historia de la humanidad debido a su influencia, orientación infantil y gran potencial comercial; en especial antes del surgimiento del Internet.

No obstante:

*“Si Galileo (1609) no hubiese inventado el antejo o telescopio, es muy probable que no se hubieran desarrollado los lentes tan fundamentales en la aplicación práctica de la fotografía, el cine y obviamente la televisión”.*³⁵⁷

Y fue a partir del descubrimiento de Galilei, un televisor con el cual analizaba atmósfera que fue surgiendo la ‘Tv’. Después de la hazaña de Galileo, hacia 1875 en Inglaterra, Conway creó un dispositivo eléctrico que reproducía imágenes físicas; el cual dos años posteriores daría paso a que los ingleses Seleng y Corvey fueran capaces de difuminar una imagen para luego reconstruirla.

Además, no hay que restar mérito en que el teléfono de Alexander Graham Bell y el telégrafo F.B. Morse, ayudaron al logro de poder enviar impulsos eléctricos a larga distancia. Y tampoco hay que menospreciar a Roentgen con su descubrimiento de los Rayos X; ni a Braun con la aportación de su artefacto conocido como Oscilógrafo; ideas e invenciones técnicas sin las cuales Bakewell no pudo haber hecho posible durante el siglo XIX su proyecto nombrado como: ‘telégrafo de copiar’.

Toda esta serie de trabajos llevó a que surgiera en 1884 el “*primer invento tecnológico de importancia que sugirió que las imágenes podían viajar*”³⁵⁸, llamado ‘*el disco de Nipkow*’ y patentado en Alemania por su inventor Paul Nipkow a sus 24 años de edad.

Su especie de ‘*telescopio eléctrico*’, consistía en un disco más pequeño que el del fonógrafo, el cual tenía diminutos orificios que al girar sobre una imagen, ocasionaba que dicha imagen fuera proyectada descompuesta en 60 líneas. Este ‘*disco*’ mágico representó la base para que se inventara la televisión al comienzo de la década de 1920.

³⁵⁵ HANSEN, G. *El Film*. México: Editorial Braguera, 1962. P. 17.

³⁵⁶ BARNOUW, Eric. *Tube of Plenty*. USA: Oxford University Press, 1975. P. 17.

³⁵⁷ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 49.

³⁵⁸ *Op. Cit.* BIAGI, Shirley; 1999. P. 48.



Así pues, ello condujo a que Korma en 1923, patentara el ‘iconoscopio’. Este era un tubo dentro de un mosaico de células eléctricas y fotones que tenían una intensidad independiente de cada parte de la imagen. Tras descomponerse la imagen por medio de ondas, ésta era reconstruida por un código eléctrico para que, al captarse la señal por un aparato receptor, se reconstruyera en la pantalla.

El invento de Korma se considera el descendiente directo de la televisión; ya que a ésta la perfecciona Vladimir Zworykin, quien el mismo año de 1923 presenta al mundo su invento: “*un primitivo sistema de televisión... que fue utilizado primero por Westinghouse y más tarde por la RCA*”³⁵⁹. Aunque la primera transmisión televisiva se originó hasta el 26 de enero de 1926 en Londres, Inglaterra, por John Logie Blair.

De frente a esto, González Alonso comenta:

“Por fin, el mismo año en 1923, la RCA lanza al mercado el primer modelo de televisión para uso privado y sobre todo experimental. Años después el escocés J. L. Blair descubrió la televisión prototipo comercial o doméstica. Su único equipo para llegar a este descubrimiento consistió, por increíble que parezca, en varias cajas de té y de galletas, un motor usado y una lámpara de proyección, todo operado manualmente”.³⁶⁰

Por otro lado, la primera transmisión televisiva formal emitida por una estación, fue hasta el 28 de agosto de 1928; cuando la estación de televisión experimental WGY transmitió un discurso pronunciado por el gobernado electo de Nueva York, Alfred Smith.

Y hacia 1930, es cuando la televisión se transforma en un medio masivo de gran penetración e influencia; pero en nuestros días éste se ha potencializado al grado de ser un instrumento de persuasión con el poder de cambiar los valores, hábitos y comportamientos.

Aparte, dicha ‘pantalla de televisión’ ha sobresalido por que es un medio publicitario usado como industria comercial, sobre cualquier otra industria.

En 1936 por medio de la televisión se llevó a cabo la transmisión televisiva del primer gran evento: Los Juegos Olímpicos de Berlín. En cambio, Francia inició sus primeras transmisiones de televisión en 1937 y los Estados Unidos en 1939. Así fue como poco a poco la popularidad de la televisión fue creciendo hasta desplazar otros medios. Y de frente a ello, el Newyorkino Les Brown explica que:

“Para fines de la década de 1940, la televisión inició su conquista... Cuando comenzó en 1949, la radio captaba 81% del total del auditorio. Para finales del año, la televisión contaba con 41% del mercado de la transmisión. Cuando el auditorio comenzó a experimentar la gran emoción de ver tan bien como escuchaba los eventos a medida que ocurrían, la superioridad de la televisión se estableció más allá de toda duda”.³⁶¹

³⁵⁹ *Op. Cit.* MERRIL, John C.; 1992. P. 227.

³⁶⁰ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 49.

³⁶¹ BROWN, Les. *Televisión. The Business Behind the Box*. USA: Harcourt Brace Jovanovich, 1971. P. 43.



Por otro lado cabe puntualizar que, además de lo ya señalado, “la televisión siempre conduce a buscar ejecutar variaciones en la conducta del individuo entre las que se destaca el uso del optimismo social y el pesimismo social cuyas características son las siguientes...:

| OPTIMISMO SOCIAL | PESIMISMO SOCIAL |
|--|--|
| Frases sobre la ciencia y la instrucción. Incitando a aplicar el espíritu científico a la religión. | Frases sobre la fe. Afirmando que la obediencia a la autoridad debe ser completa. |
| Frases sobre la religión y lo temporal. Afirmando que la iglesia no debe desinteresarse de lo temporal. | Frases sobre el hombre. Sosteniendo que la debilidad del hombre requiere disciplina. |
| Frases sobre la solución de los problemas sociales. Estimando que estamos en vía de progreso y bajo una visión optimista del futuro. | Frases sobre la ciencia y la instrucción. Minimizando la atilidad de todo análisis de la religión. |
| | Frases sobre el medio. Sosteniendo que el mal reina en el mundo. |

...El resultante siempre resulta ser un comparativo entre una variable expuesta al pesimismo y otra al optimismo, a fin de promover conductas que impliquen un mayor consumo de un determinado bien o producto o debilitar un comportamiento en específico como puede ser una ideología, acciones violentas, oposición social a determinado régimen de gobierno, entre otros”³⁶²

La comparación de este método empírico-analítico, tiene como finalidad (especialmente en la publicidad, aunque no se limita a la misma), analizar que acción o serie de acciones y ejecuciones encaminan a determinada reacción con el empleo de mayor frecuencia estadística y al incrementar el tiempo de exposición de las personas de frente al televisor o cualquier otro medio.

2.2.5.6 TELEFONÍA: DE SU BASE EL TELÉGRAFO A LA TELEFONÍA MÓVIL

Se puede señalar que fue a partir de los trabajos y creaciones realizadas por Hertz; así como por el perfeccionamiento de la radio, que fue posible la invención del telégrafo. Esto se debe a su característica principal: la transmisión y recepción de ondas electromagnéticas de una forma inalámbrica.

Tiempo después, gracias a los avances de la radio y los conocimientos obtenidos por dicho telégrafo es que se dio origen a los teléfonos, en un principio de manera fija y por medio de complejas redes cableadas de telecomunicaciones; y posteriormente, de manera móvil y celular.

En resumen, el teléfono celular fue producto de la telefonía fija, y ésta fue generada a partir del telégrafo que tuvo por base la radio. No obstante, el teléfono móvil a diferencia del resto de los ‘media’ mencionados en este párrafo, tuvo un avance superior y ha alcanzado posibilidades mayores.

La telefonía celular hoy por hoy se ha convertido en un Medio Moderno Multimedia que contiene una tecnología capaz de poder integrar a otros medios de comunicación como: la radio, televisión, cine, internet; así como otros recursos: cámaras fotográficas y videocámaras, sistemas de reproducción de

³⁶² Op. Cit. CHAZEL, Franco. Pp. 157-179.



música y filmes, grabadoras de voz, sistemas de localización, agenda, calculadoras, unidades de memoria, etcétera, etc. Y a pesar de todo lo que ya contiene, se sigue innovando y adquiriendo nuevas características y funcionalidades de otros aparatos electrónicos.

1) EL TELÉGRAFO

Después de que la Guerra Civil estalló, los lectores a lo largo del mundo fijaron sus ojos en los periódicos para obtener información sobre los acontecimientos que ocurrían entorno al conflicto y otros eventos. El telégrafo por su parte fue un invento que apoyo a dicho trabajo periodístico para proveer a los lectores de información de una manera más rápida y oportuna.

Hacia 1837, Samuel F.B. Morse perfeccionó el telégrafo, un invento que emplea impulsos eléctricos para *'re-producir'* el alfabeto mediante un sistema compuesto por cientos de claves en un código denominado como: **Código Morse** (basado en puntos y guiones).

Y pese a que actualmente éste ha sido remplazado por medios más avanzados; en aquel entonces el **Código Morse** ganó una gran aceptación en la transmisión noticiosa y en la emisión de información sobre la guerra que era divulgada por todo el país en un lapso de días y ya no de semanas, como ocurría antes de su invención.

*“Although the method seems crude today when you see live satellite transmissions from throughout the world, the telegraph represented the first successful attempt to provide instantaneous information across long distances and began a series of innovations that led to the electronic media of the twentieth century”.*³⁶³

(Aunque el método parece primitivo hoy día en que es posible ver la vida a través de transmisiones satelitales a lo largo del mundo, el telégrafo representa el primer intento exitoso capaz de proveer información instantánea cruzando largas distancias y dar comienzo a una serie de innovaciones que abrieron las puertas a los medios electrónicos del siglo veinte).

2) TELEFONÍA FIJA³⁶⁴

Del griego antiguo *'tele'* (lejos a distancia) y *'phone'* (voz –*'φωνή'*–)³⁶⁵, el teléfono es un dispositivo tecnológico de comunicación capaz de transmitir y reproducir sonidos (especialmente la voz), con uso de la electricidad desde un punto a otro a grandes distancias. Los teléfonos trabajan mediante un micrófono transmisor que captura las frecuencias de las ondas del sonido, y que en principio, vuelve a convertir el impacto de éstas en la reproducción exacta de tales sonidos.

“El principio del teléfono es muy sencillo. Si se producen ondas acústicas en los alrededores de un diafragma fino, éste vibra en sintonía de ellas. Estas vibraciones del

³⁶³ *Op. Cit.* HARPER, Christopher; 2002. P. 6.

³⁶⁴ Para mayor información consultar: WILLIAMS, Trevor I. *La Historia de la Tecnología.* (Volumen 5). México: Siglo XXI Editores, 1987. Pp. 440-449.

³⁶⁵ *Op. Cit.* GARCIA-Pelayo y Gross, Ramón; 1973. P. 866.



*diafragma pueden traducirse a impulsos eléctricos, los cuales producen vibraciones correspondientes en el diafragma de un receptor al otro extremo de la línea, y éstas, a su vez, producen ondas acústicas iguales a las originarias del extremo transmisor”.*³⁶⁶

Resumiendo, el teléfono funciona por el micrófono que contiene, el cual transforma las vibraciones en impulsos eléctricos, así la corriente eléctrica producida es transmitida de un lugar a otro donde un instrumento receptor (como el altavoz) reconfigura el flujo eléctrico y lo convierte en sonido.

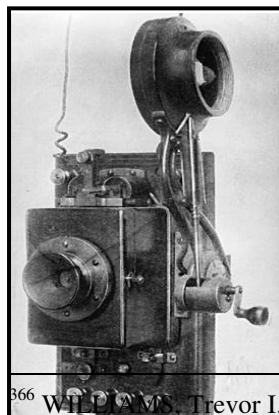
Coloquialmente el vocablo ‘teléfono’ designa un sistema conectado a un aparato de teléfono. Es un dispositivo capaz de emitir no sólo el sonido de la voz: sino también de datos, imágenes y cualquier otra información que pueda codificarse y transformarse en señal sonora. Toda esta información se traslada entre varios puntos conectados en la red y dicha telefónica se conforma por la totalidad de las vías de transmisión, los equipos de los abonados interconectados y los elementos de conmutación que son utilizados con la finalidad de elegir una ruta específica o un grupo de éstas entre dos abonados.



J. L. Charmet/Science Source/Photo Researchers, Inc.

El teléfono fue inventado por Alexander Graham Bell hacia 1876. Sin embargo, anteriormente otros personajes contribuyeron para que este instrumento de comunicación tuviera lugar.

Por su parte en 1854, el inventor francés Charles Bourseul, aportó la posibilidad de emplear las vibraciones de la voz sobre un diafragma (disco flexible) para encender y apagar circuitos eléctricos; y así poder generar vibraciones similares en un diafragma capaz de reproducir el sonido original desde un lugar remoto. Sumado a ello, más adelante, el físico alemán Johann Philip Reis, diseñó un instrumento con la capacidad de transmitir notas musicales, más que aún no podía reproducir aún la voz humana.



De esta forma es como se dio lugar a la invención de Bell, quien descubrió que la voz humana sólo podría ser transmitida y recibida con el uso de una corriente continua, para que su calidad y timbre no se distorsionara. Y años más tarde, “en 1878, Edison desarrolló una forma mejorada de transmisor que todavía se empleaba extensamente en la década de 1950. En ésta, el micrófono está relleno de granulos de carbón y la vibración del diafragma afecta a la disposición de éstos y por tanto a la conductividad eléctrica del carbón en general, sino que modula la corriente suministrada al micrófono”³⁶⁷.

³⁶⁶ WILSON, Trevor I. *La Historia de la Tecnología*. (Volumen 5). México: Siglo XXI Editores, 1987. P. 440.

³⁶⁷ *Ibid.*, p. 441.



Getty / Agency

Así, partir del desarrollo de Bell es que se crearon redes telefónicas mundialmente para lograr una comunicación más eficiente, local, nacional e internacional; ello a través de empresas dedicadas a las telecomunicaciones y servicios públicos.

Los servicios telefónicos comenzaron a expandirse masivamente a partir de 1930, cuando se usaron por primera vez nuevas técnicas creadas fundamentalmente para la radio, especialmente el sistema FDM (Multiplexación por división de frecuencias) a través del que las señales recibidas eran designadas a una serie de bandas de frecuencias. Esto emprendió la posibilidad de que cables coloxiales y unitarios comunicaran simultáneamente a diferentes conversaciones.³⁶⁸

Actualmente los servicios de telefonía fija tienen mayores alcances y están combinados, ya no sólo con dispositivos enlazados por cables; sino también con otros dispositivos que incluyen tecnología de microondas, digital, cibernética y hasta celular. Incluso el progreso de la telefonía ha sido tal que se ha desprendido de los cables para convertirse en un servicio móvil, que ya no sólo se limita a transmitir el flujo de la voz para la comunicación interpersonal o intergrupala; sino también tiene la capacidad de transportar otros elementos e integrar una serie de cuestiones ajenas a su función básica.

*“Today, telephone signals are carried across continents and under oceans through beams of light transmitted through cables made of glass fibers. A single strand of these fiber-optic cables can carry thirty thousand signals. These signals may include voice communication, computer transmissions, and visual images”.*³⁶⁹

(Hoy día las señales telefónicas son transportadas cruzando los continentes y por debajo de los océanos a través de cables hechos de fibras de vidrio”. Una simple fibra de estas fibras ópticas puede transportar treinta señales. Estas señales pueden incluir comunicación por voz, transmisiones computarizadas e imágenes visuales).

La telefonía con el paso de los años, ha desarrollado nuevas capacidades a partir de sí mismo, algunos ejemplos de éstos, son los siguientes: videoteléfono, buzón de voz, telefonía móvil, etcétera.

| VIDEOTELEFONO: | BUZÓN DE VOZ: |
|---|--|
| En 1930 en los Estados Unidos (Nueva York), Herbert Eugene Ives, expuso al mundo el primer videoteléfono de dos vías. Éste progreso tecnológico actualmente puede conectarse a una computadora para mostrar desde lugares remotos: reportes, datos, presentaciones, diagramas de trabajo, entre otros. Además, tiene la posibilidad | También llamado correo de voz, su función es la de recibir los mensajes y guardarlos en una contestadora digital para reproducirlos posteriormente, en dado caso que la llamada no pueda ser contestada. Además permite al usuario grabar un mensaje como saludo para ser emitido cada vez que se reciba una llamada; ello afín de |

³⁶⁸ Para mayor información consultar: *Ibid.*, p. 446.

³⁶⁹ *Op. Cit.* HARPER Christopher; 2002. P. 8.



de comunicar cara a cara a dos o más personas desde diferentes localidades o hasta naciones; y permite enlazar a organizaciones mediante sus centros de reuniones, usando por base una red cuya evolución accede a comunicar a ciudades completas con otras.

que, quien está llamando, deje su mensaje. Este servicio, es un equipo telefónico ordinario dotado de funciones de grabación, reproducción y detección automática de llamadas. Aunque ésta última es una función independiente que también se le llama **identificador de llamadas**. El identificador es un dispositivo muestra el número telefónico del cual se está recibiendo la llamada, antes de ser contestada; además registra los números de las llamadas entrantes que han sido hechas durante un tiempo determinado.

3) TELEFONÍA MÓVIL O CELULAR

Independientemente de que al teléfono antiguo o a las rústicas redes de telefonía del pasado, en principio no se les puede considerar un *'mass media'*, a la telefonía de nuestros días **sí se les puede denominar así**.

Ello debido a que es capaz transmitir información masivamente y producir fenómenos de comunicación entre millones de personas, sin mencionar que puede vincular a más de dos personas al mismo tiempo situados en diferentes lugares y que están en movimiento, tal como lo hace el celular.

Los teléfonos móviles o *'celulares'* esencialmente son un tipo de radiotelefonía de baja intensidad y uso convencional, en donde las llamadas se realizan por vía de transmisores de radio ubicados en unidades geográficas pequeñas conocidas como células.

Tales células cubren casi la totalidad de la tierra, aunque principalmente aquellas zonas que se encuentran **habitadas** o existen vías de comunicación (como es el caso de carreteras y vías ferroviarias), lugares en donde se llevan a cabo la mayor parte de las llamadas.

Por su parte, los transmisores de radio se hallan interconectados en redes telefónicas que dan la posibilidad de comunicarse desde teléfonos normales o entre sí. Dentro de los sistemas de telefonía móvil, las células emitidas operan adyacentemente y se distribuyen en varias frecuencias para evitar interferencias.

Y tras emplear radiofrecuencia de alta potencia, esta telefonía amplía sus posibilidades y mejora su calidad, por razón de que las señales de las células que emiten, suelen ser muy débiles como para entorpecer la operación de otras células que trabajan sobre las mismas frecuencias.

Esto a su vez, permite la generación y uso de un número de canales para contenerlas durante la transmisión; lo que optimiza al servicio móvil y le brinda la facultad de obtener interesantes revoluciones tecnológicas.

Además, los usuarios de los celulares pueden proseguir sus conversaciones sin interrupciones aunque se hallen dentro de un automóvil en circulación o en el interior de casi cualquier otro medio de



transporte; ello se debe a que dichos usuarios, al estar en movimiento pasan de una célula a otra, de esta forma la transmisión de la llamada cambia de transmisor y frecuencia a una alta velocidad.

“El método más utilizado para la transmisión de la telefonía celular se le conoce como modulación en frecuencia de banda estrecha. En sí, cada unidad móvil se le designa un contenedor exclusivo que, cuando emite o recibe una llamada o mensaje, capta la frecuencia a partir de la célula en que se encuentre...”

*[Actualmente] se fabrican teléfonos ‘multibanda’ que usan dos o tres portadoras de manera simultánea con el objetivo de que se evite la pérdida de la señal y la eliminación de los ruidos”.*³⁷⁰

El desarrollo tecnológico de esta telefonía ha logrado que los celulares puedan usarse en todos los países del mundo que empleen el mismo sistema de telefonía móvil o en cualquier nación donde dicho sistema tenga una licencia de operación.³⁷¹

Desde sus inicios, en los 70’, la telefonía móvil ha transformado la actividad diaria del hombre y su comunicación. Los celulares han dejado de ser un objeto de lujo, para convertirse en un instrumento indispensable para la gente y sus negocios, pues brinda seguridad y eleva la productividad empresarial.

EVOLUCIÓN DE LA TECNOLOGÍA CELULAR³⁷²

1) BREVE HISTORIA DE LA TELEFONÍA CELULAR

Los antecedentes del teléfono móvil se remontan a los inicios de la Segunda Guerra Mundial, donde ya se veía que era necesaria la comunicación a distancia, fue por eso que la compañía “*Motorola*” creó un equipo llamado “*Handie Talkie H12-16*”, que era un equipo el cual permitía el contacto con las tropas vía ondas de radio que en ese tiempo no superaban más de los 600 Khz.

Aunque por su parte, es a Martín Cooper a quien se le considera como **el padre de la telefonía celular** por haber introducido el primer radioteléfono en Estados Unidos, hacia 1973; mientras trabajaba para “*Motorola*”. En sí, Cooper fue el pionero en crear esta tecnología como tal.

Sin embargo, no fue hasta el año de 1979 cuando la compañía NTT dio origen a los primeros

³⁷⁰ GUTIÉRREZ Bueno, Enrique. *Telefonía móvil: Desarrollo de sus Infraestructuras y Aspectos Tecnológicos*. Seminario Internacional sobre campos electromagnéticos, telefonía móvil y Salud. Madrid: Publicaciones del Ilustre Colegio Oficial de Madrid, 2004. Pp. 12-16.

³⁷¹ Para mayor información, consultar: MOLINA Jiménez, Antonio. *Antenas de telefonía móvil. Régimen jurídico*. Pamplona: Aranzadi Editorial, S. A.; 2002. 312p.

³⁷² MARTÍNEZ, Evelio. *Evolución de la Tecnología Celular* <http://www.eveliux.com/articulos/telefoniamovil.html>. Fragmento del Artículo extraído de: Revista NET; Derechos Reservados, Julio 2001. Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2007.



sistemas comerciales por cuenta en Tokio, Japón. Durante ese periodo se comenzaron a perfeccionar y amoldar las características de este nuevo sistema que ofrecía la posibilidad de comunicarse a distancia.

Fue así que en los años de 1980 se creó un primer equipo comercial que ocupaba recursos similares a los “*Handie Talkie*”, pero que iba destinado a personas que por lo general eran grandes empresarios y debían estar comunicados.

Es en ese momento en el que se consolida el teléfono móvil y marca un hito en la historia de los componentes inalámbricos, por motivo de que con este aparato era posible entablar una comunicación a cualquier hora y en cualquier lugar.

Ya en 1981, los países nórdicos introdujeron un sistema celular similar a AMPS (*‘Advanced Mobile Phone System’* –Sistema Avanzado de Telefonía Móvil-). Por otro lado, en Estados Unidos, gracias a que la entidad reguladora de ese país adoptó reglas para la creación de un servicio comercial de telefonía celular, en 1983 se puso en operación el primer sistema comercial en Chicago. Y con el tiempo se fue haciendo más accesible al público la telefonía celular, hasta el punto de que cualquier persona pudiese adquirir uno.

Con ese punto de partida, en varios países se diseminó la telefonía celular como una alternativa a la telefonía convencional inalámbrica. La tecnología tuvo gran aceptación, por lo que a los pocos años de implantarse se empezó a saturar el servicio.

En ese sentido, hubo la necesidad de desarrollar e implantar otras formas de acceso múltiple al canal y transformar los sistemas analógicos a digitales, con el objeto de introducir más usuarios. Para separar una etapa de la otra, la telefonía celular se ha caracterizado por contar con diferentes generaciones. A continuación, se describe cada una de ellas.

2) LAS GENERACIONES DE LA TELEFONÍA MÓVIL

2.1) Primera Generación: 1G

La 1G de la telefonía móvil apareció en los países asiáticos hacia 1979 y se caracterizó por ser analógica, basada en ondas de radio, estrictamente para la transmisión de voz.

La calidad de los enlaces era deficiente y tenían baja velocidad (2400 *‘bauds’*). En cuanto a la transferencia entre celdas, ésta era imprecisa porque contaban con una capacidad reducida (basadas en FDMA, *‘Frequency Division Multiple Access’* –Frecuencia de División de Acceso Múltiple); y además, la seguridad no existía.

Físicamente los móviles eran muy pesados y grandes, debido a que tenían que realizar una emisión de gran potencia para poder lograr una comunicación con la menor interferencia posible. Y analógicamente la tecnología de esta generación fue AMPS.

HACE 20 AÑOS

HOY EN DÍA



Motorola DynaTAC

www.mobiletracker.net/.../7474_MotImage.jpg



Celular GBA con tecnología GSM de diseño pequeño

www.handy-mc.de/.../motorola_razr_v3_1.jpg

2.2) Segunda Generación: 2G & Generación 2.5

Conocida como PCS (“*Personal Communication Services*” –Servicios de Comunicación Personalizados -) en E.U.A. y otros países, la 2G arribó hasta 1990; y a diferencia de la primera, ésta se caracterizó por usar una Tecnología Digital. El sistema 2G utilizó protocolos de codificación más sofisticados que han sido utilizados hasta la fecha, en los sistemas de telefonía celular más actuales.

Los protocolos empleados en aquel entonces, dentro de los sistemas 2G, soportarían velocidades de información más altas por voz; empero, su comunicación de datos sería limitada. También ofrecería servicios auxiliares como: datos, fax y SMS (*‘Short Message Service’* –Servicio de Mensajes Cortos-). Y la mayoría de sus protocolos de la 2G brindarían varios niveles de transmisión.

Las tecnologías predominantes fueron: GSM (*‘The Global System by Mobile Communications’* –Sistema Global mediante la Comunicación Móvil-); IS-136 (ó: TIA/EIA136-ANSI-136) y PDC (*‘Personal Digital Communications’* –Comunicación Digital Personalizada-; muy usado en Japón).

Por su parte la tecnología Generación 2.5 fue más rápida y económica. Asimismo, contó con algunas capacidades adicionales a los sistemas 2G, tales como: GPRS (*‘General Packet Radio System’* –Paquete General de Sistema de Radio-), HSCSD (*‘High Speed Circuit Switched’* –Circuito Completo de Alta Velocidad), IS-136B e IS-95Bm, entre otros.

Dado que la tecnología de 2G fue incrementada, se pudieron incluir dentro de la 2.5G nuevos servicios como EMS y MMS; los cuales consisten en lo siguiente:

- EMS (Servicio de Mensajería Mejorada): Permite la inclusión de melodías e iconos dentro del mensaje basándose en los SMS, donde 1 EMS equivale a 3 o 4 SMS.

- MMS (Sistema de Mensajería Multimedia): Este tipo de mensajes se envían mediante GPRS y permite la inserción de imágenes, sonidos, videos y texto. Un MMS se envía en forma de diapositiva, en la cual cada plantilla únicamente puede contener un archivo de cada tipo aceptado. Es decir, sólo puede contener una imagen, un sonido y un texto en cada plantilla; y si de



desea agregar más de estos se debe agregar en otra plantilla. Aunado a lo anterior, con el Sistema de Mensajería Multimedia aún no es posible enviar un vídeo de más de 15 segundos de duración.

Cabe destacar que los inversionistas europeos y estadounidenses se moverán a 2.5G en el 2001. Mientras que Japón irá directo de 2G a 3G también en el 2001. Muchos de los proveedores de servicios de telecomunicaciones se moverán a las redes 2.5G antes de entrar masivamente a la 3.

2.3) Tercera Generación: 3G

La 3G se caracteriza por contener a la convergencia de voz y datos con acceso inalámbrico a Internet; en otras palabras, es apta para aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos.

En 2001 se lanzó en Japón esta 3G de celulares y la novedad más significativa fue la incorporación de una segunda cámara para realizar **videollamadas**, es decir hablar con una persona y verla al mismo tiempo por medio del teléfono móvil.

Además, los protocolos empleados en los sistemas 3G soportan altas velocidades de información y están enfocados para ejecutar otras aplicaciones más allá de la voz como: audio (mp3), el video en movimiento, videoconferencias y acceso rápido a Internet; sólo por nombrar algunas.

En el mundo contemporáneo ésta tecnología inalámbrica cuenta con una serie de innovaciones sumadas a su función de origen que le permiten reunir a la vez y en sí mismo, una enorme diversidad de recursos y ejecuciones (agenda, reloj, cronómetro); así como a otros medios, tal como: la radio, la televisión y hasta el internet, entre otros; convirtiendo al celular en un **medio moderno multimedia** o junto con el internet, ser parte de los *'new mass media'*.

Este hecho ha convertido a los celulares en instrumentos fuertemente atractivos para el consumo masivo; cuyas posibilidades exploradas son comercialmente explotadas por grandes organizaciones, tanto en materia del mero objeto móvil (como la "SONY", "NOKIA", "SAMSUNG", "LG"...), como en la cuestión que compete a los servicios de telefonía celular y todos aquellos que éste integre ("NEXTEL" y "TELCEL", por citar algunas compañías).

INNOVACIONES DE LA TELEFONÍA CELULAR

- Internet (E-mail, sitios web, chats, etc.).
- Radio, Televisión y Sistema I-pod.
- Reproducción de forma audiovisual de noticias y materiales bibliográficos.
- Videoteléfono
- Videocámara
- Cámara fotográfica y Flash

- Exposición de la fecha actual
- Calendario
- Agenda
- Agenda telefónica multifuncional (ésta incluye el guardado de nombres, números telefónicos, números celulares, cuentas de correos electrónicos, páginas de internet,



| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Programas de diseño y edición Programas de presentación Grabadora de sonidos Reproductor Audiovisual (que va desde música, sonidos y tonos, hasta imágenes fijas e interactivas, videos y películas). Envío y recepción de mensajes: escritos, multimedia, imágenes, sonidos, canciones, películas, videos, tonos, presentaciones, videojuegos y otros elementos entre celulares a corta y larga distancia; o bien, de un ordenador e internet a un celular y viceversa. Videojuegos Identificador de llamadas Sistema GSM Sistemas de seguridad Sistemas de ubicación de direcciones y rastreo de otros teléfonos celulares Buzón de Voz y Portal Wap (un tipo de buzón en que el se pueden guardar mensajes en la Web, depositados sólo dentro del sistema propio de la compañía a la que esté suscrito el celular y que puede consultarse a través de la página de internet de tal compañía. El acceso a los mensajes es posible mediante claves). | <ul style="list-style-type: none"> fechas de cumpleaños, anotaciones, imágenes y tonos personalizados y otras) Bloc de notas y tareas Reloj Sincronizador y Temporizador Unidades de Memoria en Megabites con el uso de Chip y Memory Stick Alarma de recordatorios y despertador Cronómetro Calculadora Lámpara Memoria de códigos Bluetooth y Puerto infrarrojo Salidas de puerto USB Salida para redes móviles Administrador de datos e información Creación de carpetas Bloqueo de acceso mediante códigos Transmisión y recepción de faxes Muestra de la intensidad de la señal que posea el móvil, dependiendo el lugar o célula en donde se encuentre el usuario. Personalización de la pantalla de inicio que muestra el móvil Borrador de cosas y anulador de funciones Timbres sonoros, por vibración y silenciador Etcétera, etc. |
|---|--|

Para finalizar cabe destacar que, a diferencia del pasado en que la telefonía se usaba sólo para la transmisión de la voz; ésta fue progresando cada vez más, hasta convertirse en un soporte de otras formas de transmisión. Por ejemplo, la telefonía *“permite la transmisión de imágenes y textos mediante el fax; o en el caso de los ordenadores, dos computadoras o todo un sistema de redes interconectados es capaz de comunicarse entre sí, debido al uso de la telefonía, mediante un módem”*³⁷³.

De hecho, esta forma de comunicarse se ha popularizado a tal grado que el internet es conocido, como ya se señaló: como el medio de los medios; por su uso y la integración multimedia de los demás medios en sí mismo. Aunado a ello, se encuentra el hecho de que para acceder a internet únicamente se requiere de un módem conectado a una línea de teléfono.

2.2.5.7 INTERNET Y LOS SERVICIOS QUE OFRECE ESTE MEDIO GLOBALIZADOR

³⁷³ ARROYO Galán, Luis. *Tecnología móvil. Aplicaciones GSM, GPRS, UMTS y WI-FI*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003. P. 134.



Los medios de comunicación son la ventana de la humanidad al mundo; sin embargo, éstos no hubieran aparecido sin el desarrollo tecnológico, partiendo desde los recursos mecánicos que dieron origen a los medios impresos (periódicos, libros, gacetas, revistas, etcétera) que evolucionaron con el tiempo; hasta el descubrimiento de la electricidad que indujo la aparición de los nuevos medios.

En su momento la radio hizo de la emisión sonora a distancia, una realidad; para que después, industrias discográficas preservaran la voz y la música afín de ser escuchada por futuros oyentes. Y por otro lado, la captura y reproducción de imágenes visuales parpadeantes a través del cine, le dieron la oportunidad a la humanidad de disfrutar de películas; mismas que en años posteriores, aprendieron a hablar. Y por si fuera poco, aparecería también un gigante de la comunicación masiva: la televisión; la cual se convirtió en uno de los medios más influyentes en la sociedad.

Todos estos avances dieron pauta a engendrar al medio de comunicación global, que podría considerarse con mayor potencial de todos los medios. Un medio electrónico y cibernético, inmerso en una realidad virtual capaz de abordar a todo el planeta y dar pauta al flujo de información instantáneo y a una comunicación internacional interconectada a través de la World Wide Web³⁷⁴: el Internet.

En el mundo contemporáneo, el internet no es un término ajeno al conocimiento humano. De hecho, hablar sobre Redes y Sistemas de Comunicación por vía del Internet en el siglo XXI, representa una cuestión habitual, principalmente en las nuevas generaciones. Y aunque el uso del término internet es muy común, pocas son las personas que saben a ciencia cierta a que refiere el mismo. Pues bien:

*“Se trata de una Red (Net) informática que, con carácter global, es capaz de conectar entre sí (Inter) las distintas redes locales de todo el mundo. A su vez, a esas redes locales que sólo están conectadas dentro de ellas se las denomina Intranet. El origen de Internet se encuentra, por tanto, en la Intranet, y la primera Intranet de la que se tiene constancia fue la ARPANET”.*³⁷⁵

O bien, se puede manejar que el “internet no es más que una enormidad de cables alrededor del globo, conectando a millones de ordenadores entre sí”³⁷⁶. Y que esta cuestión originada en E.U.A., “técnicamente se conoce como Wide Área Network (WAN: La Red –sinónimo de Internet-)”³⁷⁷.

En conclusión, el medio “globalizador” que representa el internet, es una red construida por un complejo de redes computacionales interconectadas. Éste integra a millones de computadoras a nivel mundial dentro de una especie de procesador gigantesco que puede ponerse en actividad mediante una Computadora Personal (PC). Incluso, en ocasiones una sencilla PC o hasta una pequeña red local, se encuentra al mando de instituciones gubernamentales, empresas, universidades, sistemas bancarios, bibliotecas, entre otros.

El sistema telefónico ayuda a que, a través de sus redes telefónicas, se detonen un gran número de interconexiones, partiendo de una sola llamada que conecta al Internet. La estructuración del y navegación

³⁷⁴ WWW: “A computer program that links information in various databases around the world”. (Es un programa computacional que vincula información en varias bases de datos alrededor del mundo). Extraído de: *Op. Cit.* HARPER, Christopher; 2002. P. 329.

³⁷⁵ CALVO Fernández, Sergio; [...et. al.]. *Comunicación en Internet*. España: Paraninfo Thomson Learning, 2001. P. 1.

³⁷⁶ SIMPSON, Alan. *Conéctate a Internet*. Barcelona: Marcombo, S. A., 2000. P. 13.

³⁷⁷ *Ibidem*.



en el internet actualmente se basa meramente en los sistemas telefónicos, aunque también se pueden darse de forma satelital, a fin de obtener una integración más globalizada; o mediante fibras ópticas y cables que son diseñados para este propósito, con el objetivo de lograr una interconexión más estrecha pero formal, restringida y segura (como son los sistemas mundiales de los bancos).

DEFINICIONES DE INTERNET EN LA WEB³⁷⁸

Debido a que la mejor forma de definir que es un libro, es a través de un mismo libro; es necesario ofrecer el significado de Internet a través de sí mismo también: el Internet

Internet es una Red de redes mundial, compuesta de un sistema de protocolos informáticos interconectados (como el TCP/IP). Fue concebida a fines de la década de 1960 por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos; precisamente, por la “ARPA”. Se la llamó primero “ARPANET” y fue pensada para la investigación y transmisión de información...

Ésta red de ordenadores que conecta a universidades, centros de investigación, particulares, empresas e instituciones; ofrece distintos servicios como: el envío y recepción de correo electrónico (*e-mail*), la posibilidad de ver e intercambiar información en las páginas Web, de participar en foros de discusión (*News*), de enviar y recibir ficheros mediante FTP, de charlar en tiempo real.

El internet además, es una red internacional que conecta miles de redes más pequeñas. **“Internet” con mayúscula** se refiere a la red que actualmente se usa, mientras que **“internet” con minúscula** es el concepto de interconectar varias redes.

No está por demás decir que Internet es **‘La Red de redes’** que brinda a los cibernautas una gran gama de recursos, como: conversaciones entre dos o más personas en tiempo real (las cuales con el uso de Cámaras Web; involucran imagen y sonido también,), foros de discusión, negocios comerciales, transacciones bancarias, compra y venta de productos, pago de servicios, correo electrónico, buscadores de información, galerías de fotos, música y videos o hasta películas completas, etc.

En la siguiente tabla se muestra una descripción de los servicios más utilizados de ésta auténtica revolución (el Internet).

INNOVACIONES DE LA TELEFONÍA CELULAR

³⁷⁸ Para mayor información consultar:

- 1) www.google.com. Con fecha de consulta en: 18 y 21 de noviembre de 2007.
- 2) www.cutepaste.wordpress.com/glosario-y-definiciones/. Con fecha de consulta en: 18 de noviembre de 2007.
- 3) www.chenico.com/glosarioi.htm Con fecha de consulta en: 18 de noviembre de 2007.
- 4) usuarios.lycos.es/Resve/diccioninform.htm. Con fecha de consulta en: 18 de noviembre de 2007.
- 5) www.catedratelefonica.upf.es/webes/2005/Glosario_Terminos.html. Con fecha de consulta en: 21 de noviembre de 2007.



| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ☐ Conexión Remota o Telnet ☐ WorldWide Web ☐ Correo electrónico ☐ Talk ☐ IRC: Internet Relay Chat ☐ ICQ ☐ Newgroups o Usenet | <ul style="list-style-type: none"> ☐ FTP, Servidores Archie Y Downloads ☐ Realidad Virtual (RV) ☐ Multimedia ☐ Creación de páginas en Internet ☐ Buscadores: Fingers, Gopher, Servidores Wais; además de las denominadas páginas de rastreo, como lo son: Secciones Amarilla y Blanca |
|--|--|

A continuación se muestra una tabla con Información adaptada de José Caballar en relación con el uso y eficiencia de los buscadores, según lo que esté intentado localizar.

| EL BUSCADOR INDICADO ³⁷⁹ | |
|-------------------------------------|---|
| INFORMACIÓN EN GENERAL | Buscador Web |
| DOCUMENTOS CLASIFICADOS | Buscador Web WAIS |
| FICHEROS | Archie |
| PERSONAS | Páginas Blancas y Páginas Amarillas |
| NEGOCIOS Y ORGANIZACIONES | Páginas Amarillas |
| SABER MÁS SOBRE UN USUARIO | Fingers |
| INFORMACIÓN CIENTÍFICA Y ACTUAL | Grupos de discusión (Newgroups, Chats, revistas o periódicos en Web especializados, Usenet...). |

Es posible designar a Internet como: “*The New Mass Media*” (como lo señala Christopher Harper en su libro que lleva el mismo título), por razón de que es una nueva forma de hacer todos los medios un en un sólo ‘*mass media*’: el Internet.

O bien, como a título particular se concibe, la web es: **El Medio Globalizador**; ya que no sólo es un medio capaz de englobar a la totalidad del resto de los ‘*media*’, sino que también brinda la posibilidad de transmitir o presentar información a lo largo del globo terráqueo y comunicarnos mundialmente. Y también desde una visión particular, producto de la observación empírica; es factible decir que la web hoy día es capaz de:

- 1) Conformar nuevas comunidades ciberespaciales al adentrarse en las comunidades de chat y foros de discusión.

³⁷⁹ CABALLAR Falcón, José A. *Internet. Libro del navegante*. Madrid: Editorial RA-MA, 2000.P. 329.



- 2) Ser una poderosa influencia en la gente, con la presentación de artículos de opinión, noticias, hechos noticiosos en tiempo real y otros.
- 3) Utilizarse como un instrumento de marketing político y publicidad digital a través de las encuestas virtuales y los 'banners'.
- 4) Mostrar la bibliografía de las personas que los mismos usuarios dan forma (ya sea con creación de algunos sitios Web completos o espacios personalizados – www.hi5.com, www.myspace.com, www.neurona.com, etcétera-).
- 5) Eficientar las RRPP con el uso del E-mail y por conducto del cual uno sólo puede llevar una gran cantidad de información dirigida un mayor número de receptores al mismo tiempo.
- 6) Dirigir la economía mediante transacciones bancarias, pago de impuestos, manejo de inversiones...
- 7) Dinamizar los mercados, según sean emergentes por causa del internet o expansivos los cuales buscan la conquista de un nuevo medio para mejorar sus relaciones comerciales.
- 8) Entre otros.

De hecho, ante estas conjeturas, Calvo Fernández nos comenta lo siguiente:

“Atrás quedó el tiempo del marketing transaccional, estamos en la era del llamado marketing digital. Los profesionales empiezan a diferenciar entre los agentes tradicionales del marketing y los nuevos 'netmarketers, todo el mundo habla del 'e-business', del comercio 'B2B' o del 'E-comercio', de las nuevas estrategias 'B2C'; y en definitiva de la nueva 'e-economía', dentro de la que se encuadra el nuevo paradigma del NETMARKETING”.³⁸⁰

De esta forma se puede entender que hasta comercialmente, gracias al Internet, múltiples organizaciones están rompiendo sus barreras y creando modelos innovadores para sus negocios, nuevas formas de relaciones entre la oferta y la demanda, cadenas de relaciones públicas y novedosas 'ciberejecuciones publicitarias' (o 'Banners'), y nuevos mercados a los cuales se les ofrecen toda clase de productos ya existidos o derivados exclusivamente del Internet.

“En resumen, se está produciendo un cambio en la forma de entender las relaciones de intercambio, y por lo tanto, en la manera de enfrentarse a las estrategias de marketing. Aunque algo siempre seguirá siendo igual: los primeros que lleguen tendrán ventaja sobre los demás si son capaces de construir un

³⁸⁰ Op. Cit. CALVO Fernández, Sergio; 2001. P. 15.



marketing poderoso, creando infraestructura a través de productos bien definidos y edificando barreras de entrada que dificulten el paso de los competidores”³⁸¹

Internet se ha popularizado mucho, entre tantos aspectos, por ser un medio en el cual uno puede estar inmerso de una forma muy sencilla (a veces sin la necesidad de realizar trámites ni pagos, basta con tener un poco de habilidad en la computadora) y por ser un producto atractivo para la juventud (y como se sabe, la juventud es quien mueve la economía).

Si uno navega por Internet, especialmente en los buscadores, quizá buscando un asunto tan cotidiano como son *‘opciones educativas’*, mediante la palabra: escuela; se podrá encontrar con una abrumadora información del el tema, en donde se puedan localizar desde programas educativos, instituciones dedicadas a dichos servicio, páginas pornográficas de lolitas y colegialas en la *‘escuela’*, escuelas de manejo, premiaciones del juego de las *‘fuercitas’* en determinadas primarias, etcétera.

Este exceso de información, cierto, globaliza y expande la información existida sobre un tema, pero le resta formalidad.

Además el exceso de información en muchos sitios Web es directamente proporcional a su vacío de contenido y veracidad. Aunque habría que aceptar que este tipo de información generalizada (*‘por encima’*) paradójicamente, lo hace más atractivo para el público usuario del Internet.

Se puede seguir analizando las ventajas y desventajas de esta Red de Red, o bien de sus deficiencias y efectividad, consecuencias económicas, influencias sociales (en especial en materia cultural, comercial y política), etcétera.

Empero, para concretar esta parte y no caer en una tesis sobre los efectos sociales del Internet (tema cuya importancia se presta apetitosa), se aterrizará en algunos aspectos negativos del Internet que nos menciona Joseph R. Dominik³⁸²:

³⁸¹ *Ibidem.*

³⁸² *Op. Cit.* DOMINIK R. Joseph; 2001. P. 239-245.





A pesar de todo lo negativo dicho contra el Internet y de que su información nos conduce más que a la automatización; no cabe duda que este multimedia es un medio informativo muy útil (cuando se recurre a páginas de instituciones o fuentes formales), un recurso de comunicación muy práctico (en materia de localización de personas, envío de correos y para tener contacto y ver a personas que están del otro lado del mundo), y hasta un compañero muy necesario en el trabajo y en nuestras vidas.

Por ejemplo, en el caso de la educación, ésta no sólo se ve implícita en el Internet; sino que se imparte a través de. Las academias también están cambiando, y las clases se pueden realizar hoy día a distancia y en línea. Las aulas de discusión quedan reducidas en cuadros de texto; y la revisión de trabajos, se queda en comentarios arrojados en lo: ¿trivial o práctico? (dependiendo el enfoque).

Internet es la biblioteca y galería de los chicos de hoy, es su cultura y; por tanto, internet también es cultura. Los jóvenes se basan en su practicidad para seguir adquiriendo conocimientos.

Y ante ello McLuhan agrega algo sobre la automatización y la disminución de en la capacidad de análisis, crítica y comprensión que produce la información masiva de la Web:

*“En la educación, la división convencional de la materia en asignaturas ha quedado tan anticuada como los medievales trivio y cuatrivio en el Renacimiento. Estudiada en profundidad, cualquier asignatura dada se relaciona en el acto con otras. La aritmética de tercero o de noveno, enseñada en términos de la teoría de los números, de lógica simbólica o de historia Cultural, deja de ser mera solución de problema. Si los planes de estudios siguen ajustándose, nos prometen una ciudadanía incapaz de comprender el mundo cibernético en el que vivirá automatizado”.*³⁸³

Aunque es un tanto fatalista, quizá ya habitamos dentro de una **Sociedad Multimedia**³⁸⁴ (tal como lo recalca Bickman y Brauner). En ésta tenemos a **otra ciber-civilización con otros reglamentos**, ajenos a los que normalmente regían a la humanidad cuando aún no existía la tecnología especialmente del tipo electrónica.

De frente a esto, dichos autores compartieron lo siguiente en **1996**:

*“La sociedad multimedia no es ninguna utopía, es la realidad social de un futuro muy próximo en el que los ciudadanos pueden servirse del ordenador para prácticamente todos los ámbitos... Se acerca una sociedad que trabajará más y más en casa. Cualquier compra se podrá hacer desde la pantalla, incluyendo verdura y fruta fresca que se puede escoger pieza por pieza con el uso de un sensor digital que detecte el grado de maduración y calidad del género. El lugar de las vacaciones se escogerá a partir de videos de autopresentación; las bibliotecas estarán, evidentemente, accesibles a la pantalla; y los congresos se celebrarán al estilo de las ‘party lines’”.*³⁸⁵

³⁸³ *Op. Cit.* MCLUHAN, Marshall; 1987. P. 117.

³⁸⁴ *Op. Cit.* BICKMAN, Roland; 1996. 157p.

³⁸⁵ *Ibid.*, pp. 23-27.



De hecho, en pleno 2007, todo esto ya es una realidad. Por tanto, la humanidad se encuentra inmersa, viviendo la Sociedad Multimedia que Bickman diseñó en su investigación.

Y por su parte Braune y Bickman además apuntaron que:

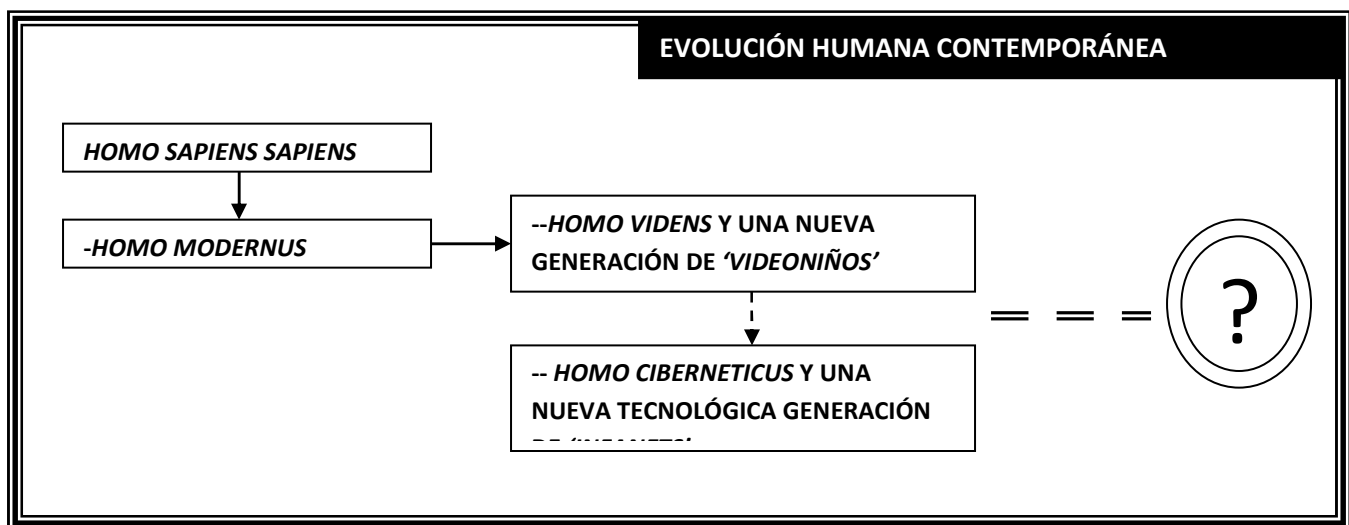
“Los autores subrayan y dan buena prueba de que sólo es cuestión de la fuerza de la imaginación para sentirse a gusto y bien servido por el paraíso electrónico que se avecina. El aspecto más valioso de esta obra es su asistencia en las posibilidades de poder usar y disfrutar de todas las ofertas públicas y privadas de interés cultural, científico, jurídico y financiero hasta el momento inalcanzables por falta de tiempo, complicados requisitos, etc...”

El ordenador será así el medio por excelencia para una auténtica democratización de la cultura y la justa redistribución de sus productos y valores”.³⁸⁶

Luego de diez años de la publicación de su libro, se ven materializadas las ideas de este par, y aún continúan haciéndose investigaciones sobre éste nuevo Multimedia y sus efectos sociales.

Y es que el Internet al igual que otros medios, representa **poder**; pero un poder que contiene el poder de todos los demás medios masivos y la capacidad de transformar la cultura del hombre, y hacer evolucionar las nuevas generaciones a partir de fusionarse o integrarse con las actividades diarias de los niños y jóvenes que miran su vida mediante una pantalla, sin salir en ocasiones a la calle para vivirla.

Con base en lo anterior y como conclusión, no está por demás afirmar que el ‘Homo Videns’ de Giovanni Sartori, predecesor del ‘Homo Sapiens Sapiens’; ya evolucionó al ‘Homo Ciberneticus’ o ‘Homo Interneticus’ (que propone en una primera dilucidación su servidor).



³⁸⁶³⁸⁶ Ibidem.



Esto claro, con una sociedad infantil de ‘*Videoniños*’ que han expandido sus posibilidades para convertirse en “*Infanets*”. Y todo ello, gracias a la comunicación electrónica, digital y cibernética.

No obstante, se dejan algunos interrogamientos abiertos: ¿qué deviene después del Internet...?, ¿la robótica virtual o la ciberrobótica real, ambas comandas por sistemas homólogos al internet?; ¿acaso ya alcanzó la humanidad sus máximas posibilidades tecnológicas o habrá algo realmente nuevo en el futuro, más allá de las meras combinaciones que en pleno 2007 existen?; y ¿qué clase de sociedad nos espera y nuevas generaciones nos traerán dichos acontecimientos? Cabe detenerse a reflexionar...³⁸⁷

³⁸⁷ Para ser sensato, en la opinión del que suscribe, la mejor conclusión la tiene usted mi estimado lector. Pues tan sólo deténgase a meditar los efectos a largo plazo de este nuevo medio masivamente globalizador (el Internet) y a pensar sobre todo aquello lo que pudiera acontecerse en el futuro tras dejar a Internet en el pasado.



CAPÍTULO 3: COMUNICOLOGÍA Y ESTUDIO DE CASO

3.1 HACIA UNA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

“LA METODOLOGÍA UTILIZADA PARA ESTUDIAR A LA COMUNICACIÓN es similar a la que se usa en la mayor parte de las áreas de investigación; las organizaciones encargadas de la investigación académica y comercial con frecuencia utilizan análisis de identificación y contenido, experimentos, grupos e enfoque y encuestas, entre otros procedimientos. Sin embargo, la investigación... debe orientarse a la aplicación práctica”.
-Roger Wimmer y Joseph Dominick.³⁸⁸

“La investigación, aplicación y experimentación de la comunicación con el uso de diversos medios y recursos, al igual que la Física en su momento, han aportado el material necesario para la formulación general de una Ciencia de la Comunicación que posea las características indispensables para su estructuración científica”.
-†Ángel Cruz.

Las funciones naturales y relaciones sociales evolucionan por medio de fenómenos que transforman tanto al mundo como a la humanidad. Cada sonido, cada recuerdo y cada imagen o; cada conversación, cada programa social y cada producción comercial; incluso cada gota de lluvia, rayo de sol y proceso de asimilación de nutrientes, son elementos trascendentales que lo modifican todo y van generando nuevos conocimientos y experiencias o moldeándole un nuevo significado al mundo.

Sin embargo ese nuevo significado sólo puede ser interpretado, social o naturalmente, por un fenómeno vital que todo el tiempo se encuentra en acción... es la comunicación.

De hecho hasta la ciencia, depende de la comunicación para comprender a la fenomenología que estudie en su línea de investigación en general, explicar cada objeto de estudio analizado, para dar a conocer lo descubierto y para darle un valor práctico dentro del progreso.

Es por dicha importancia del fenómeno de la comunicación (en especial dentro del ámbito social y humano), que se hace urgente la composición de una Comunicología en el campo de las Ciencias Sociales y Humanidades.

Esta Ciencia debe comprender de manera holística e **instrumental**: tanto al fenómeno, como a sus efectos; y tanto a su estudio, como a su técnica, en teoría y praxis. Y aunque el tema relacionado con el desarrollo de la investigación en la comunicación no es una cuestión reciente; el de la formulación de una Ciencia de la Comunicación empírico-analítica sí lo es.

³⁸⁸ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.13.



*“Los hombres no han esperado el advenimiento de la ciencia social para forjarse ideas acerca del derecho, la moral, la familia, el Estado y la sociedad misma; pues no podían prescindir de ellas para vivir, de igual manera, la comunicación ha estado presente en la vida del hombre, desde sus inicios aunque no sea vista como ciencia”.*³⁸⁹

A diferencia de la Comunicología que involucra una materia científica innovadora y poco explorada, el estudio de la comunicación es algo que lleva más de cincuenta años de cultivo y que apenas, está cosechando sus primeros frutos científicos.

No obstante, aún no se ha definido como ciencia, principalmente porque *“debido a que la comunicación es fundamental para todas las acciones del hombre... genera problemas en su delimitación”*³⁹⁰, y también en su sistematización.

Estos problemas pueden significar un impedimento tajante, o bien una serie de transiciones que la lleven a su ascenso científico; tal como ocurrió con el estudio de la sociedad en su momento, la Sociología (antes llamada “La filosofía de la Historia”).

Por otro lado, la Comunicología al igual que la Física, se enfrenta con otra serie de dificultades parecidas que tuvo en el pasado esta última Ciencia; en donde primero se realizaron y detectaron acciones prácticas y experimentales; para posteriormente, comenzarse a teorizar la misma y formularse dicha ciencia que involucraba los fenómenos naturales, casi cien años después.

Para sustentar esto, basta observar que primero se produjeron los ‘*mass media*’, campañas de publicidad y propaganda, crearse diversas estrategias comunicacionales en el sector comercial y usar a la comunicación como un instrumento global para el dominio público y control social; y después, comenzaron a salir investigaciones y teorías científicas sobre la comunicación y sus efectos; tales como las que escribieron los clásicos como McQuail, Moragas y McLuhan.

Con el paso de los años, en el campo técnico y práctico, la comunicación se reinventa cada día de muchas formas. Por ejemplo, a través de las Relaciones Públicas en las Empresas, mediante el uso Biomédico de aparatos que facilitan la comunicación en personas discapacitadas, con la potencialización tecnológica de herramientas que la globalizan como con el Internet; entre otras.

No obstante, en el campo de la teoría y la ciencia, su evolución ha sido menor y su progreso demasiado gradual y lento. Poco a poco se ha estudiado como repercute social y masivamente la comunicación, los efectos psicológicos individuales que ésta genera y hasta sobre los estereotipos que fomenta en las personas; pero ha sido aún menos lo que ha aportado tanta investigación a lo práctico.

Esto significa que, hoy en día la teoría que existe de la Comunicación genera más teoría y es mínimo lo que se genera hacia el mundo práctico y técnico. De poco sirve tanta bastedad teórica que produce más bastedad teórica sin resultados más efectivos que el de reciclar o actualizar la información ya existida, o peor, usarla únicamente de ‘*machote*’ para otros ‘*machotes*’.

³⁸⁹ *Op. Cit.* MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. P. 79.

³⁹⁰ *Op. Cit.* GALLARDO, Alejandro; 1995. P.2.



En tanto que, el sentido práctico de la comunicación (principalmente el que compete a los medios masivos de comunicación), sí ha colaborado todavía más en originar nueva teoría. Teoría que aún se pregunta: ¿hasta dónde conducirá u orientará a la humanidad la influencia de la comunicación masiva?

Es decir que, en tanto la experiencia comunicativa produce una abundancia de conocimientos nuevos, lo que se ha hecho a través de una Ciencia de la Comunicación (basada en la experiencia y el análisis crítico en un sentido más tangible), es un tanto paupérrimo; cuando se supone que la ciencia también sirve para generar instrumentalmente: el progreso.

Y esto se debe básicamente a que el tema de la Ciencia de la Comunicación aún está en discusión. A pesar de que muchos autores ya hablan sobre ella, su definición aún está inconclusa. Es por eso que es necesario su conceptualización, la exposición de sus funciones y la especificación de sus características; así como la sistematización de sus conocimientos o cuerpo científico y la creación de una taxonomía disciplinaria de la misma; es decir, es indispensable su estructuración científica.

Y aunque tal vez *“ninguna disciplina [por sí sola] podría abarcar el rango completo de interés académico en la información y la comunicación, ciertamente cualquier campo organizado... [más completo,] debe ser capaz... El campo se dedicaría a la comprensión más sistemática e integradora de un conjunto más amplio de fenómenos... constreñido y configurado por la información y la comunicación... que son al mismo tiempo cognitivos, culturales, conductuales y sociales”*³⁹¹.

De hecho es precisamente por lo que tiene lugar este trabajo, para ofrecer una propuesta de Ciencia de la Comunicación instrumental, predictiva y útil; unificada por varias disciplinas en un campo científico más organizado y holístico dentro de su estudio denominado: Comunicología; el cual pueda reunir los conocimientos ya habidos sobre este fenómeno, integrar nuevos elementos cognitivos y experimentales, correlacionar otros elementos teóricos y ciencias útiles (así como fenómenos, mecanismos, experiencias, etc.).

Esta ciencia debe ser veraz y sólida pero abierta en su visión, basada en el empirismo, la descripción, la crítica y la comprensión mediante el análisis. Con esto se busca expandir el conocimiento científico con el propósito de ampliar el número de sus aportaciones en la práctica, no sólo en la ciencia misma.

En este sentido, con base en Efraín Pérez Espino, habría que identificar tres elementos constitutivos de esta ciencia en general o de cada una de sus disciplinas en particular para la solución de sus problemas de investigación. Y dichos elementos cognitivos:

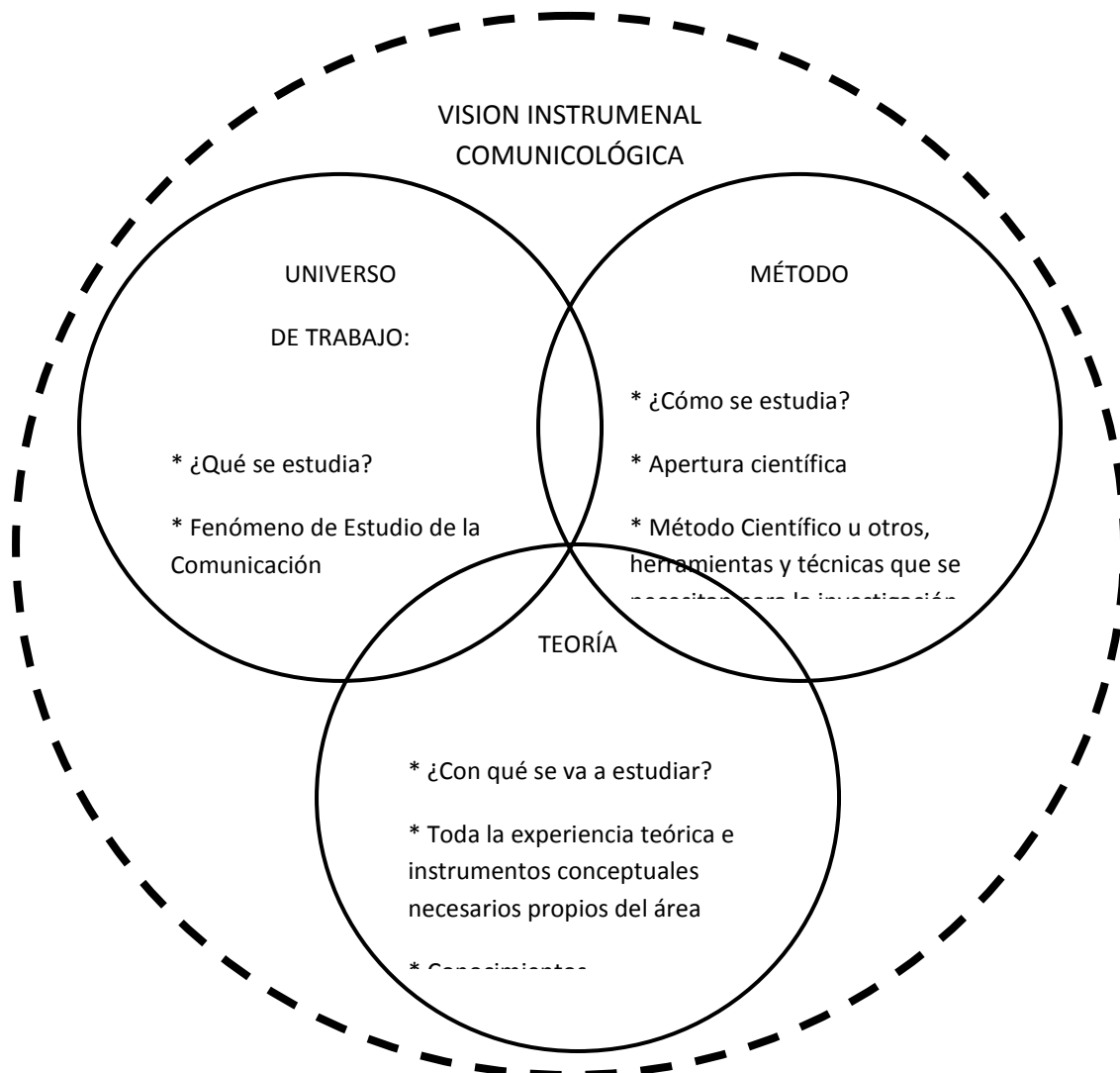
*“hay que enfatizarlo, se encuentran permanentemente interrelacionados se interdependientes entre sí pues conforman, en un conjunto invisible, su carácter y su esencia, así como la forma en la cual opera y realiza su tarea de acumular conocimiento de manera ordenada, metódica y sistemática”*³⁹².

³⁹¹ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 45-56.

³⁹² PÉREZ Espino, Efraín. *Guía para la elaboración de marco teórico*. México: DIF. Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, 2003. P. 11.



ELEMENTOS DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN³⁹³



También la visión comunicológica debe considerar la integración de nuevas visiones de otros autores o corrientes que se deriven en el futuro, y propuestas técnicas que vayan surgiendo; por razón de que hay que darle continuidad a su estudio según la época, aunque ello no significa que deje de apoyarse de los conocimientos e información que ya existe de otras épocas pasadas.

*“En fin, la invitación es a pensar juntos sobre la experiencia individual y colectiva del devenir del campo de la comunicación en estos más de cincuenta años de investigación, y aportar algo sobre lo que ha sucedido, sucede y sucederá según algún contexto de propósitos o azar”.*³⁹⁴

³⁹³ Basado en Lámina 1: Elementos de la Ciencia, de: *Ibidem*.

³⁹⁴ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 108.



Por otro rubro y antes de continuar cabe mencionar que debido a que este último capítulo es propositivo, es que se emplean menos recursos bibliográficos, documentales y de investigación; ya que el mismo es producto de las dos primeras partes.

3.1.1 NATURALEZA DE LA COMUNICOLOGÍA: CIENCIA Y COMUNICACIÓN

En principio, la naturaleza de la Comunicología debe ser abierta para que ésta se pueda desarrollar, evolucionar y expandir su conocimiento y experiencia teórica -perteneciente a las teorías- que ya tiene.

Empero y al mismo tiempo, la Ciencia de la Comunicación debe poseer una rigurosidad científica empírico-analítica y atenderse con la seriedad de las Ciencias Sociales y Humanidades, con la finalidad de poder fundar conceptos sólidos, investigar y solucionar casos específicos que la sustenten y así poder construir argumentos concretos que la avalen.

Esto afín de evitar con continuar cayendo en meras vaguedades sobre la misma o decenas de aproximaciones que, hasta hoy día, le han perjudicado en lugar de nutrirla.

Sin embargo, para construir una Ciencia de la Comunicación, se requiere definir su naturaleza más a fondo. Es decir, señalar que está hecha y esclarecer algunos puntos centrales para su estructuración. Y entre estos puntos centrales a aclarar se encuentra primeramente el hecho de replantear lo que es ciencia, y de forma secundaria, comunicación.

Si se recuerda, la Ciencia desde el punto de vista de Rojas Soriano, se puede definir como:

*“Es el conjunto de conocimientos obtenidos y comprobados a través de la práctica científica los cuales se organizan rigurosamente con base en un sistema y se expresan en principios, teorías y leyes, conceptos y métodos de investigación debidamente articularlos. Tales conocimientos sirven tanto para guiar la investigación científica como para describir, explicar y predecir las causas y consecuencias de los fenómenos”.*³⁹⁵

Y la Comunicación, desde el punto de vista de Maldonado:

*“consiste en el participar el conocimiento y la experiencia. Es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc.; mediante símbolos, palabras, imágenes, cifras, gráficos, etc. Es el acto de transmisión de mensajes y la transmisión de valores sociales”.*³⁹⁶

Aunque se puede concluir en lo particular que, la comunicación viene siendo el fenómeno dinámico de relación causal que se nutre de una retroalimentación obtenida del acto de comunicar y ser comunicado.

Esta fenomenología sucede entre dos factores: un comunicador y un comunicado, los cuales interactúan mediante un código común. Toda comunicación surge gracias a una intencionalidad que transmite el primero y que se va desarrollando constantemente con la comprensión del segundo.

³⁹⁵ *Op. Cit.* ROJAS Soriano, Raúl; 1989. P. 127.

³⁹⁶ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.13.



Más también se puede presentar el caso de que un sólo participante adquiera tanto el papel de comunicador, como de comunicado; y que, realice la función de los dos en esta retroalimentación personal (esto mediante una comunicación intrapersonal, en donde una persona interioriza su discurso como si fuera un soliloquio o monólogo, pensamiento o idea, recuerdo o emoción).

Durante el progreso de la comunicación ocurre una transducción y propagación de estímulos. Esto es, la transmisión de señales configuradas en un mensaje fundado gracias a un lenguaje compartido; y el cual, suele conducirse a través de uno o varios canales por vía de algún medio (rudimentario o avanzado).

La fenomenología comunicacional, tras originarse por la intención del comunicador, produce una gamma de acciones que generan diversos efectos en el comunicado y secuelas significativas en su experiencia y hasta sociedad o cultura.

Además, al momento de activarse la comunicación, pueden implicarse una serie de transformaciones y procesos naturales, superficiales y hasta tecnológicos propios de la comunicación. Tales pudieran estar relacionados con la misma o ser ajenos.

Y por último cabe distinguir a la comunicación como toda una fenomenología humana en movimiento, y cuyo movimiento puede convertirse en algo benéfico y funcional; ya que gracias al progreso humano y el instrumentalismo, ésta se ha convertido en una herramienta moderna de apoyo para la resolución de problemas y en una fuente de creatividad para concebir ideas.

Tal como lo es la estrategia empresarial conocida como: Comunicación en Casos de Crisis (CCC, o CSC: Comunicación en Situaciones de Crisis), dentro de la cual, la comunicación es el motor que sirve para hacer llover un basto número de ideas a fin de solucionar cualquier inconveniente, emergencia o hasta tomar decisiones.

Es por eso y con base en lo anterior, que se puede entender que la Comunicología (vocablo conformado del latín antiguo *communicatĭo -ōnis-* y de la voz griega *lōgus -λόγος-*, que significan comunicación y tratado respectivamente³⁹⁷): Es la ciencia instrumental pluridisciplinaria que estudia al fenómeno de la comunicación humana por principio y en sus múltiples formas, conceptos, sistemas, medios y técnicas. Esto lo hace en cooperación con otras disciplinas y la misma debe sustentar su ejercicio sobre bases teóricas y prácticas, con un enfoque empírico-analítico.

El análisis cognitivo de esta ciencia tiene que abarcar la **identificación** y el estudio de los elementos que integran en sí mismo al fenómeno, los orígenes de la comunicación humana, sus características, funciones, propósitos, formas y sistemas; así como las diferentes estructuras y tipologías que surjan de esta fenomenología.

³⁹⁷ Para mayor información consultar:
Op. Cit. GARCIA-Pelayo y Gross, Ramón; 1975. P. 476.



Asimismo, como parte de su objeto de estudio tienen que estar englobadas las relaciones, interacciones y significados que generen dicho fenómeno, las evoluciones que propicie en la cultura, sociedad y psicología del individuo, sus grados de influencia en la gente por vía de los *'mass media'*, sistemas, programas y otras técnicas o estrategias; etcétera.

Y la Comunicología, por razón de que *"la comunicación configura a la totalidad social"*³⁹⁸, también debe ayudar a resolver problemas sociales de diferente índole que partan de este fenómeno, empleando un enfoque basado en la experiencia, el análisis razonado y en su aplicación instrumental dentro de la teoría y la práctica profesional (ya sean, problemas grupales, académicos, intelectuales, de investigación, culturales, laborales, comerciales, gubernamentales y hasta económicos –como es el caso de la mercadotecnia-).

En general, esta propuesta de ciencia debe de integrarse a las Ciencias Sociales y Humanidades, y debe de ser interdisciplinaria para poder apoyarse de otras ciencias de su misma categoría; como es el caso de la antropología, sociología, historia, psicología, antropología, semiología e incluso economía.

A pesar de que la Comunicología es un estudio del cual ya han mencionado algunos investigadores como Eulalio Ferrer, la misma aún no se ha tratado con claridad ni solidez científica; y esto ha sido básicamente a que admite dos perspectivas por parte de quienes la estudian.

Por un lado, algunos la reconocen como una ciencia posible que sólo le falta ser conceptualizada y ordenar sistemáticamente sus conocimientos; y por otro, otros que la desconocen como ciencia por ser, en resumen, una fenomenología formal o cuestión referente a las formas ideales.

No obstante, como ya se fundamentó en la primera parte, donde se habla de la ciencia y el estudio lógico que ésta implica; las formas ideales también pueden ser estudiadas científicamente. Es por eso que, teniendo como sustento este trabajo, dicho argumento es obsoleto y todas sus bases pueden ser refutadas y rechazadas como impedimento para que la Comunicología se comience a desarrollar.

Hoy en día se sabe a ciencia cierta que, no sólo lo factual puede ser tratado científicamente (por ejemplo: los fenómenos físicos como la lluvia); sino que también lo formal puede integrarse en una ciencia (tal como es el caso de las ecuaciones en las matemáticas y o el raciocinio dentro de la lógica).

Además en este sentido, la comunicación en la actualidad ya puede ser tangible (con el uso de los medios de comunicación masiva, la muestra de propaganda y publicidad, la comunicación gráfica, etc.), se puede registrar o medir (a través de estudios de opinión, investigaciones de mercado, sondeos y dinámicas organizacionales, entre otras), y hasta planificar (por conducto de estrategias de comunicación en las empresas, programas de información en el gobierno, ciclos y exposiciones culturales, por mencionar algunas formas).

Es decir, dentro de nuestro mundo moderno, la comunicación es tan factual (como podría ser el caso de la influencia palpable y visible de la publicidad comercial sobre la generación de estereotipos en la

³⁹⁸ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 273.



sociedad), como formal (como en el caso de la comunicación interpersonal que ocurre cuando dos personas conversan sobre los resultados de fútbol del fin de semana).

En sustancia y a título personal se considera que la comunicación ya puede ser estudiada científicamente como forma ideal (por el fenómeno intangible en sí), y como un fenómeno real y fáctico (por los ‘mass media’, las organizaciones...).

Pero no basta con que sea una ciencia empírica, conceptual, analítica, teórico-práctica, **instrumental** y metodológica. No, y esto es debido a que esta ciencia ya cuenta con las posibilidades, el conocimiento y la experiencia para que todo su bagaje teórico, análisis y metodología; sean capaces de ser generar constantemente, cuestiones más avanzadas en la práctica, complejas en la investigación y útiles en la técnica; tal como ya se ha hecho en los casos de:

1) La predicción de situaciones a futuro (ya sea en futurables al saber que dos niños de la misma edad e intereses similares se relacionarán mejor que un adulto y un niño; o bien, futuribles al pronosticar que el ‘rating’ de un programa pudiera aumentar si se presenta algún cantante famoso).

2) La creación de propuestas eficientes (tanto en el campo de lo pedagógico con el empleo de las dinámicas de enseñanza por medio de juegos, como en el de lo comercial con la introducción del Benchmarking).

3) La generación de nuevas técnicas y avances tecnológicos (que vayan desde la realización de encuestas estratégicas, con el objetivo de generar nuevas técnicas de comunicación que mejoren la interacción laboral entre los trabajadores de una empresa; hasta la fusión de varios medios de comunicación en un multimedia masivo, con la finalidad de obtener una comunicación más completa y eficiente; tal como es el caso del celular y toda la gama de servicios multimedia que ofrece).

Muchos comunicólogos ya han hecho importantes investigaciones en comunicación; es decir que, de un tiempo atrás ya se ha hecho Ciencia de la Comunicación; eso es un hecho. Lo único que distingue a este trabajo del resto, es que éste se trata de un planteamiento científico sólidamente consciente que se jacta de ser un estudio de Comunicación, el cual posee toda la intención de ofrecer una propuesta concreta y clara de Comunicología, con base en una postura comunicológica (no sociológico, no psicológico, no antropológico).

*“Hay que aceptar pues, como hipótesis, que la ciencia que se pretende estudiar (en este caso, la Comunicación), tiene, al menos, ciertos caracteres que hagan que se le llame ‘ciencia’; y a investigar en seguida si los caracteres generales corrientemente reconocidos son pertinentes y controlables. Las investigaciones deben ser críticas, pero es necesario admitir por principio que la ciencia existe”.*³⁹⁹

Los científicos de la comunicación, es necesario que entiendan, que la Comunicología debe tener su propio lugar preponderante entre las Ciencias Sociales y Humanidades (CSH), al estudiar un fenómeno que









³⁹⁹ Op. Cit. MARDONES, J.M. y; URSUA, N.; 2003. P. 135.



desata muchos de los cambios personales, sociales y transiciones culturales que estudian la psicología, sociología y antropología por ejemplo.

Además, no se debe confundir esta ciencia como una simple área que se halla al servicio de las demás CSH, aunque dependa en cierta medida de sus conceptos, metodologías y formas de análisis; ya que esa situación, es una cuestión normal en los parámetros de cualquier ciencia; por razón de que inclusive la Ciencia Política se interrelaciona con otras disciplinas e incluso emplea las técnicas y recursos hasta de la Filosofía para sus análisis, propios de la Filosofía Política; por citar un ejemplo.

Y aún cuando la Comunicología puede y tiene que abarcar tópicos relacionados con otras áreas de las CSH en algunas ocasiones, hoy en día las investigaciones de la Ciencia de la Comunicación deben integrar temas concretos, propios de la comunicación y con su propia postura, como:

-  Las relaciones entre las personas en sus diferentes niveles comunicacionales afín de mejorar su convivencia.
-  Los estudios sobre la influencia de los *'mass media'* y el grado de afectación cultural en la evolución antropomórfica de la sociedad; para pronosticar como será dicho grupo en unos años o establecer propuestas a través de programas para incrementar los valores sociales y de solidaridad entre la gente.
-  Los cambios benéfico y perjudiciales que puede producir en una persona (como es el envío de mensajes masivos al otro lado del mundo por vía del correo electrónico y el insomnio ocasionado por *'chatear'* continuamente hasta altas horas de la madrugada en una persona, respectivamente); ello con la finalidad de conocer como restaurar los daños y revertir dichas consecuencias.
-  El análisis y monitoreo de las campañas electorales y las elecciones para conocer al contrincante y resolver el problema de vencerlo.
-  Monitoreos periodísticos cuyo propósito es conocer la tendencia de un diario y saber como crear un periódico más objetivo o que siga la misma línea (política, quizá).
-  Las regulaciones de los medios (como el internet, que hasta la fecha carece de jurisdicción).
-  Los estudios de caso de la violencia en las caricaturas para obtener: una identificación de elementos comunicacionales que las animaciones contengan, problematizar la agresión que éstos reflejan a la par de su influencia en los niños y pronosticar cuales serán los efectos que tendrán éstas sobre dichos infantes. Y consecuentemente, proponer un programa quizá educativo, atractivo y sin necesidad de recurrir a la sangre ni a lo bélico.
-  Las estructuras ligadas a la comunicación en las organizaciones; como es el caso del *'corazón ideológico'*.



Etcétera.

Ahora bien, la comunicología en el ámbito teórico también debe estar capacitada instrumentalmente para emprender el camino hacia la estipulación de teorías y hasta la instauración de leyes y tratados con los que se entienda mejor a la comunicación; así como de una imaginación científica soportada en la experiencia y en los análisis de casos, la cual conduzca a la creación de metodologías innovadoras de comunicación y estructuras factibles con el mismo enfoque. |

Un estudio como este debe de respaldarse en conceptos que puedan ser identificados, analizados y consolidados a través de las investigaciones y experimentos que se hagan sobre los mismos; con el propósito de incrementar su autenticidad. Y aunque la ciencia de inicio es una cuestión teórica, ésta casi siempre se resuelve en cuestiones técnicas y conlleva al ejercicio de sus conocimientos en la praxis. Sin embargo, lo cognitivo y la experiencia en la Ciencia de la Comunicación actual parece tener una divergencia como si fuesen opuestas, cuando una con otra se debe complementar.

Lo que significa que los trabajos científicos en comunicación deben incluir una propuesta práctica que sirva como instrumento para las diferentes áreas de trabajo y el mejoramiento de las condiciones humanas; ya sea un estudio de caso, un proyecto de Relaciones Públicas, una campaña, una dinámica de educación con uso de la comunicación, etcétera; tal como se hace en los trabajos de otras ciencias.

Muchos de los documentos científicos en comunicación ya incluyen una propuesta de *'praxis'* al final de su redacción teórica, pero la Comunicología debe dar paso a que en cada trabajo, haya un ejercicio teórico que pueda realizarse en la actividad profesional.

Y la consumación de ello sólo será posible cuando los comunicadores se interesen por las bases cognitivas (es decir, que se informen y conozcan sobre lo que hacen de una manera analítica y crítica), y cuando los comunicólogos aprendan a que la materia experiencial (basada en la experiencia de teorías que ya existen y lo experimental a fin de ensayar lo que pudiera practicarse más eficientemente), es sumamente necesaria para desarrollar una Comunicología más positiva y veraz.

Y es que, por parte de la academia, en ocasiones su información suele no ser muy actualizada por las constantes revoluciones tecnológicas de los *'media'* o las nuevas técnicas que van surgiendo en comunicación dentro del campo laboral; ya sea en los mismos medios, organizaciones, agencias de publicidad, departamentos de RRPP, corporativos en investigación de mercado, etcétera.

Además, esta falta de acercamiento con la realidad profesional en las aulas también provoca un desgaste científico, ya que una gran mayoría de los comunicólogos sólo miran a los medios como empresas de retribución económica a futuro que les darán trabajo a los estudiantes o en donde podrán desempeñar sus prácticas; pero no como sectores de donde podrán obtener una gran experiencia para forjar futuras generaciones mejor preparadas, ni como nichos donde podrán ejercer de un modo más práctico su capacidad de crítica y de análisis comunicológico.

Sobre este mal mediático, Jesús Galindo nos platica lo siguiente:

“Las escuelas de comunicación los miran [a los medios de comunicación] como prácticas profesionales y mercado de trabajo para sus estudiantes. La investigación



sobre las prácticas en particular no ha tenido ningún avance importante, los profesionales imaginan en buena parte lo que ahí sucede, o ensayan con la infraestructura a su mano, o pasan de su vida profesional a la docencia sin muchos elementos a la mano para educar.

*Lo que más importa a las escuelas tiene una dimensión de pobreza evidente, los medios adoptan a los egresados más por su entusiasmo y habilidad particulares que por su formación en la universidad. El panorama es académicamente desalentador. Se queda en la crítica y el análisis”.*⁴⁰⁰

En síntesis, esto significa que, el día en que se fusione el complejo de estas dos perspectivas de la Comunicación, ésta será tan fidedigna e irrefutable como la medicina, en donde los Doctores (o Médicos) dependen de los conocimientos y de la experiencia al mismo tiempo, para ejercer e incluso especializarse en su trabajo.

Comunicadores y comunicólogos teóricos no deben estar vendidos a una sola vertiente ni peleados con la otra. Puesto que en la medicina no existe un ‘*medicólogo*’ y un ‘*medicador*’ aparte o ajenos uno del otro, en la Comunicación debe de comenzar a construirse un especialista completo y universal que podría denominarse de inicio como comunicadólogo (Cuestión a plantear más adelante).

Por otro lado cabe destacar que lo anterior no debe confundirse como una especie de filosofía comunicológica; es decir, una ciencia preocupada por la forma de alcanzar y mantener objetivos ideales sobre lo que debiera de ser o debiera de tener la Comunicología. No.

Se inicia de esta forma, exclusivamente, debido a que existe muy poca información sobre el tema y aportaciones someras hasta la fecha en torno a la misma.

Científicamente, sustentándose en conocimientos teóricos o de investigación experimental, con una inclinación instrumental y un enfoque empírico-analítico sobre el tema, por algo se debe de comenzar. Por una propuesta quizá.

Una aportación que establezcan como debe ser el estudio y desarrollo de la Comunicología, sus elementos, conceptos, características y carácter (abierto pero veraz), taxonomía (la cual unifique todas las ramas que su estudio pluridisciplinario genere), funciones y los objetivos científico-tecnológicos que le competen perseguir y la estructuración apropiada de todos sus elementos (o aquella sistematización de sus conocimientos y experiencias) que tendría que integrar y ordenar en sí para fundarse con base en el significado de lo que es ciencia.

Esto es, un estudio crítico de la comunicación con base en la ciencia.

Y aunque este estudio tiene que tratar lo que es, con el objetivo de pronosticar y proponer lo que debe ser o hacerse, ello tampoco implica que dicha ciencia no esté exenta de poseer rasgos de idoneidad o cuestiones utópicas; especialmente porque toda investigación es subjetiva y conllevan en sus

⁴⁰⁰ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 101.



conocimientos, por más neutral que fuera la intención, un poco de dichas características al estar escrito por un autor o sujeto.

Sin embargo, cabe apuntar que esto no implica que tales consideraciones ideales no dejen de ser claras o desistan de hacerse lo más profesionalmente posible.

3.1.2 CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DE LA COMUNICOLOGÍA

Gracias al desarrollo tecnológico y el auto-desarrollo de la fuerza trabajadora, la gente ya no tiene confianza en las cosas, sino en los símbolos; los departamentos industriales se encargan de crear mensajes que cuenten historias laborales.

La industria se ha vuelto casi igual que la competencia, y es difícil diferenciar una marca con otra, ya que son prácticamente lo mismo al hacer promesas similares. Ya no es tan importante el producto en sí, sino el hecho de “hablar” con el comprador y manipular los símbolos en lugar de las máquinas para mejorar la calidad del producto.

En la política, para ganar más adeptos, se utiliza a la comunicación; debido a las revoluciones tecnológicas e inclusive filosóficas del siglo XX. Este intento del hombre por alterar los mensajes de comunicación para adaptarlos a ciertos fines (políticos, comerciales, etcétera), es realmente para manipular y tratar de tener cierto control de la conducta humana como receptores.

Esta situación instrumentista, ha permitido que nuevos oficios y técnicas de comunicación emerjan; y el estudio de dicha situación y evolución, es en principio, parte de la función de la comunicología; y punto de partida del análisis del divulgador científico de la comunicación.

La comunicología partiendo del Método Científico, debe contener una guía para su investigación más especializada con criterios y técnicas específicas particulares de la misma. No obstante, tiene que ser más abierto, crítico y diverso su abordaje; con la finalidad de que se pueda retroalimentar, evolucionar y desarrollar.

La rigurosidad es una limitante que se puede mantener para brindarle mayor soporte en la veracidad y experimentación, más no como un principio; por razón de que esta fenomenología a nivel personal o social suele ser variable o un detonante de múltiples variaciones en las costumbres culturales y valores individuales.

Aristóteles por su parte, tocó el tema de los propósitos y función de la comunicación. Él decía que la comunicación retórica era la búsqueda de “*todos los medios de persuasión a nuestro alcance*”, hablando de persuasión como el núcleo principal de la comunicación, y como aquel instrumento útil para tratar de convencer a las personas de un punto de vista.

En este caso, algunos de los fracasos de la comunicación son por **falta de eficiencia de la fuente**, que es cuando el comunicador o la fuente misma generan mal lo que se le quiere dar a entender; o por la **interpretación errónea del mensaje**, que es cuando el receptor interpreta mal el mensaje.



El humano para expresar sus ideas usa como código el lenguaje, pero éste es tan sólo una opción, por razón de que existen distintas clases de comunicación.

Ante esto, para Ruesch y Bateson la comunicación se puede dar por varios medios:

“la comunicación consigo mismo, por medio de acción, por medio de la palabra impresa, química, por medio del tacto, mediante un símbolo visual, de la cultura material, por medio de imágenes”.

Más, aunque la comunicación puede presentarse de diferentes formas, es un hecho que en todos sus tipos debe converger, según Berlo, en que:

“La comunicación no debe ser contradictoria lógicamente, ni lógicamente inconsistente consigo mismo. Ésta debe estar centrada en la conducta, lo suficientemente específica como para permitirnos relacionarla con el comportamiento comunicativo real y compatible con las formas en que se comunica la gente.”⁴⁰¹

La conducta dentro de la comunicación muchas veces es un hábito, y en una gran cantidad de ocasiones provoca que la comunicación sea ineficaz; ya que, si todo se hace mecánicamente, el **propósito** de la comunicación no es claro.

En ocasiones hay formas y caminos mejores de comunicarse a los que ya se conocen o se está acostumbrado, pero no se aplican o toman en consideración cuando se cae en el error de lo habitual y en las actitudes mecánicas a las que se están acostumbrados al interactuar unos con otros.

Y, es en sí, aquí donde el problema reside; por razón de que existen diferentes formas de conducta y patrones de comportamientos (mecanizados de alguna forma), dependiendo la cultura y el lenguaje que utilice para comunicarse⁴⁰².

⁴⁰¹ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 2004. Pp. 8 y 9.

⁴⁰² Con el lenguaje, que es exclusivo del hombre se pueden distinguir los rasgos sociales que tiene la persona que los está utilizando, tales como: su religión, creencias políticas, costumbres sociales y otros que en conjunto puede entenderse en voz de August Schleicher, como el sistema lingüístico. Schleicher pensaba que la lingüística era una ciencia biológica, esto fue desechado. Actualmente se sabe que la lingüística tiene dos ramas: **la descriptivas y la histórica**; la primera estudia las lenguas usadas en una comunidad concentrándose en la comunidad de una época solamente, mientras que segunda, se trata de aquella rama que estudia los cambios de lenguaje que puedan ocurrir dentro de esa misma comunidad a través del tiempo. Las lenguas han evolucionado y cambiado a través del tiempo por conquistas y la mezcla de culturas que ha ocurrido en diferentes partes del mundo. Las encuestas, con el apoyo de la estadística y otras ramas de las matemáticas que son utilizadas en los exámenes de mediciones de inteligencia y del comportamiento, son el método cualitativo que miden las características psicológicas, antropológicas y particularmente lingüísticas que pueda tener cierto grupo o determinadas personas de manera individual. De esta forma, las investigaciones lingüísticas realizadas a través de las mediciones y encuestas, se preocupan por todas las características que surjan de cada uno de los individuos, de sus sociedades culturales y la estructura de sus relaciones dentro de dicho grupo.



Con esto se puede entender que, para que la comunicación sea más eficiente en su función, debe de ampliar sus horizontes e innovar sus técnicas empleadas para cumplir sus diferentes propósitos, según sea el caso.

Dentro del propósito de la comunicación se pueden observar ciertos componentes: emisor, receptor y mensaje. La pregunta es, cuando el emisor envía un mensaje: ¿a quién está dirigido?

Muchas veces uno se comunica con uno mismo para tan sólo afectar a sí mismo. Otras ocasiones el comunicador intenta influir en las respuestas de una persona en particular, empero, a veces afecta a las personas de manera diferente o el mensaje llega a personas a quienes no estaba dirigido.

El receptor, por su parte, es criticado en ocasiones por no haber logrado con éxito su propósito; no obstante, un crítico no puede hacer este juicio sin saber cual es el verdadero propósito del comunicador.

“El propósito y el público o auditorio no son separables... Toda conducta de comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta, incluso planeada, por parte de una determinada persona (o grupo de personas)”.⁴⁰³

En la visión de David K. Berlo, cuando ocurre un fenómeno de comunicación, hay que comprender que existen dos tipos de respuestas en el propósito del fenómeno mismo: aquella respuesta que se espera por la persona a quien se dirige el mensaje; y aquella que espera la persona que la recibe.

En este sentido, los receptores no siempre responden al **propósito** de la fuente; cuando esto ocurre, los propósitos de la comunicación y del receptor usualmente son diferentes; y se dice que hay “una interrupción de la comunicación”⁴⁰⁴.

Por otra parte, una característica más que debe seguir conteniendo la Ciencia de lo comunicacional es el sustento de bases conceptuales como las que plasman muchos autores y entre los tantos se puede destacar a Fiske, John en su libro “*Introducción al estudio de la Comunicación*”⁴⁰⁵; soportes teóricos como los que redacta el Maestro Denis McQuail en su obra: “*Introducción a las Teorías de la Comunicación de Masas*”⁴⁰⁶; guías metodológicas específicas como la que proponen Roger Wimmer y Joseph Dominik en su “*Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación*”⁴⁰⁷; documentación apropiada del tema, tal como la que está resuelta en “*Comunicación y Sistemas de Comunicación*”⁴⁰⁸; técnicas prácticas, tales como se ven traducidas en “*Técnicas para el Aprendizaje Grupal*”⁴⁰⁹; y aplicaciones relevantes, entre las que se pueden vislumbrar un gran número de trabajos como: “*El lenguaje de los gestos. Cómo captar lo que no se dice en una negociación*”⁴¹⁰, “*Diseño para una Comunicación Persuasiva*”⁴¹¹ y “*Cómo se vende un Presidente*”⁴¹²; así como estudios que ligen

⁴⁰³ *Op. Cit.* BERLO, David K. P.14

⁴⁰⁴ *Ibidem.*

⁴⁰⁵ FISKE, John. *Introducción al estudio de la Comunicación*. Colombia: Editorial Norma, 1979. 186p.

⁴⁰⁶ *Op. Cit.* MCQUAIL, Denis; 1993. 452p.

⁴⁰⁷ *Op. Cit.* WIMMER, Roger y; Dominik, Joseph; 2001. P. 500p.

⁴⁰⁸ THAYER, Lee. *Comunicación y Sistemas de Comunicación*. España: Editorial Península. Serie Universitaria. 1975. 213p.

⁴⁰⁹ CHEHAYBAR Y KURI, Edith. *Técnicas para el aprendizaje grupal*. México: UNAM-CISE, 1983. 211p.

⁴¹⁰ NEIRENBERG, Gerard y; Calero, Henry H. “*El lenguaje de los gestos. Cómo captar lo que no se dice en una negociación*”. Barcelona: Editorial Hispano Europa, 1976. 129p.

⁴¹¹ LERBINGER, Otto. *Diseño para una Comunicación Persuasiva*. México: Ediciones el Manual Moderno, 1979. 189p.

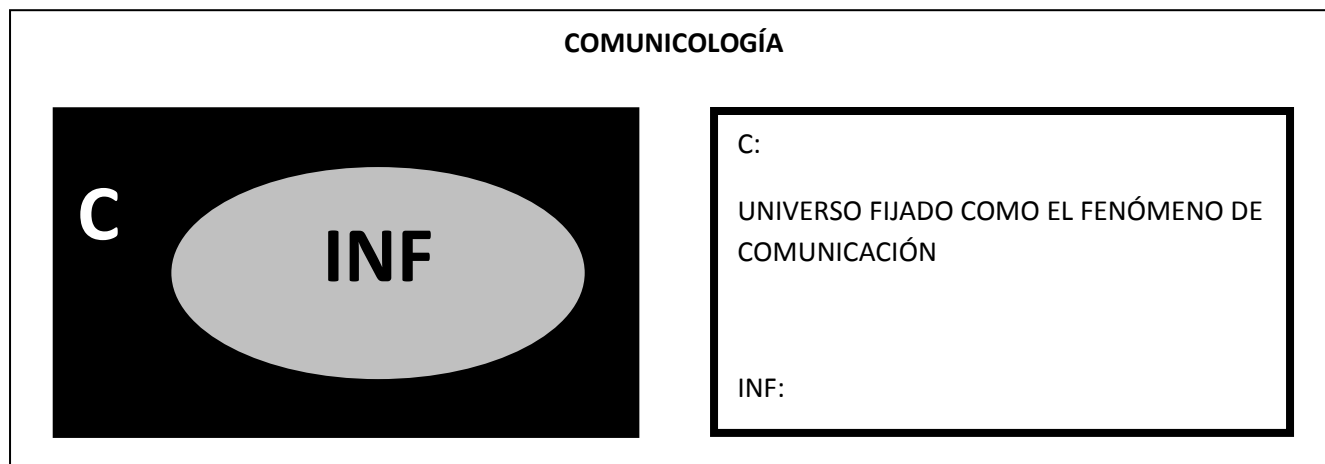


otras disciplinas para nutrir sus conocimientos, tal como lo hace Miller en “*Psicología de la Comunicación*”⁴¹³, el Doctor Acosta Montero en “*Periodismo y Literatura*”⁴¹⁴, o el inglés Smith Alfred G. en “*Comunicación y Cultura 1 y 2*”⁴¹⁵; y principalmente, debe tener un sólido fundamento en las Ciencias Sociales para su desarrollo.

Al incorporar esta última cuestión, es inherente la necesidad de abordar análisis e interpretaciones críticas sobre el significado de la Ciencia, Lógica y Ciencias Sociales y Humanidades; de hecho fue por esta razón que del primer capítulo de este trabajo, dichos temas fueron estudiados.

La Ciencia de la Comunicación, entre sus particularidades, debe integrar al estudio de la información como parte de su cuerpo.

Sin embargo, no la debe confundir con la comunicación; ya que la información vendría siendo sólo parte del objeto de su objeto de estudio, o bien: la información representa tan sólo un subconjunto del ‘*universo comunicación*’ de la Comunicología.



Esta urgencia se reitera sustancialmente porque la comunicación aún se ha visto envuelta en un mar de confusiones con la información. Inclusive en ocasiones es analogada y delimitada únicamente con el papel desempeña la información a través de los medios de comunicación, cuando la comunicación va más allá de medios informacionales.

Es por ello que a continuación, considerando un margen crítico, empírico y analítico; se proponen algunas funciones iniciales específicas para el estudio de la comunicación (desde una visión particular, como con el apoyo de la visión de algunos autores),

ALGUNAS PROPUESTAS DE FUNCIONES DE LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN

⁴¹² MCGINNISS, Joe. *Cómo se vende un Presidente*. Barcelona: Ediciones de Bolsillo, 1970. 87p.

⁴¹³ MILLER, George. *Psicología de la Comunicación*. Buenos Aires, EUDEBA, 1970. 319p.

⁴¹⁴ ACOSTA Montero, José. *Periodismo y Literatura*. Madrid: Editorial Omega, S.A., 1973.

⁴¹⁵ SMITH, Alfred G. *Comunicación y Cultura. 1. La Teoría de la Comunicación Humana; y 2. Sintáctica*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1977. 449p.



- ✍ Determinar en los estudios de caso, si en realidad existe un fenómeno comunicativo.
- ✍ Fijar que tipo de comunicación implica la situación estudiada y si involucra más de una tipología o nivel de comunicación.
- ✍ Categorizar los elementos de la cual se compone la situación a analizar.
- ✍ *“Determinar la cantidad de información que puede contener un flujo de mensajes, La posibilidad de este cálculo se establece a partir de la relación entre el número de señales distintas efectivamente conducidas en el mensaje, y el número total de señales distintas de que se dispone para transmitirlo en la fuente. Dicho en otro modo, se trata de calcular la previsibilidad de señales”⁴¹⁶.*
- ✍ Determinar si existen ruidos que impidan, inhiban o reduzcan el grado de comunicación entre los participantes.
- ✍ *“Determinar la forma de codificación, es decir, de organización de secuencias de señales, que permite con mayor simplicidad discriminar sin ambigüedad mayor variedad de mensajes”⁴¹⁷.*
- ✍ Dar a conocer si existen canales o redes de comunicación alternativas, por la que pudo o pueda circular la información y desarrollarse la comunicación de manera eficiente
- ✍ *“Determinar los efectos de la comunicación y efectos que sobre la decodificación (es decir, la identificación correcta de las señales empleadas y de su secuencia) puede producir las perturbaciones introducidas en el transporte de la información. Éstas perturbaciones pueden generarse por la falta de capacidad de los canales y medios, o por la apertura tan extensa de los mismos que permita la introducción de señales externas al mensaje, como pueden ser los inhibidores conocidos como ruidos”⁴¹⁸.*
- ✍ Reducir al mínimo *“los riesgos de la distorsión de la comunicación y el ruido en la transmisión”* para que pueda tener la kinética adecuada en su progreso, *“en donde el movimiento represente toda acción y parte de su significado, como por ejemplo, el hecho de agitar el puño, movimiento que revela una agresión o ataque físico”⁴¹⁹.*
- ✍ Relacionar a la comunicación con diversos temas, problemas sociales y programas convencionales de otros estudios y disciplinas para fomentar un interaccionismo científico y así alimentar a la Comunicología desde lo particular a lo general; como lo son: la violencia en cine, la afectación psicológica y física en las personas por los estereotipos publicitarios mostrados en los ‘*mass media*’ (como la anorexia), etcétera.

Conjuntamente, este campo científico, tiene que acotar de modo separado la cuestión metafísica y parapsicológica de la comunicación; ello para consolidar su materia informal dentro de una área específica. Las cuestiones ideales de la comunicación ya no tienen por que inhibir su estudio formal y crear confusiones, no; sino que se tienen que unificar en cuestiones lógicas pero delimitadas.

De igual manera, esta ciencia debe enfocarse al marco histórico de la comunicación (lo que involucra al trabajo antropológicos y aspectos conexos que lo involucren). Esto, partiendo ampliamente de

⁴¹⁶ *Op. Cit.* DE LA MORA Medina, José; 2001. P. 78.

⁴¹⁷ *Ibidem.*

⁴¹⁸ *Ibidem.*

⁴¹⁹ *Ibid.*, p. 54.



la evolución histórica del fenómeno, la interacción del mismo y sus relaciones simbólicas desde sus orígenes hasta la actualidad; dentro del rubro social y natural (donde tal aptitud de acción e interacción humana se ha desligado de su causa de principio y ha adoptado formas y matices institucionalizados, mediados, digitalizados, virtualizados, entre otros).

Al mismo tiempo, dentro del estudio de lo comunicacional se deben de proponer escenarios de lo que podría ocurrir en **futurables** (futuros posibles) y de lo que va a ocurrir en **futuribles** (futuros seguros). Dicha característica, a título personal, es de suma importancia por razón de que la **predicción** será en gran medida lo que a futuro refuerce el cuerpo de la Comunicología.

Y para fundar estas características es necesario brindarle una taxonomía para asegurar la delimitación apropiada del estudio de la comunicación en sus diferentes formas, estructuras y sistemas; en donde dicha clasificación deberá ser gradual, progresiva y cuyas diferentes disciplinas puedan interaccionar entre ellas para perfeccionar sus investigaciones (tal como la hacen otras ciencias como la antropología, gramática, lingüística, sociología, medicina, biología, musicología, etc.).

No obstante, su tipología debe de evolucionar y sobrepasar la división clásica que se le ha hecho a su estudio, donde tan sólo existen dos vertientes: *“todo lo que tiene que ver directamente con los medios y lo que no”*⁴²⁰.

Dicha revolución debe ocurrir porque hoy día el campo de acción de la comunicación es más amplio que en el pasado, es decir que va más allá de los medios⁴²¹ y del simple fenómeno en sí. Su campo de acción actual, compete a las coordinaciones de comunicación en la política, a la propaganda, a las RRPP, a la antropología del consumo, a la historia de la comunicación y hasta a las empresas privadas que requieren de la comunicación organizacional para mejorar su imagen pública frente a los consumidores o su rentabilidad con la mercadotecnia; esto por citar tan sólo algunos ejemplos.

Y como su campo de acción es más amplio que antes, por tanto, su estudio científico también debe serlo.

La comunicación, por su progreso y la complejidad del fenómeno mismo, debe abrir la posibilidad para amplificar las fronteras de la tipología de su estudio y las disciplinas que la traten; al igual que ocurrió con otras ciencias, donde solieron surgir nuevas áreas como en la medicina (con la inmunología, la otorrinolaringología, la bacteriología...), en la física (con la física cuántica, la nuclear, la magnética...) o en la primera ciencia social (con la sociología o la ciencia política).

En el desarrollo de esta tipología, no se propone una división que distribuya a la comunicación o su tratamiento; tampoco se procura el buscar establecer la construcción de barreras de discriminación que

⁴²⁰ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús; 1995. P. 100.

⁴²¹ Y no es que se le esté restando importancia al estudio de los ‘media’, sino que hay que advertir que tanto la investigación de la comunicación, como sus aplicaciones, sobrepasan lo mediático; además de que *“su configuración cada vez pertenece más a la noción de la cultura general”* (*Ibidem*), y en cierta medida el fenómeno de la información mediática es menos complejo y puede llegar a tratarse como la parte opuesta de la comunicación; por motivo de que en algunas ocasiones, en voz de Jesús Galindo: *“La cultura de la comunicación es la contraparte de la cultura de la información, ya que la primera incluye a la democracia y a la ética, al diálogo y al sentido de comunidad abierta, a la comunidad colectiva alimentada de la interacción de los individuos”* (*Ibid.*, p. 105).



separen al fenómeno de sí⁴²², no; sino que se procurará marcar escalones de estudio para que su estudio pueda evolucionar, teorizarse, cientifzarse, crecer y adaptársele en el futuro nuevas ramas posibles y revoluciones de la Ciencia de la Comunicación. Esto tal como lo apunta Denis McQuail:

*“La Ciencia de la Comunicación trata de comprender la producción, el procesamiento y los efectos de sistemas de símbolos y señales mediante el desarrollo de teorías comprobables que contienen generalizaciones legítimas que a su vez explican fenómenos asociados con la producción, el procesamiento y los efectos”.*⁴²³

Asimismo, tanto esta clasificación por disciplinas, como la Comunicología en general; tienen que revelar una ciencia abierta al diálogo y la discusión de los casos que se presenten para afinar sus conocimientos, investigaciones a desarrollar y técnicas a innovar.

Y para que eso *“pueda ser configurado... también hace falta un impulso de energía creativa, un acto amoroso, un enamoramiento con la posibilidad de la comunicación. No suena muy académico pero lo académico sin pasión se muere antes de ser reconsiderar su falta de iniciativa y su deseo imaginativo de construcción”*⁴²⁴.

3.1.3 TAXONOMÍA CIENTÍFICA DE LA COMUNICOLOGÍA

Hasta el momento la comunicología no ha tenido una clasificación científica o una ramificación. Para que esto ocurra, el estudio de la ciencia de la comunicación requiere de un *“orden y progresión [para] energizar el campo”*⁴²⁵, tal cual se habló en la introducción. Una especie de *‘jerarquización progresiva’* (*“Jerarquización sucesiva comunicacional”*)⁴²⁶; la cual avance por niveles y complejidad; y no por su grado de importancia.

Y la propuesta radica en que dicha organización comience por una disciplina que estudie el fenómeno como tal, para continuar con otra que se dedique a las transformaciones históricas y antropológicas del mismo fenómeno.

Ya partiendo de estas dos disciplinas base, se hace necesaria una que se dedique al tratamiento de los medios masivos (efectos, influencias y consecuencias) y otra que se enfoque específicamente a la comunicación organizacional (en la cual su investigación pueda, por ejemplo: formular nuevas estrategias

⁴²² Lo que se quiere decir es que no se busca la mutilación y disociación del mismo fenómeno de estudio: la comunicación.

⁴²³ *Op. Cit.* MCQUAIL, Denis; 1993. P. 379.

⁴²⁴ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús; 1995. P. 106.

⁴²⁵ *Ibid.*, p. 107.

⁴²⁶ Aunque sé de cierto que la palabra *“jeraquización”* se refiere a un ordenamiento gradual de superioridad a inferioridad (o viceversa), al citar la palabra *“jerarquización”*, no se hace referencia a una jerarquización de importancia; sino de niveles (cualitativos y cuantitativos) y valor en el desempeño comunicativo; en donde los niveles y valores se ejercen con fines cognoscitivos y sin ningún afán de discriminación ni subestimación de la rama. Esta forma de *“Jerarquización sucesiva comunicacional”* se realiza con el objetivo de obtener un estudio progresivo con planteamientos científicos más organizados y, un desarrollo más especializado en la investigación de la comunicación.



para mejorar de manera instrumental la productividad de las empresas comerciales e innovar las técnicas para optimizar el trabajo y difusión de las instituciones públicas).

Y por último, la comunicación requiere de una rama independiente que se centre en su materia metafísica y parapsicológica; esto a fin de que se reduzcan las confusiones sobre si es posible estudiarla o no. al ser en la mayoría de las ocasiones una cuestión ideal; entre otras cuestiones que inhiben su progreso en la ciencia.

Tal necesidad, de instaurar una taxonomía semejante, se observa debido a que:

*“la comunicación es un fenómeno complejo que se da en la sociedad y que es susceptible de ser estudiado por una rama científica”⁴²⁷, y principalmente porque este fenómeno “es fundamental para **todas** las acciones del hombre y genera problemas en su delimitación”⁴²⁸.*

Asimismo, se hace urgente su clasificación por las confusiones que suelen existir en relación con la información, por todas las formas científicas que la componen (**formales**, como: el fenómeno mismo, los modelos que se han diseñado de ésta y la retroalimentación que origina; y **factuales**, tales como: los ‘*mass media*’, su documentación y registro); por la gran diversidad de técnicas y aplicaciones que trae como resultado su investigación (en la cinematografía, en la investigación de mercado, en el marketing político, etc.), por toda la gama de productos que ha derivado (televisivos, animaciones, diarios noticiosos, anuncios comerciales y modas...), por la influencia cultural, por la configuración y evolución social que genera, entre otras.

Así pues, la siguiente es una primera propuesta para poder integrar estudios más completos y correctamente sistematizados planteados por el que suscribe.

Sin embargo, antes de redactar el planteamiento disciplinario de la gran Ciencia de la Comunicación, cabe integrar un esquema general para focalizar las diferentes ramas iniciales Comunicología; en donde la interacción, interpenetración y presencia de algunos otros factores influyentes, representa una parte nuclear del desarrollo, evolución y progreso de esta gran Ciencia instrumental.

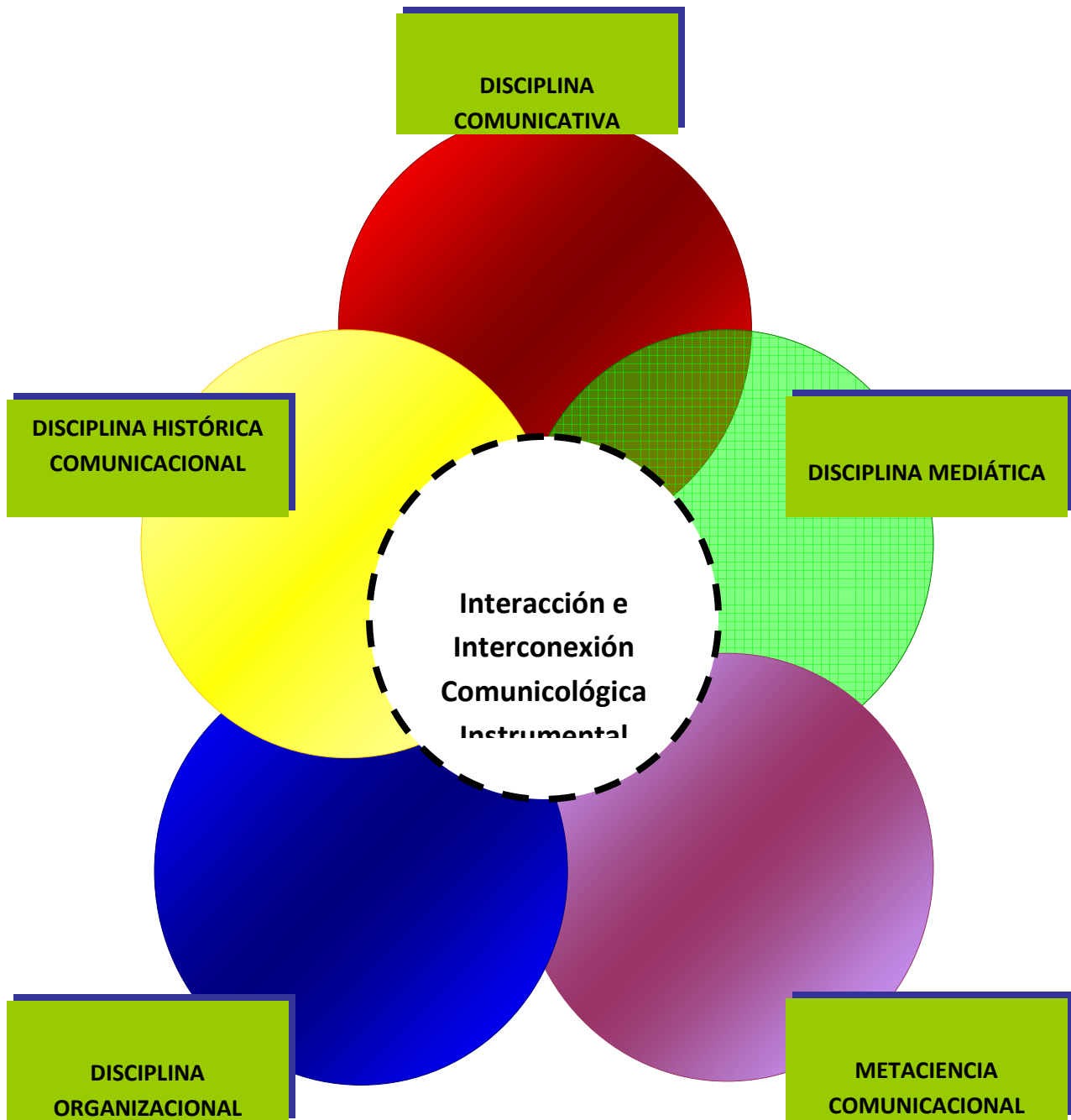
Dicha lámina se ha construido de manera convencional y está basada en los trabajos de focalización sistémica de los problemas de investigación de la obra *Guía para la elaboración del marco teórico*”, del ya citado Doctor Efraín Pérez Espino⁴²⁹.

FOCALIZACIÓN SISTÉMICA DISCIPLINARIA DE LA COMUNICOLOGÍA⁴³⁰

⁴²⁷ *Op. Cit.* GALLARDO, Alejandro; 1998. P. xii.

⁴²⁸ *Ibid.*, p. 2.

⁴²⁹ *Op. Cit.* PÉREZ Espino, Efraín; 2003. Pp. 35 y 36.



3.1.3.1 DISCIPLINA COMUNICATIVA:

Entendiendo a:

⁴³⁰ Basado en Lámina 3: Focalización sistémica de un problema de investigación, de: *Ibid.*, p. 36.



- 📖 la **Lingüística** (del francés *'linguistique'*, y ésta de latín *'lingua'*: lengua-), como *“la ciencia del lenguaje que estudia los fenómenos referentes a la evolución y al desarrollo de las lenguas, su distribución en el mundo y las relaciones existentes entre ellas partiendo principalmente de la interacción social”*⁴³¹;
- 📖 a la **Etimología** (del griego *'etimos'*: significado o verdadero, y *'logos'*: tratado o dicción), como la *“especialidad lingüística que estudia el origen de las palabras, razón de su existencia, su significación y sus estructuras para su interpretación”*;
- 📖 y la **Gramática** (del griego *'gramma'*: letra), como la *“Ciencia que estudia los elementos de la lengua, sus combinaciones, modelos, relaciones y normas. Y al arte que enseña a hablar y escribir correctamente una lengua”*;

trátase primeramente de la comprensión crítica, lingüística y gramatical de la comunicación con base en lo que es. Es decir, se considera únicamente el estudio de la palabra como concepto, lo que se pueda profundizar sobre el mismo en su **significado**, elementos y los modelos que existen o que se pudieran diseñar o mejorar (con su respectivo análisis, claro está).

Y segundo, de abordar el estudio de la fenomenología de la comunicación humana como **efecto**. Esto es, una ciencia que se encargue del análisis de las consecuencias o hechos que ésta genera: el Cómo ocurre la comunicación, qué ocurre al emplearla y en el momento de hacer uso de ella (en sus múltiples mecanismos, formas -biológicas, psicológicas, sociales...-, y estructuras -lingüísticas, kinésicas⁴³², gráficas...- fundamentos, herramientas e instrumentos).

En esta área se trata de averiguar la Etología⁴³³ verdadera de la **intención** de comunicador y el resultado que trajo en el comunicado, para dar a conocer qué fue lo que se entendió y porqué lo hizo de esa forma. Además de entender y establecer, el cómo afectó directa e indirectamente el fenómeno al individuo o a los individuos participantes de la comunicación, las secuelas de la retroalimentación y los posibles preceptos de comunicación y elementos normativos que se pudieran conjeturar.

⁴³¹ *Op. Cit.* GARCÍA-Pelayo y Gross, Ramón; 1973. P. 536.

⁴³² Fundada por Ray L. Birdwhistell, es el estudio de los movimientos corporales que acompañan los actos lingüísticos, “donde se incluyen todos los significados de los contactos visuales, las expresiones faciales, los gestos, las posturas y movimientos significado expresivo de los gestos y de los movimientos corporales que acompañan los actos lingüísticos” (*Op. Cit.* DE LA MORA Medina, José; 2001. P. 52.). “El lenguaje del cuerpo y la Kinesia tiene como base las pautas de conducta de la **comunicación** no verbal, pero la kinésis es aún una ciencia nueva... El lenguaje del cuerpo permite encarar bajo una nueva luz la dinámica de las relaciones interfamiliares. Si, por ejemplo, una familia se halla sentada, puede dar de sí un retrato revelador nada más que por la forma en que sus miembros mueven sus brazos y piernas. Si la madre cruz las piernas primero, y el resto de la familia hace en seguida lo mismo, ella ha tomado la delantera de la acción familiar independientemente de que no tengan conciencia de que lo ha hecho. En efecto, sus palabras pueden negar su papel de líder cuando pide consejo a su marido y a los hijos. Pero en su modo de actuar se manifiesta sin palabras el indicio de liderazgo, que revela la organización familiar a cualquier entendido en Kinesia” (FAST, Julius y Bárbara. *Hablando entre líneas*. Barcelona, España: Ediciones Kairós, 1970. Pp. 9 y 10).

⁴³³ Proveniente de la voz griega *'aition'*, que quiere decir: causa; y *'logos'*, que significa tratado; se trata del: “Estudio acerca de las cosas. Como en el caso de la Medicina, la etiología estudia las causas de las enfermedades: la etiología del cáncer” (*Op. Cit.* GARCÍA-Pelayo y Gross, Ramón; 1975. P. 387).



La '*Disciplina Comunicativa*' debe de soportar el estudio de sus dos escalones en la interpretación crítica de los mensajes y los efectos tangibles que se visualicen; así como llevar a cabo una argumentación, descripción empírica y explicación analítica de los fenómenos sociales o procesos individuales que se produzcan a partir de una retroalimentación comunicacional.

La teoría que originen los estudios de caso, buscarán la fundación de nuevos conceptos y análisis que nutran a esta ciencia; empero, principalmente deberán estimular la creación científica e innovación de diversos modelos, técnicas, leyes; y de toda una gamma de elementos y propuestas comunicológicas.

3.1.3.2 DISCIPLINA HISTÓRICA COMUNICACIONAL

A dicha disciplina se le enuncia de esta forma por motivo de que tiene por base la historia de la comunicación, sin embargo acota el estudio de la comunicación como **sujeto**; ello de una manera antropológica y antropomórfica: su evolución, su desarrollo, su institucionalización, sus metamorfosis producto de las nuevas tecnologías, necesidades y ambiciones humanas.

Asimismo, arriba lo que ello ha originado y podría llegar a ocasionar; así como el porqué racionalizado y preciso de cada uno de estos participantes ya enunciados; surgidos por la necesidad social, ambición de alguno de los elementos de grupo o cualquier otros determinado-determinante.

Se requiere de una rama como tal, principalmente porque toda ciencia debe de tratar también su objeto de estudio de una manera histórica y en el caso de la comunicación debe hacerse antropológicamente por razón de que implica variaciones en el lenguaje, progreso del fenómeno mismo, su tecnificación y una poderosa influencia que provoca otras transformaciones sobre la cultura en una sociedad o grupo; ya que la antropología se dedica a estudiar especialmente la cultura del ser humano y "*las múltiples actividades*"⁴³⁴ de éste.

Esta '*ciencia del hombre*' debe de apoyar a la Ciencia de la Comunicación Humana en cualquier investigación que también se realice con diversas temáticas a partir de revistas, artículos, ilustraciones, libros, etc...

Temas sobre las relaciones entre diferentes grupos religiosos, la inestabilidad del matrimonio por conflictos de comunicación, los convenios en el pueblo tarahumara en México, las problemáticas arqueológicas del origen de los hablantes en las culturas indoeuropeas, los chicanos en Estados Unidos, la interpretación de las leyendas nacionales de Suramérica, las metodologías para comprender las jerarquías en la india, el estudio de los rituales de las aldeas, el inicio del feminismo en Europa y la emancipación de su voz como ciudadanas a través del voto en el mundo, los tabúes que involucra en incesto y algunas filias humanas, la reproducción en cuanto a su hábitos de cortejo y formas de comunicación en grupo para defenderse o atacar, las relaciones familiares, los procesos de comunicación y su impacto mediático, la moda y las necesidades del ser humano, etcétera. Todo tema en cualquier momento histórico interesa a la Antropología en materia comunicativa; pues ésta "*trata tanto del hombre en el presente como en del hombre en el pasado*"⁴³⁵.

⁴³⁴ L. BEALS, Ralph y; Hoijer Harry. *Introducción a la Antropología*. Madrid: Aguilar, S.A. de Ediciones; 1972. P. 5.

⁴³⁵ *Ibid.*, p. 4.



Además es preciso que ésta se respalde en la **Filología**, en este estudio que trata a las culturas en la forma en que se muestran en su lengua y documentos escritos; ya que es *“la ciencia que estudia la vida cultural, intelectual, social y artística de uno o varios pueblos”*⁴³⁶.

Con la filología también se pueden producir técnicas aplicadas a los textos y otros registros para investigar lo que quiso fijar en los mensajes, su reconstrucción en caso de ser necesario y la interpretación comunicativa adecuada.

Otra área que puede servir de apoyo para esta rama es la **Semántica**, misma que es el estudio *“que trata los cambios de significación de las palabras desde el enfoque sincrónico y diacrónico”*.

Es decir, es la ciencia del significado de los signos, lo que ayuda a la comprensión de la comunicación a través del tiempo y del espacio; o en momentos históricos específicos, en donde la retroalimentación guarda una sincronía y convergencia.

Las formas de comunicación han evolucionado a lo largo del tiempo desde las onomatopeyas de los primates con el *‘Pithecanthropus’* (hombre de Java) y el *‘Eoanthropus’* (hombre de Piltdown) hasta nuestros días en donde la gente corta las palabras o las sustituye con otras palabras o frases para entablar una conversación con otras personas. Por ejemplo, parte de esta situación ocurre principalmente entre los jóvenes que, por intentar pertenecer o hasta divertirse, crean y adaptan nuevas formas de comunicarse en los diferentes medios que existen, especialmente en el internet (messenger) y por vía celular (con el uso de los mensajes cortos).

Esta clase de casos y otros más complejos debe tratar esta disciplina histórica, partiendo de una investigación teórica y registros veraces al desarrollo de análisis y argumentos sobre la evolución, progreso e institucionalización de la comunicación. Esto, apoyándose del primer escalón comunicativo antes mencionado.

3.1.3.3 DISCIPLINA MEDIÁTICA

Los medios de comunicación hoy en día se han convertido en un factor indispensable para la vida de hombre. Éstos en la actualidad le han servido para comunicarse unos con otros a distancia, de manera escrita y verbal. Sin embargo también los ha empleado para entretenerse y nutrirse de lo que está ocurriendo alrededor del mundo con las noticias y de otros temas interesantes.

La imprenta de Gutenberg en su momento impactó a los seres humanos con su producción masiva, originando al poco tiempo desde las gacetas y diarios noticiosos, hasta las revistas de moda y *‘comics’* modernos de actualidad.

⁴³⁶ *Op. Cit.* GARCÍA-Pelayo Gross, Ramón; 1975. P. 818.



La radio informó al mundo, al mismo tiempo que sirvió como medio de comunicación; y en tanto, el cine encantaba a las audiencias llenando las salas de ilusión, fantasía y níkeles.

Por su parte, la Tv conquistó a las audiencias masivas que anhelaban tener un televisor para ser espectadores de vidas ajenas que influenciarían las suyas sin razón en específico. Y mientras los medios del entretenimiento evolucionaban, el teléfono apareció y evolucionó hasta perder su correa de cables y convertirse en un recurso móvil que enlazaba a las personas por medio de células y de manera digital.

*“Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso heterogéneo y disperso”.*⁴³⁷

Pero fue entonces cuando un gigante dormido despertaría en ARPANET en 1969 para convertirse en el primer medio multimedia, capaz de poder comunicar y unir no sólo a las personas a nivel mundial, sino también a todos los medios masivos e información para mostrarlos a través de la ventana de Internet. Y pronto, el Internet, se convertiría también en parte integral de otro medio que avanzó muy rápido, tecnológicamente hablando: el celular.

*“Actualmente, décadas después hay... millones de ordenadores conectados en más de 150 países del mundo. Los expertos calculan que el número de usuarios [hoy día] sería de unos 250 millones”.*⁴³⁸

La tecnología de las comunicaciones ha avanzado a tal grado que, hoy día no sólo se habla por teléfono a través de los móviles; sino que también se puede revisar el correo electrónico, entrar a foros de discusión y ‘chats’, sintonizar alguna estación de radio o ver la televisión por este conducto, consultar sitios web para obtener alguna información en específico y hasta adentrarse en el mundo de las noticias. Esto último mediante los periódicos ‘online’ que se encuentran en la red cibernética.

De esta forma, la Disciplina Mediática da punto de partida para tratar los medios masivos como factores informacionales, de comunicación y entretenimiento. Empero, también como elementos sociohistóricos y culturales que han influenciado en mucho la vida del hombre y que han modificado los hábitos y costumbres de éste hasta convertirse en un elemento trascendente; tanto para los jóvenes que se la pasan escuchando música y recibiendo mensajes de amor y desolación sentimental; hasta los adultos enajenados a un teléfono o pegados a un televisor por las noches.

Así la Disciplina Mediática se puede entender como la rama de la Comunicología que estudia a los medios masivos de comunicación y su fenomenología informacional, del entretenimiento e influencia social de manera interdisciplinaria; donde se abarca no sólo su existencia social o sus **orígenes**; sino que además se pueden ejecutar investigaciones con respecto a sus características y funciones en una sociedad.

O, exploraciones sobre: cómo ha afectado benéfica y perjudicialmente a las personas, cuál ha sido su lugar como **autoridad institucional**, en qué destaca su **importancia social**, cómo se ve reflejado su **impacto cultural** en la vida de las personas, cuáles han sido las secuelas de su **dominio psicológico** (la tele en los niños, por ejemplo), cómo es que han formado **parte de la economía** de las naciones, en qué

⁴³⁷ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 33.

⁴³⁸ LACKERBANNER, Ingo. *Internet*. Barcelona: MARCOMBO, S.A.; 2001. P. 15.



manera han **orientado a la política y la opinión pública**, cuál es su **participación en el mercado y el mundo comercial de los estereotipos**; sólo por citar algunos tópicos.

Al identificar esta otra posible rama, cabe decir que esta disciplina de los medios también debe tratar de explicar científicamente el poder que tienen los *'mass media'* en las civilizaciones humanas contemporáneas, estudiar las formas y formatos de los mismos, los fines que persiguen, el porqué de su manipulación orientada a objetivos sociales o fines lucrativos, su funcionamiento y estructuras.

Además de los objetivos que proponen en los diferentes sectores ciudadanos (ello según el estatus o grado de estudios, nivel económico, edad, sexo, nación, ideología y hasta tono de piel –esto es: basándose en una segmentación de mercado–), el porqué de su falta de comunicación en muchas de las ocasiones y cuál es la intencionalidad que tienen al ofrecer información y noticias mediante una fuerte generalización excluyente por parte de quienes las editan.



<http://www.promas.cl/eggblog/photos/uploads/image/Medios%20202.i>

Asimismo dicho estudio contrae consigo, el estudio de las diversas teorías que corresponden a lo informacional y del entretenimiento; teorías que deberán traducirse en estudios de caso para comenzar a generar leyes o una Ciencia de la Comunicación más formal, igual que en la Sociología.

En sí este escalón es: un estudio crítico y especializado, enfocado exclusivamente a la relación de los medios de comunicación de masas con la sociedad (en lo genérico), y sus miembros (en lo particular).

Y por último, habría que distinguir que distinguir que ésta es distinta a la Disciplina Comunicacional, por causa de que su perspectiva científica precisa en los medios, y no en la evolución del sujeto que es o representa la comunicación.

Esta disciplina se refiere a la información y al entretenimiento u a otro alcance que se desarrolla dentro de los formatos y contenidos de los medios de comunicación, presumidamente masivos.

3.1.3.4 DISCIPLINA ORGANIZACIONAL

Es el tratado de la comunicación organizacional que estudia los mecanismos en que los organismos se comunican a nivel interno y externo.

Mediante el empleo de una ciencia creativa, instrumental y aplicada; se encarga de la innovación del funcionamiento de las mismas a través de estrategias de comunicación que sirvan para optimizar el



trabajo y misión de dichas organizaciones; así como de la coordinación de los eventos prospectados, proposición de nuevas dinámicas y la programación de las actividades laborales que se relacionen con el fenómeno comunicativo.

La disciplina organizacional se enfoca en las relaciones laborales de comunicación en un sentido social comercial. Ésta tiene ver con la vinculación y la organización de instituciones públicas (gubernamentales, asociaciones civiles) y privadas (del sector empresarial) por motivo de que sirve como motor de las compañías e instituciones; y es empleada constantemente como un instrumento útil para mejorar su eficiencia, promoción de eventos y de la misma organización, toma de decisiones, resolución de problemas, mejoramiento de su imagen pública...

También agrupa el estudio y la técnica de las organizaciones, así como la actividad de la Comunicación en éstas como una herramienta de enlace que desempeña diferentes mecanismos y procesos, tácticas y protocolos intencionados, programaciones, recursos, capitales planificados, etc.; ello para obtener un mejoramiento en su función o producción, en su desarrollo económico o social en su expansión o especialización; y con el propósito de establecer buenas relaciones entre sus trabajadores o entre los factores trabajador-empresa.

La correlación de esta disciplina es directa con la gestión, las relaciones públicas, la correspondencia con los públicos (internos, externos y mixtos), la psicología de las organizaciones y la comunicación social en un sentido colectivo (cuando los organismos cuentan con una organización estructurada de sus actividades y sistemas de trabajo que funcionan en gran medida gracias a este fenómeno y en favor del mismo).

Ésta área se vincula con una gran gama de especializaciones como la publicidad, MKT, RRPP, Propaganda, Psicología y otras más que la complementan en el perfeccionamiento de su labor: ya sea en la cosecha cognitiva; o bien, en la ideación de nuevas técnicas organizacionales que ayuden de adentro hacia afuera al quehacer de las empresas en sus diversos rubros y misiones. Tales como: vender productos, prestar o rentar algún servicio, ofrecer un bien o brindar información pública y hasta brindar orientación ciudadana sobre algún problema social (como el apoyo a mujeres violadas, la adquisición de la vivienda, prevención y medidas de acción ante los desastres naturales, etcétera).

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Surgida con base en la Teoría de la Comunicación de Masas y el funcionamiento de las grandes compañías e instituciones públicas: *“Es la especialidad de la comunicación que trata de las relaciones sociales de los grupos dentro de una empresa y de unas instituciones con otras; en donde se ven reflejadas muchas veces los medios y las reacciones, o lo que puede aprenderse con respecto a ellas, luego de hacer una representación tal como ocurrió en la experiencia directa”.* (Con información consultada y texto extraído de: MCQUAIL, Denis. *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas.*

| | |
|--|--|
| DEFINICIÓN DE ESPECIALIDAD AFIN | COLABORACIÓN CON LA DISCIPLINA ORGANIZACIONAL |
|--|--|



| | |
|---|--|
| <p>1) PUBLICIDAD</p> <p><i>“Actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea”.</i>⁴³⁹</p> | <p>En el acervo teórico, sus conceptos definidos científicamente crean campañas dirigidas al segmento apropiado; y sus investigaciones sobre los estereotipos junto con las de mercado, le brindan en la práctica las técnicas, medios, diseños y mensajes adecuados para dar a conocer lo que ofrezca la empresa o a lo que se dedique la institución. Además la indagación de la publicidad y cualidades de la competencia son una gran fuente de apoyo en su estudio y aplicación dentro del sector privado.</p> |
| <p>2) MERCADOTECNIA</p> <p><i>“La mercadotecnia es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales... entre el productor y consumidor....</i></p> <p><i>Dicho proceso incluye la comunicación y requiere de un mecanismo o sistema para realizar el intercambio de los productos del mercadólogo por algo de valor... La función básica de reunir mercadólogos (proveedores) con consumidores (compradores) no puede lograrse sin la comunicación”.</i>⁴⁴⁰</p> | <p>Básicamente le ayuda a vender a la organización y a entender las relaciones comerciales a modo de datos y números; a fin de crear nuevas y exitosas estrategias de venta que hagan más rentable a la empresa y su producción ante los consumidores.</p> <p>Además, la MKT en colaboración con las RRPP, también ha creado conceptos de índole científica que son aplicados de manera instrumental en sus investigaciones, planes de ‘Marketing’ y ejecuciones. Por ejemplo: el ‘Benchmarketing’, el ‘Telemarketing’, entre otros...</p> |
| <p>3) OPINIÓN PÚBLICA</p> <p><i>“Es lo que las encuestas tratan de medir... y un producto cooperativo de comunicación e influencia recíproca”.</i>⁴⁴¹</p> | <p>La opinión pública es un soporte de suma relevancia en la disciplina organizacional, debido a que con ésta se identifica el punto de vista tanto de los consumidores o ciudadanos, y con ello es posible que un organismo se perfeccione mediante la renovación de su imagen, el mejoramiento de la calidad de sus productos y el cambio de las posturas y tendencias ideológicas de las instituciones gubernamentales o altruistas.</p> |
| <p>DEFINICIÓN DE ESPECIALIDAD AFÍN</p> | <p>COLABORACIÓN CON LA DISCIPLINA ORGANIZACIONAL</p> |

⁴³⁹ FISHER, Laura. *Mercadotecnia*. México: Editorial McGraw Hill, 1992. P. 302.

⁴⁴⁰ ZIKMUND, William G.; y D’AMICO, Michael. *Marketing. Volumen I*. México: Thomson Learning, Séptima Edición. P. 7 y 8 y 305.

⁴⁴¹ CHILDS, Harwood L. *Public Opinion: Nature, Formation and Role*. Canada: D. Van Nostrand Company, INC; 1965. Pp. 12 y 13.



| | |
|---|---|
| <p>4) RELACIONES PÚBLICAS</p> <p><i>“Las RRPP son los mecanismos de acción directos o previamente planeados que buscan generar una correspondencia afectiva de las compañías y sus productos, con los públicos (según si son internos, mixtos o externos); a través de la composición de una identidad, la muestra de una imagen atractiva, el cumplimiento de una misión, la delimitación de objetivos y la composición de una razón social para su funcionamiento...”</i></p> <p><i>Siendo el cerebro de la comunicación en muchas agencias, las Relaciones Públicas también se encargan de vincular unas empresas con otras”.</i>⁴⁴²</p> | <p>Actualmente es una de las cuestiones más sobresalientes en el campo científico de la comunicación y una de las áreas más importantes de las organizaciones. Esto se debe por razón de que, es gracias a las Relaciones Públicas, que se le da la atención al cliente o usuario como se merece, se forma una imagen respetable y atractiva de la organización; se le brinda una identidad y se fijan las metas teniendo como base su razón social.</p> <p>En el presente, una forma de promoción de las empresas son, aparte de la Publicidad, las RRPP; mismas que día con día resultan más y más efectivas. Asimismo, son un campo muy rico y adecuado para nutrir para el estudio científico de la comunicación. En cierta forma, su colaboración es darle a la empresa una personalidad interesante y superior al resto de los competidores; o cálida y atenta, en especial a lo que sector público se refiere: tal como sucede en los Departamentos de RRPP de las: Compañías de Electricidad, Consejos de agua, Ministerios Públicos, Ayuntamientos y Delegaciones, Procuradurías del Protección al Consumidor, etcétera.</p> |
| <p>5) PSICOLOGÍA</p> <p><i>“Es la ciencia de la vida mental basada en la evidencia que se obtiene mediante la observación y análisis del propio comportamiento de los demás”.</i>⁴⁴³</p> | <p>Por medio de la Psicología Laboral y Social, uno se ayuda a entender la forma de ser de los trabajadores desde el momento en que son reclutados, y tratan las relaciones interpersonales entre éstos a partir de su conducta en el trabajo, con la finalidad de mejorarlas, saber si el individuo es apto para el trabajo o identificar cuál es la especialidad en la que es más competente, crear dinámicas para fomentar el compañerismo y la motivación en la actividad que se realice. Esto se logra mediante la observación, el análisis, la aplicación de test psicológicos y la creación científica⁴⁴⁴.</p> |
| <p>DEFINICIÓN DE ESPECIALIDAD AFIN</p> | <p>COLABORACIÓN CON LA DISCIPLINA ORGANIZACIONAL</p> |

⁴⁴² KINNICK, K. *Public Relations Review*. New York: Editorial Praeger, 1994. Pp. 1-20.

⁴⁴³ *Ibid.*, p. 25.

⁴⁴⁴ Término derivado de la necesidad de una **creatividad científica**, inseparable de la teoría, que tienen la Ciencia Moderna y que fue aportado por Abraham A. Moles en: MOLES, Abraham A. *“La Creación Científica”* Madrid: Editorial Taurus; 1986. 385p.



| | |
|---|--|
| <p>6) PROPAGANDA</p> <p><i>“Se trata del uso más o menos deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito, en primer lugar, de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores, y en último término, de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas; por circunstancia de que se encuentra situada dentro de un marco sociocultural, sin el cual no pueden comprenderse ni sus rasgos psicológicos ni sus rasgos culturales”.</i>⁴⁴⁵</p> | <p>Al igual que la publicidad, pero en el sector público, ésta colabora con la difusión de las instituciones o personajes que representen a una, y que puedan vislumbrarse ante los públicos a través de los ‘media’ como toda una organización; por ejemplo: los Candidatos a algún puesto gubernamental, líderes sindicales, dirigentes de algún organismo público, entre otros.</p> <p>La propaganda en su investigación, denominada como Marketing Político; aporta teoría nueva que también tiene que ver con otros temas como: la política, los problemas sociales, la participación ciudadana en las elecciones y cabildos. Y todo ello se logra gracias a múltiples procedimientos derivados de la comunicación y varias investigaciones propias de la misma que, a su vez, genera nuevas técnicas propagandísticas de difusión aplicadas en imágenes prediseñadas que el público desea ver.</p> |
| <p>7) ETCÉTERA...</p> | |

Y así como las áreas señaladas, existen muchas otras especialidades de la comunicación, administración y afines; que son parte integral de este complejo comunicológico, y que colaboran en la construcción del soporte instrumental de la Disciplina Organizacional de la Comunicación a través de una estructura teórico-técnica.

3.1.3.5 METACIENCIA Y PARACIENCIA COMUNICACIONAL

⁴⁴⁵ YOUNG, K.; [...et. al.]. *La Opinión Pública y la Propaganda*. México: Editorial Paidós Mexicana, S. A.; 1999. P. 200 y 2001.



Dentro de este soporte final se desarrolla el estudio del último entendimiento de la comunicación, el *'desentendimiento'*⁴⁴⁶. Enfocándose en su tono más informal, científica y socialmente hablando: Es el estudio de la Comunicación, donde ésta es un fenómeno no material, no palpable, sin metodología específica y cerrada-limitada, no empírica bajo procesos iguales aunque sí semejantes, con la misma sustancia; no universal en sus formas aunque sí en su función y finalidad (comunicar), no rigurosa y hasta existencialista (pues la comunicación intrasensorial, intersensorial, parapsicológica o mental es algo real que no se puede medir ni registrar, empero ¿que acaso no ha pasado que en ocasiones uno sabe que puede y en verdad lo hace, comunicarse con alguien o llamarlo por vía del pensamiento y la razón (lo que se reconoce como *'monomanía comunicativa'*⁴⁴⁷)?

Así pues, el pensamiento, la inteligencia, el conocimiento y las experiencias son algo que no pueden ser menospreciados ni reprimidos por límites ni modelos herméticos. Es por eso que esta Metaciencia Comunicacional ahonda en esas áreas del conocimiento cuyos fenómenos parecen ser productos de la entelequía y la imaginación; no obstante aún así, no dejan de existir y de **ocurrir**.

La Metafísica habría que recordarse, se desprende de la etimología griega *'meta'*, que quiere decir: **después de**; y *'physika'* que significa: **física**. Es decir que, todo lo metafísico se encuentra después de la física o del entendimiento físico, y al mismo tiempo, científico.

Sin embargo, aunque está fuera de la comprensión lógica, no se le puede negar su estudio ni el tratamiento teórico-práctico adecuado para los casos de comunicación que se presenten de esta índole; ya que la Metafísica en realidad se trata del:

"Conocimiento de los principios primeros de las causas y propiedades de las cosas".⁴⁴⁸

En cierta manera, las cuestiones metafísicas o paracientíficas que pudiese abordar esta rama dentro de su marco conceptual y que puede innovar entre sus futuros los elementos técnicos, son *"Cosas que así se discurren"*; ya que aún se les reconocen tan sólo como *"fenómenos científicamente inexplicables estudiados por los estudios paracientíficos"*⁴⁴⁹. Por ejemplo, el caso de la Parapsicología que:

*"Es el estudio de los fenómenos parapsicológicos que todavía no son bien conocidos científicamente, como: la telepatía, la telekinésis, las premoniciones, los presentimientos, etc."*⁴⁵⁰

La naturaleza y los efectos de esta clase de fenómenos, que también pueden ocurrir en la comunicación, se aleja de lo normal y asciende a lo paranormal; cuestión que sólo puede abordarse realizando *'otra clase'* de perspectiva teórica, investigaciones cualitativas, análisis y experimentos un tanto más racionalizados.

⁴⁴⁶ A esta propuesta también pudiera denominarse como Disciplina Enteléquica de la Comunicación o Entelequia de la comunicación.

⁴⁴⁷ La monomanía acontece, como se cita arriba, cuando uno siente que lo están llamado. Aunque también sucede cuando existe la comunicación únicamente con el pensamiento, cuando se posee un mal presentimiento sobre una persona –una *'ente'* te lo comunica-, cuando coinciden los pensamientos de manera construida y simultánea por parte de una persona hacia otra.

⁴⁴⁸ MORTENSEN, David C. *Comunicación. El sistema intrapersonal*. Buenos Aires: Editorial Tres Tiempos, 1977. P. 17.

⁴⁴⁹ *Op. Cit.* GONZÁLEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 652.

⁴⁵⁰ *Ibidem*.



Un ejemplo de dichos fenómenos pueden ser los presentimientos y premoniciones, en donde a partir de otro punto de vista cognitivo, habría que investigar cómo se originó, establecer que cualidades tuvo, formular las hipótesis pertinentes, analizar el significado de los mensajes recibidos, determinar cuales fueron reales o si en verdad ocurrieron, profundizar la naturaleza y vinculación entre el presentimiento y el hecho que ocurrió, reconstruir los hechos a través de un ensayo de la razón para identificar los elementos comunicológicos que se presentaron y resolver si en realidad se efectuó un fenómeno de comunicación. De haber sido así, dar a conocer las consecuencias producidas a raíz de esas sensaciones telepáticas⁴⁵¹.

Ésta sección pese a su visión un tanto científicista y existencialista, resuelve confusiones en relación con la científicidad de la comunicación y da explicación al fenómeno comunicativo inmaterial. Y es fundamental; puesto que con ella y de modo paradójico, se plantea la integración de todo lo que supuestamente no es legalmente científico en la comunicación, y de lo que afecta su rigor.

De alguna forma, pese a que esto es una especie basurero para quitarle a la Comunicación todo lo que le impide ser Ciencia, la realidad es otra; pues se trata de la **sistematización estructurada** de un campo disciplinario y desarrollado minuciosamente de la Comunicación, pero con otra perspectiva. O bien, desde el *'otro enfoque'* no correspondiente a la verdad de la *'lógica científica'*.

En la misma se toma en cuenta a la paraciencia, metafísica, parapsicología y otros campos divergentes con la Ciencia; aunque también en su progreso debe involucrar el manejo de áreas fácticas y formales; así como la creación conceptos y el diseño de modelos especializados para esta rama.

3.1.4 DEL COMUNICADOR Y EL COMUNICÓLOGO: EL COMUNICADÓLOGO

Ahora bien, para mejorar el estudio de la comunicación en el campo científico y su trabajo en el ámbito profesional, es necesaria la formación instrumental de una nueva generación de especialistas mejor capacitados que sean preparados con bases teóricas para ejecutar aplicaciones prácticas eficientes.

Actualmente muchos teóricos discuten que uno de los problemas principales a resolver de la comunicación como profesión, es el hecho de que su *'praxis'* se encuentra segmentada en dos tipos: la científica y la laboral. A título particular comparto la idea de solucionar tal problemática a fin de consolidar una comunicación más formal e instruir con mayor calidad a quienes la estudian y ejercen.

Hoy en día, los especialistas de lo comunicacional en las empresas, deben fusionar su hacer con las áreas comunicológicas de los centros de investigación. ¿O que acaso los doctores no requieren de bases teóricas para diagnosticar cualquier enfermedad a partir de los síntomas manifestados? ¿Y que acaso estos profesionistas de la medicina no necesitaron leer libros e investigaciones de farmacología para saber que medicamentos recetar o que antibiótico aplicar de un modo práctico?

⁴⁵¹ A pesar de que la telepatía suele ligarse exclusivamente con la comunicación mental entre dos sujetos, ésta va más allá; puesto que se trata de una *"sensación experimentada por un sujeto y que se relaciona con un acontecimiento sobrevenido en el mismo momento, pero a una distancia o en circunstancias tales que parezca materialmente imposible que las conozca dicho sujeto"*. Ahora bien, que también puede entenderse en lo común, como: *"La coincidencia de pensamientos o sensaciones entre personas generalmente distantes entre sí, sin el concurso de los sentidos, y que induce a pensar en la existencia de una comunicación de índole desconocida"*. Esta forma de comunicación basada en la transmisión de mensajes psíquicos, cabe subrayar que se realiza sin la participación de factores físicos, medios tecnológicos ni cualquier otra clase de recurso material.



E incluso, ¿a poco los cirujanos para operar no requirieron de leer un libro, conocer algunos principios de cirugía clínica general y seguir algunos procedimientos básicos?

Todo buen especialista sabe que debe nutrirse de conocimientos y actualizaciones, aparte de una gran experiencia y visión instrumental, para ejercer eficientemente su profesión y no decaer en el error del sentido común o el pecado de la negligencia.

Sin embargo, muchos de nuestros comunicadores actualmente, se han forjado sólo de la experiencia, sin saber casi nada de la comunicación; de sus principios, nuevas técnicas y de las actualizaciones teóricas que se van desarrollando día a día mediante experimentos e investigaciones académicas que se cubren del polvo del olvido en una biblioteca, universidad o editorial.

Asimismo, en otras veces ocurre que tales ‘*seudo-profesionistas*’ ni siquiera poseen la profesión, ni el título y mucho menos los conocimientos; sino que se encuentran en dicho ámbito profesional por alguna especie de tráfico de influencias o por lo que se conoce como el ‘*palancao*’; y por tanto saben de todo, menos de cómo ejercer profesionalmente la comunicación; sin mencionar que desconocen de su ética para el desarrollo social, por ejemplo.

Así pues, en el presente se apoya la preocupación de muchos autores y la urgencia social de resolver el problema de formar personas diestras que hagan un mejor trabajo de la comunicación. No obstante, es indispensable no sólo el hecho de quejarse sobre una página, sino de proponer.

Es por eso que la propuesta de un servidor, trata sobre la formación de un nuevo experto con una postura crítica e instrumental, el cual cubra las necesidades comunicacionales y comuniológicas simultáneamente, al igual que los médicos, dentistas, arquitectos, diseñadores, etc. Este personaje se enuncia en el presente como: **el comunicadólogo**.

El comunicadólogo vendría siendo el resultado de una educación práctica, universitaria e integral del comunicador y el comunicólogo en un sólo especialista; ya que: al igual que un arquitecto que requiere saber los significados de las áreas en sus planos y valorar las transversales en sus trazos, a fin de construir un edificio que no se caiga y resista lo más posible las agresiones de los fenómenos naturales y la degradación del tiempo; las personas que se capacitan en comunicación deben saber los conceptos que definen a este fenómenos y saber hacer accionar a la misma laboralmente (ya sea dentro del periodismo, publicidad, planeación de programas culturales, relaciones públicas, producción de cine, locución de radio o en cualquier otra actividad relacionada con los ‘*mass media*’, por ejemplo).

Derivado de las palabras: comunicador y comunicólogo, el comunicadólogo tendrían varias raíces etimológicas que parten del análisis gramatical de estos dos términos.

El comunicador se puede definir como el especialista “*que comunica o sirve para comunicar... [y] que se considera capacitado para sincronizar fácilmente con las masas en una actividad pública*”⁴⁵².

⁴⁵² REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la Lengua Española*. Tomo 3. España: Real Academia Española, vigésima segunda edición; 2001. P. 412.



Este personaje tiene sus antecedentes etimológicos en las voces latinas: ‘*communicatio*’⁴⁵³ y ‘*onis*’ (derivado del griego antiguo: ‘*otís*’⁴⁵⁴), que quieren decir: comunicación y acción, respectivamente.

Además, ‘*onis*’ también hace referencia a la persona que practica alguna actividad o a “*el que hace algo*”⁴⁵⁵; como por ejemplo: **adulador** (palabra compuesta del latín ‘*adulāri*’⁴⁵⁶ –halagar- y ‘*otís*’ -el que hace alguna acción-) que se entiende como aquella persona que hace halagos.

O bien: **educador** (conformada de la locución latina ‘*educator*’⁴⁵⁷ -enseñar- y ‘*otís*’), que se refiere a la persona que se dedica a enseñar.

Y por otra parte el **comunicólogo**, derivado también del vocablo ‘*communicatio*’, completa su función en el ‘*logo*’⁴⁵⁸; ya que se trata de la: “*persona que se dedica a una de las áreas de la ciencia*”⁴⁵⁹, [...o al] *especialista en lo que el primer elemento indica*”⁴⁶⁰.

De esta forma, a título particular se puede interpretar por comunicólogo como aquella persona con tendencia positivista que se encarga de estudiar científicamente el fenómeno de la comunicación humana en lo personal y organizacional; basándose en una gran cantidad de teorías instrumentales, la experiencia práctica, definiciones, tipologías, sistemas, modelos, técnicas, aplicaciones y medios masivos.

Con base en lo anterior se resuelve que: el espíritu del comunicador debe ser la parte complementaria, activa y práctica que posean aquellos especialistas de la comunicación; en tanto que el comunicólogo, tiene que integrar aquella parte correspondiente a la base teórica, experimental y cognitiva de esta nueva generación.

En resumen, el comunicadólogo es aquella personal integral especializada en la comunicación que se encuentre capacitado para abordarla en la investigación y en el campo laboral; un especialista que tiene las facultades de abordarla a través de los medios de comunicación de masas, dentro del campo organizacional en las empresas e instituciones, etcétera; y al mismo tiempo, que sea apto para

⁴⁵³ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de Autoridades*. A-C. Madrid: Editorial Gredos, S.A. Edición Facsímil; 1976. P. 465 de la letra “C”.

⁴⁵⁴ DE DIEGO, Vicente García. *Diccionario Etimológico Español e Hispánico*. Madrid: Editorial S.A.E.T.A., 1954. P. 10.

⁴⁵⁵ *Ibidem*.

⁴⁵⁶ *Ibid.*, p. 11.

⁴⁵⁷ *Ibid.*, p. 178.

⁴⁵⁸ Cabe mencionar que cuando la expresión termina en ‘*logo*’ (como el sociólogo, el psicólogo, el antropólogo, etc), se está hablando de un especialista que trata a dicha disciplina científicamente; primordialmente porque esta epistemología procede de ‘*logia*’, que es el “*Sufijo de orden gramatical que significa ‘ciencia’, tratado o doctrina*”⁴⁵⁸; o bien: “*El discurso que da razón a las cosas y principio del universo*” (Extraído de: REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la Lengua Española*. Tomo 6. España: Real Academia Española, vigésima segunda edición; 2001. P. 946). Es decir: el estudio como tal; y por ende: ‘*logo*’, hace referencia al estudioso de dicha razón de las cosas o cuestión que se halla predeterminada en el primer elemento.

⁴⁵⁹ GRIJALBO. *Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado*. BARCELONA: Editorial Grijalbo Mondadori, S. A.; 1998. P. 1052.

⁴⁶⁰ *Op. Cit.* REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2001. Tomo 6. P. 946



investigarla instrumentalmente a través de estudios de caso como el análisis que a continuación se presenta.⁴⁶¹

Ésta concepción puede percibirse como un tanto riesgosa, empero es indispensable en el campo laboral para mejorar la calidad de los medios, publicidad, mercadotecnia, relaciones públicas y otros sectores afines a la comunicación. O, ¿que acaso cuando estamos enfermos y acudimos a las clínicas y hospitales, no somos atendidos por doctores profesionales y hasta por especialistas de ciertos órganos del cuerpo como el cardiólogo o el urólogo? Y, ¿acaso para cualquier diagnóstico médico de una enfermedad severa, permitimos que nos atienda una persona no preparada o alguien que sólo estudio la preparatoria? Cuando nos enfermamos, en lo general, vamos con un doctor capacitado y estudiado.

De la misma forma, aunque resulte arriesgado el término de comunicadólogo, es indispensable para que, quienes ejerzan a la comunicación, estén mejor preparados en lo teórico y en lo práctico. Dichos especialistas deben saber de teoría y conceptos de comunicación al grado de poder realizar investigaciones empírico-analíticas sobre este fenómeno a nivel social; y a su vez, tienen que estar capacitados con una razón crítica para desarrollar buenos proyectos de radio y televisión, óptimas campañas de publicidad o programas de difusión cultural con el objetivo ofrecerle a la sociedad un beneficio; además de eficientes planes de relaciones públicas afín de atender mejor al cliente o usuario, entre otros.

Así pues, Jesús Galindo en su obra: *“El campo académico de la comunicación”* también le apuesta a la reformatión de la comunicación en lo *‘funcional’* (esto es, en lo mediático), con el afán de propagar una *“conciencia social, vitalización de su sensibilidad y renovación ética”*⁴⁶². Ante esto dice:

“Hay que tomar posición, la salida es posible, el ejercicio de su configuración necesario. La apuesta es sencilla, la comunicación es opción más allá de su uso instrumental, más acá de su imagen ideal. La comunicación puede ser concebida como una forma de vida y una nueva mentalidad”.⁴⁶³

No obstante para que esto se consuma, insisto: la adición o el hecho de plantear un comunicadólogo se considera necesaria; puesto que, como enfatiza Galindo, la comunicación debe ser tratada más allá de lo instrumental o lo ideal; esto es, de lo académico. Éste debe impulsar una nueva mentalidad y forma de vida mejor dentro de la sociedad.

Y por tanto, tienen que prepararse a especialistas completos (en materia de investigación y *‘praxis’*), que lo provoquen; profesionales los cuales promuevan dicha mentalidad, y que con sus productos comunicacionales y comunicológicos (películas, campañas, programas educativos, investigaciones para el marketing político, etc.): colaboren con otras áreas a través de los *‘electronic mass media’* y otros medios con el propósito de producir realmente una nueva forma de vida mejor en la comunidad que habitan y donde ponen en función su trabajo y propuestas.

⁴⁶¹ Dicho concepto se trata de formulación teórica propia.

⁴⁶² *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 270.P. 271.

⁴⁶³ *Ibid.*, p. 272.



Con esto hay que comprender que, hoy por hoy, se hace necesario: “*el diálogo y acuerdo entre los diferentes [especialistas]*”⁴⁶⁴; todo con la finalidad de hacer avanzar la teoría de la comunicación, revolucionar sus técnicas y lograr su progreso. Y para complementar dicho fin, se requiere de:

*“una reconfiguración cultural donde la comunicación tenga los sentidos más democráticos y tolerantes posibles, además de promover una mentalidad donde el contacto comunicativo propicie un enriquecimiento del potencial imaginario, lo cual impulsará nuevas visiones y soluciones a viejos y a nuevos problemas y figuras limitadas en la percepción”*⁴⁶⁵.

De esta forma, tras forjarse expertos con más conocimientos, una visión e imaginación más abierta para encontrar o diseñar soluciones y una mayor cantidad de técnicas; se puede sobrepasar la primera imagen de la comunicación: “*la lingüística y la cognitiva*”⁴⁶⁶, con el objetivo de abordar su segunda imagen: “*la de reflexividad y reconfiguración*”⁴⁶⁷.

Y ya con base en esto, poder modificar y mejorar para el bien común, su tercera imagen: “*la mediática... política y funcional*”⁴⁶⁸; es decir, la que en el presente está envuelta en un] “*puño de intereses [y] ganancia egoísta*”⁴⁶⁹.

Sólo una vez logrado lo anterior, los especialistas de la comunicación, estarán mejor capacitados para ejercer a la comunicación de una manera más completa y para tratarla con un panorama más amplio, dinámico o progresivo. De frente a esto, para estudiar a dicho fenómeno se puede adoptar el siguiente esquema; cuya “*figura presenta de manera gráfica el trabajo de racionalización mediante el cual se elabora la ‘operacionalización’ de conceptos y la creación de ‘definiciones de trabajo’ para una investigación cualquiera*”⁴⁷⁰.

Al mismo tiempo se espera que la siguiente esfera del conocimiento comunicológico (basada en la esfera del conocimiento científico del profesor Pérez Espino), sea de gran utilidad para la creación de nuevas propuestas y aplicaciones más eficientes y sólidas; tanto en el ámbito teórico, como en el práctico. Tal como ocurre en la Medicina, Veterinaria o en cualquier Ingeniería; ya que la investigación, aparte de teórica, debe ser instrumental también.

ESFERA DEL CONOCIMIENTO COMUNICOLÓGICO⁴⁷¹

⁴⁶⁴ *Op. Cit.* GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos; 1995. P. 270.

⁴⁶⁵ *Ibidem.*

⁴⁶⁶ *Ibid.*, p. 271.

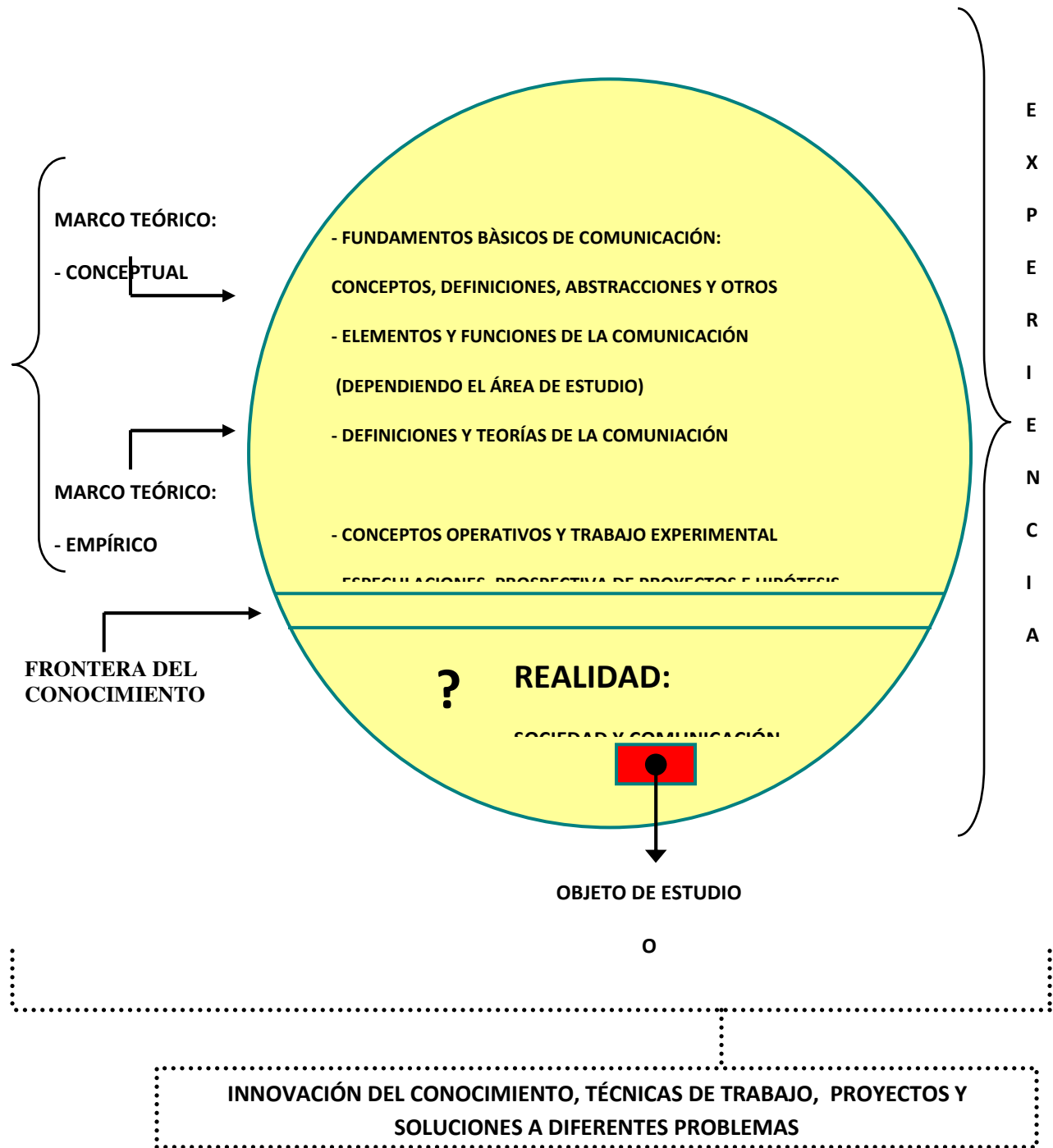
⁴⁶⁷ *Ibidem.*

⁴⁶⁸ *Ibidem.*

⁴⁶⁹ *Ibidem.*

⁴⁷⁰ *Op. Cit.* PÉREZ Espino, Efraín; 2003. P. 26.

⁴⁷¹ *Ibid.*, p. 27.



3.2 ESTUDIO DE CASO:

ANÁLISIS DE IDENTIFICACIÓN Y CONTENIDO DE LA PELÍCULA “EL NÁUFRAGO”

La comunicación se puede entender de múltiples maneras y la Comunicología es la ciencia que la estudia, analiza e interpreta de manera crítica y con un enfoque empírico-analítico.



La primera se concibe como: “*el medio natural que articula y expresa nuestra existencia, el reflejo del entendimiento de las palabras, el ejercicio que garantiza la libertad, [lo que] nos acerca y entretiene [y] relaciona a un hombre con otro y al hombre con su medio, ... todo proceso a través del cual una mente puede influir a otra, ...el medio de los medios, ... la matriz en la que están enclavadas todas las actividades humanas, ... [y] el factor principal de la vida en todos los sistemas sociales y naturales*”⁴⁷².

En tanto que la segunda es posible recordarla como “*el conocimiento metódico de los mecanismos funcionales que determinan el modo, la orientación y la estructura fundamental de los sistemas de comunicación, en función de su transformación y de su adecuación permanente al destinatario final de ésta*”⁴⁷³.

En ambos casos se distingue algo en común: los sistemas. Es decir que, mientras que la comunicación se trata de un cúmulo de sistemas interactivos y de retroalimentación que nos vincula con el resto del mundo; la comunicología es la ciencia cuya misión es analizar e interpretar dichos sistemas para crear nuevos conocimientos y experiencias propios del fenómeno, ya sean: conceptos, modelos, técnicas, áreas de estudio y otros complejos cognitivos. En sí, esta ciencia al igual que las demás, se trata de un sistema definido cuyo objetivo es integrar en un área en específico, conocimientos y casos en común, entendiendo que:

“Un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí y con el medio ambiente, es un modelo de naturaleza en general, esto es, una representación conceptual de ciertos caracteres más bien universales de entidades observadas”.⁴⁷⁴

Y debido a que una ciencia se conforma de un sistema de entidades observadas sobre alguna cuestión determinada, es que la comunicología también requiere de casos tangibles para constituir un estudio más profundo y verídico del fenómeno que trate. Este estudio comunicológico debe partir del análisis de identificación de sus elementos y sistemas; así como de la interpretación crítica adecuada de los significados y casos empíricos que se estén investigando. Sólo de esta forma se podrán instituir nuevas propuestas que fortalezcan a esta ciencia, colaboren al progreso tecnológico de la comunicación y renueven constantemente a la comunicación en el campo profesional o de las organizaciones.

En este documento se ha optado por realizar un estudio de caso, a través del cine, para consolidar a la Ciencia de la Comunicación. Esta decisión se tomó debido a que, mediante las películas, se pueden apreciar representaciones de la realidad que muestran diversos fenómenos y medios de comunicación apropiados para el estudio y ser estudiados. **Así pues, dentro del análisis científico que se presenta a continuación, se propone analizar comunicológicamente el contenido del film “El Naufrago”⁴⁷⁵ (y otros materiales de apoyo para su complementación), tomando como eje de análisis y objetivo: la**

⁴⁷² Para mayor información consultar:

1) RUESH, Jurgen y; Bateson, Gregory. *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós, 1965. P. 13-21.

2) DE LA MORA, Medina, José. *Taller de Comunicación I. Explicación y Análisis*. México: Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM; 2001. P. 14-18.

⁴⁷³ *Op. Cit.* FERRER, Eulalio; 1982. P. 21.

⁴⁷⁴ AGUADO, Juan Miguel. *Comunicación y Cognición. Bases Epistemológicas de la complejidad*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones Comunicación Social, 2003. P. 109.

⁴⁷⁵ ZEMECKIS, Robert. Film Cinematográfico: *El Naufrago*. E.U.A: Dreamworks. Home Entertainment, 2000. Duración: 143 min.



identificación e interpretación crítica de los elementos, medios y situaciones comunicativas que en ésta se observen (o por lo menos los más significativos y con mayor énfasis).

En “*El Náufrago*”, se pueden apreciar varios fenómenos de comunicación, identificar diferentes elementos de la misma que se muestran en cada caso o escena, determinar que tipo de comunicación se efectúa y a que sistema pertenece dicho fenotipo; además de la interpretación crítica de una serie de cuestiones y significados que la producción cinematográfica muestra. Incluso se puede obtener con un análisis de esta clase, la explicación de las diferentes retroalimentaciones que en el film se presuponen; así como dar a conocer la afectación (emocional, por ejemplo), que generan los medios de comunicación en la sociedad debido a su influencia masiva.

3.2.1 RESUMEN CINEMATOGRAFICO

Tom Hanks interpreta a Chuck Noland, un ejecutivo que trabaja en una empresa de correo ‘*express*’ llamada FEDEX, en donde lo más importante es llegar a tiempo al destino fijado. Su vida se basa en el tiempo y con el cumplimiento de las entregas, mismas que él mismo supervisa.

La vida de Noland cambia radicalmente cuando en un avión en el que él se encuentra para hacer la entrega de sus paquetes, se adentra a una tormenta sobre el Océano Pacífico y cae al mar. Siendo él, el único sobreviviente, se aferra a una balsa para no morir. Ya al día siguiente, arriba una pequeña isla desierta, en donde más adelante llega el cadáver de uno de los pilotos. Ahí, Chuck se da cuenta de que se halla sólo en una isla, situada a 700 km de distancia de la próxima población, las islas ‘*Cook*’; y a miles de kilómetros de su hogar, en donde el tiempo ya no tiene ningún valor y donde además debe aprender a sobrevivir por sí mismo.

Su única motivación para subsistir y tratar de regresar a su casa es un reloj con la foto de su novia Kelly, el cual le recuerda a cada instante que hay alguien esperándolo. Por fortuna, la isla cuenta con algunos recursos básicos de supervivencia que Noland explota lo mejor posible. Y con el paso del tiempo, éste logra adaptarse; creando herramientas rudimentarias, recogiendo agua y posteriormente, luego de múltiples intentos, logrando la creación de fuego y aprendiendo a pescar en los arrecifes.

Para no sentir el peso de la soledad, Chuck le da vida a una pelota de ‘*volleyball*’ a la que llama Wilson (cuyo nombre lo retoma de la empresa Wilson Sporting Goods), la cual juega un papel muy importante dentro de la película; por motivo de que es la única compañía del protagonista durante los 1500 días que pasa en la isla, y es la pelota la que sirve de apoyo para comunicarse y efectuar los monólogos que Chuck mantiene consigo mismo en el intento de aferrarse a la vida real; y así, no llegar a perder la razón.

Después de cuatro años, Chuck ya tiene dominada la forma de sobrevivir: sin embargo, aún no se han visto señales de ningún navío cerca de la isla. Con esto se percata de que si no hace algo por él mismo para salir de ahí, puede contraer alguna enfermedad y morir.

El náufrago, durante el tiempo en que permanece en la isla, elabora un calendario basándose en la altitud de las mareas y la velocidad del viento y las olas. Y apoyándose en su calendario, decide comenzar a fabricar una balsa para salir de la isla en la temporada más adecuada. Así comienza a construir la balsa con troncos de palmeras, además de usar un pedazo de caseta que llegó del mar como vela. Al terminar la




balsa, Chuck espera a que el viento cambie para poder impulsarse fuera del área de la isla, y sale con éxito; llevando consigo a Wilson.

Mientras Chuck duerme en la balsa, Wilson cae al mar y se aleja de la balsa; pero se da cuenta demasiado tarde y aunque trata de salvarlo aún poniendo su vida en peligro, no lo logra; y únicamente le queda observar como se aleja su 'amigo' poco a poco. Ya a la deriva en medio del mar, este ex empleado de FEDEX es rescatado por un barco japonés. La noticia se da a conocer en todo el mundo por parte de la compañía para la que trabajaba; y éste, al fin regresa a la civilización en donde descubre que durante su ausencia muchas cosas cambiaron, como el hecho de que su novia ya se había casado. Y aunque seguían amándose, él decide alejarse y enfocar su vida desde otra perspectiva.

Ya incorporado a la sociedad y después de hablar con su ex novia (la cual le regresa su Camioneta), se dirige a entregar un paquete que encontró en la isla y que optó por no abrir en ese momento. No obstante, al llegar a la casa no encuentra a nadie y deja una nota.

En la carretera, Chuck se detiene para decidir el camino que va a tomar, es ahí en donde se topa con una granjera que le indica por donde ir. Al despedirse, Noland descubre que aquella mujer es la propietaria del paquete que tanto había guardado durante esos 4 años.

3.2.2 FICHA TÉCNICA

| | |
|---|---|
| <p>FICHA TÉCNICA</p>  | <p>Dirección: Robert Zemeckis. País: USA. Año: 2000. Duración: 143 min. Interpretación: Tom Hanks (Chuck Noland), Helen Hunt (Kelly Frears), Nick Searcy (Stan), Chris North (Jerry Lovett). Guión: William Broyles Jr. Producción: Robert Zemeckis, Tom Hanks, Steve Starkey y Jack Rapke. Música: Alan Silvestri. Fotografía: Don Burgess. Montaje: Arthur Schmidt. Diseño de producción: Rick Carter. Dirección artística: Stefan Dechant, Elizabeth Lapp, Kim Sinclair y William James Tegarden. Vestuario: Joanna Johnston. Decorados: Rosemary Brandenburg y Karen O'Hara.</p> |
|---|---|

3.2.3 ANÁLISIS CIENTÍFICO DE: "EL NÁUFRAGO"

El primer caso que se muestra al inicio de la película, es la muestra de publicidad ambulante por medio de un camión de repartimiento de la compañía privada de mensajería "FEDEX"; el cual tiene el nombre de la empresa rotulada en el compartimiento de carga y en la parte frontal del vehículo.



Sin embargo, no se comenzará por analizar mediante una visión particular esa situación, ni su influencia masiva o contexto organizacional; sino que se comenzará el análisis de un nivel inferior (en este caso, la comunicación interpersonal y sus elementos), para poder ir avanzando por puntos o mediante secciones, a situaciones más complejas (como lo es el ejemplo de: un estudio a profundidad de los efectos que propicia en la sociedad, la influencia de la comunicación de masas a través de los medios).

Esto se hará tomando en cuenta sólo algunas de las escenas que se consideran más completas y significativas del film, dependiendo el tipo de comunicación; en donde la primera sección, parte de uno de los niveles más básicos de la comunicación (la interpersonal) y de la explicación de los elementos comunicológicos. En tanto que las siguientes, poseen en su contenido el análisis del resto de las clasificaciones y de los medios masivos que se pueden visualizar en el film; así como de la afectación social que estos *mass media*' originan.

En este sentido, ello significa que el análisis se extenderá de lo particular a lo general, retomando varios fragmentos sobresalientes del film que convengan al estudio en curso; con la finalidad de dar a conocer críticamente cuestiones específicas en un principio y así poder progresar con contenidos de mayor dificultad a lo largo de esta identificación de contenidos.

3.2.3.1 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Entendiendo que Chuck Noland es el protagonista de la filmación, hay que destacar que la mayor parte del presente estudio girará en torno a la realidad que representa este peculiar personaje protagonizado por Tom Hanks.

Hanks en su papel de “*El naufrago*”, se ve inmerso en un caso muy interesante y completo de comunicación interpersonal (misma que “*tiene lugar en forma directa entre dos o más personas físicamente próxima, con una retroalimentación inmediata*”⁴⁷⁶), en una de las primeras escenas que aparece a los “*10:05 minutos*”⁴⁷⁷.

Dentro de ésta, Chuck se halla en un Avión platicando interpersonalmente con su amigo y compañero de trabajo Stand sobre un retraso que tuvo una entrega de su trabajo; y mientras se preparan un refrigerio y beben un poco de vino, Gwen, otra compañera entra y los observa bebiendo pero se hace la desentendida para después preguntarle a Stan por el estado de salud de su esposa; a lo que se produce un efecto inmediato por parte de Stan y Chuck Noland.

El guión se desarrolla más o menos de esta manera:

ESCENA 1⁴⁷⁸: PREOCUPACIÓN POR MARRY, LA ESPOSA DE STAND (“*10:05 minutos*”)

⁴⁷⁶ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.46.

⁴⁷⁷ *Op. Cit.* ZEMECKIS, Robert; 2000. Tiempo: 10:05 minutos.

⁴⁷⁸ **ADVERTENCIA:** El número de escena que se muestra en la parte superior de las plantillas de los guiones, dentro de este estudio de caso, no va de acuerdo al número de escena de la película, ni tampoco del guión original. No. Esta enumeración se realiza de manera ascendente para facilitar la explicación de dichas escenas cuando se necesite posteriormente; o para cuando se requiera remontar a ellas durante el análisis. Por ejemplo: -“*En la escena 1 cuando Gwen conversa con Stan, se originan varias reacciones; entre ellas la retroalimentación reflexiva de Chuck, el efecto del comentario que le hace éste a Stan en la escena 2, las múltiples respuestas entre Gwen y Stan cuando hablan de MARRY; y otras...*” (a ver más adelante).

**OP. PERMANECE EN FONDO SONIDO DE LA TURBINA DE UN AVIÓN**

| | |
|--------|---|
| | <i>(Chuck se encuentra dentro del compartimiento de pasajeros en un Avión, platicando con su compañero de trabajo Stan, tomando un aperitivo)</i> |
| STAN: | ¿Perdiste el último camión por dos minutos? |
| CHUCK: | ¡Dos minutos. De hecho ni siquiera eso! |
| STAN: | No pesaba tanto, agregándole combustible y acelerando hubieran compensado eso. |
| CHUCK: | No, me refería al camión. El de hoy se retrasó dos minutos, mañana serán cuatro minutos, luego seis minutos, luego ocho minutos y luego seremos correo nacional. |
| STAN: | De acuerdo. Sólo digo que si hubieran subido los camiones al avión, los Ruskis ahora podrían hasta caminar en el agua. |
| | <i>(Gwen entra donde se encuentran Chuck y Stan, los sorprende tomando vino de uva y mira con extrañeza a Stan)</i> |
| STAN: | Oye Gwen, no me veas así, es sólo jugo de uva, ¿no Chuck? |
| GWEN: | <i>(Cruza los brazos, asiente con la cabeza y sonríe)</i> |
| CHUCK: | <i>(Sonríe)</i> Sí, esto es jugo de uva, cosecha 92. |
| STAN: | <i>(Risas de Stan)</i> |
| GWEN: | Yo no oigo, ni veo ni hablo; soy de palo. |
| STAN: | Y te ofrecería probarlo, pero alguien debe volar el avión |
| GWEN: | Sí, claro. Te diría que no, pero... <i>(Suavemente)</i> ¡Oye Stan, he querido preguntarte como está Marry! |
| STAN: | <i>(Lentamente y Afligido)</i> Mmmhhh, bueno aún no nos han dicho nada, estuvo con el doctor ayer y no hay Metá..metástasis. Por ahora eso es todo, tan sólo queda esperar. |
| GWEN: | Cuánto lo siento. ¿Podrías decirle que iré a verla en mi siguiente descanso? Quiero que sepas que todos hemos estado pensando en ustedes y orando. |
| STAN: | <i>(Conmovido)</i> Gracias Gwen, Gracias. |
| | <i>(En el momento en que Stan y Gwen están platicando, tras escucharlos Chuck comienza a interiorizar, pensativo y reflexivo)</i> |

En ésta se pueden identificar prácticamente todos los elementos del fenómeno de la comunicación; comenzando por los mensajes los cuales se insiste en que son: “*la información que se transmite cuando nos comunicamos*”⁴⁷⁹.

Éstos al principio versan sobre el retraso que tuvo un camión de mensajería a cargo de Chuck. Más adelante giran en torno al hecho de estar tomando vino en el trabajo, y al final comprenden el apoyo moral y la preocupación de Gwen por la esposa de Stan.

Como se sabe, el mensaje es un complejo de signos interpretados en común, que a su vez conforman códigos con un sentido definido. Es decir que, al igual que explica Berlo, para que se puedan entender los mensajes, se debe contar con “*tres factores: código, contenido y tratamiento*”⁴⁸⁰.

⁴⁷⁹ Op. Cit. MALDONADO Willman, Héctor; 1998. P. 22.



Y Entendiendo a:

- ☒ **código** como la estructura en que se sistematizan los signos para que se puedan interpretar o convertir en un lenguaje (español, alemán, musical, pictórico, etc),
- ☒ **contenido** como a todas las ideas, el material y los propósitos que componen el mensaje; y,
- ☒ **tratamiento** como a la forma en que el mensaje se expone para facilitar su entendimiento (énfasis, admiraciones, entonaciones, ritmos, tonos, volúmen, etc.);

se puede analizar que Chuck y sus colegas emplean como código al lenguaje hablado (que en este caso es el inglés, pero se toma una película traducida al español), basado en los signos del alfabeto. Además, el contenido gira en torno a tres temas ya citados: un retraso laboral, la ingerencia y el hecho de brindar el apoyo moral a Stan; donde el primero se trata con enojo de parte de Chuck, la segunda con vergüenza y en un tono de broma, y la tercera con una emotividad de solidaridad y tristeza.

Por otro lado, tomando en cuenta en que la fuente es “*el origen del mensaje y puede ser un suceso, cosa, animal, persona o grupo de personas*”⁴⁸¹, es factible deducir que ésta se trata tanto de la enfermedad de la esposa de Stan en la tercera parte, como de la botella que introducen al avión, como de un camión de carga que no llegó a tiempo para entregar su pedido.

Aunque en muchos de los casos, la fuente es el comunicador que inicia la charla, en éste se trata de sucesos que ocurrieron con anterioridad o cosas que se presentan durante la acción.

Y durante la acción intervienen los dos factores comunicativos más importantes del fenómeno: el comunicador (*emisor*) y el comunicado (*receptor*). Éstos son los responsables en hacer progresar la comunicación, no obstante en esta escena, ninguno de los personajes juega sólo un papel en específico; sino que los tres adoptan los roles de ambos factores; por motivo de que ambos emiten información relevante y en determinado momento suelen callar para escuchar y ser comunicados.

Por ejemplo cuando empieza la escena, Stan al preguntar: *-¿Perdiste el último camión por dos minutos?*, éste de inició toma el título de comunicador porque genera una pregunta con la intención de que se le responda y, al mismo tiempo produce una retroalimentación en Chuck Noland, quien le confirma: *- ¡Dos minutos. De hecho ni siquiera eso!* Y en el instante en que Chuck le responde, Stan se convierte en comunicado.

Más adelante, Stan vuelve a adoptar las funciones del comunicador, tras ser interrogado por Gwen sobre su pareja y describir el estado de salud de la misma: *-Mmmhhh, bueno aún no nos han dicho nada, estuvo con el doctor ayer y no hay Metá..metástasis. Por ahora eso es todo, tan sólo queda esperar; y cumple como receptor al recibir la solidaridad de Gwen: -Cuánto lo siento. ¿Podrías decirle que iré a verla en mi siguiente descanso? Quiero que sepas que todos hemos estado pensando en ustedes y orando.*

⁴⁸⁰ *Op. Cit.* BERLO, David K.; 1992. P. 11.

⁴⁸¹ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1998. P. 24.



Además, en este momento se efectúa un caso de: Comunicación Involuntaria; debido a que, a pesar de que Chuck no participa en ésta última conversación, éste sí recibe la información, se entera de la gravedad clínica de la esposa de su compañero y con ello, se queda meditando; provocando una reflexión interna o una comunicación intrapersonal por parte del mismo Noland. Es decir: se produce una retroalimentación en alguien que involuntariamente participó en dicha acción comunicativa.

Por su parte, en esta ocasión el canal por el que los factores comunicativos envían sus mensajes es natural; ya que la comunicación es directa y no intervienen aparatos ni canales trasmisores (como: la radio, frecuencias modulares, canales televisivos, sistemas computacionales, unidades de chateo, etc.).

Basados en un canal natural; la voz (el habla), expresiones faciales (las sonrisas) y posturas (cuando Gwen se cruza de brazos); estos '*medios*' transportan los mensajes de una persona a otra, generando como reacción que se contesten y que se efectúe una interacción basada en preguntas y aseveraciones. Sin embargo, para que dicha retroalimentación se origine y los signos obtengan una forma y valor, durante el diálogo son necesarios los procesos de codificación de los mensajes.

El primero: la encodificación, concebida a partir de la intención del comunicador, se trata del hecho de "*Formular un mensaje siguiendo las reglas de un código*"⁴⁸². Y el segundo: la decodificación, surgida a raíz del entendimiento de dicha intención inicial, se manifiesta al: "*Interpretar o traducir la información que se recibe a través de un lenguaje*"⁴⁸³. Sabiendo lo anterior, en este caso cabe analizar un momento muy interesante que no hace referencia a un código basado en un lenguaje con reglas gramaticales y significados estrictos; sino en sobrentendidos y posturas.

En sí, se habla sobre el momento en que Gwen entra al compartimiento de pasajeros donde se encuentran Chuck y Stan, y ésta los ve ingiriendo vino; cuestión que supuestamente no deben hacer en el horario laboral. En esta situación, al ser sorprendidos estos dos, se ejecuta el primer proceso de codificación justo cuando Stan, jugando, trata de ofrecer una especie de disculpa por medio de una mentira al decirle a la chica: *-Oye Gwen, no me veas así, es sólo jugo de uva, ¿no Chuck?*

Posteriormente Gwen decodifica el mensaje y como respuesta, cruza los brazos como acto de sorpresa y al final añade un: *-Sí, claro*, como muestra de que no les cree nada en relación con lo que aparentemente dicen beber; especialmente porque, al igual que una doble negación trae como resultado una afirmación, en los sobreentendidos, una doble afirmación configura una negación o un sentido de sarcasmo y falsa credulidad. En este sentido, por medio de una sonrisa un tanto desacarada y divertida, Chuck también sobreentiende la broma de Stan y '*sin dar el brazo a torcer*' la continúa tras corroborar: *-Sí, esto es jugo de uva, cosecha 92*. Aunque en este instante Chuck se sincera y agrega, en parte, que es lo que están bebiendo realmente

Las risas posteriores de Stan vuelven a encodificar esta sutil mentira que ya se sabe: la cuestión de que se hallan tomando bebida prohibidas durante el trabajo. Y el hecho de que le diga: *-Y te ofrecería probarlo, pero alguien debe volar el avión*; además de la botella y la bolsa de papel reciclado (misma que también comunica algo al haberse convertido en un estereotipo de bolsa que normalmente muestran los '*media*' para hacer alusión de que una botella de alcohol está en su interior), demuestra que se trata de un líquido no apropiado para alguien que debe mantener la concentración en su trabajo y que le restringen siquiera '*tomarse una copita*'.

⁴⁸² *Op. Cit.* FONSECA Yerena, Maria del Socorro, 2000. p. 10.

⁴⁸³ *Ibidem.*



Asimismo, existe una frase muy utilizada por los niños la cual dice: *'no oigo nada, soy de palo y tengo orejas de pescado'*. Ésta comúnmente se emplea para fingir que uno no está escuchando o niega algo. En este caso, el decir: *'...soy de palo'*, insinúa que la persona finge no percatarse de la situación, y con este sobreentendimiento se complementa el enunciado que le precede: *'-Yo no oigo, ni veo ni hablo...'* Con esta oración y los movimientos que hace con la cabeza de un lado a otro (de negación), Gwen se desentiende de haber visto a sus compañeros de trabajo ingerir vino, refuta la idea de acusarlos y rehúsa el hecho de provocar algún reporte que los perjudique.

De esta manera, sin presentarse un lenguaje bien definido, correcto o sistematizado con sabe en reglas rígidas y herméticas; parece haber un común acuerdo sobre lo que se encuentran discutiendo y, por tanto: **hay comunicación.**

Y ante ello se genera en la siguiente escena, una respuesta con una serie de efectos muy interesantes a describir basados en la retroalimentación que tuvo Chuck por el caso de comunicación involuntaria, previamente citada.

| ESCENA 2: PREOCUPACIÓN POR LA ESPOSA DE STAND, DE PARTE DE CHUCK ("11:28 minutos") | |
|---|--|
| <u>OP. PERMANECE EN FONDO SONIDOS DE UN PUERTO AÉREO DE FEDEX</u> | |
| CONTES- TADORA: CHUCK: | <i>(Chuck se encuentra en las pistas de aterrizaje de un aeropuerto de FEDEX, marcándole a Kelly por celular, pero le contesta una contestadora electrónica y decide colgar. En tanto, Stan se acerca a él; y ambos se sientan sobre un carrito de equipaje)</i> Hola, habla Kelly. Si buscas a Chuck presiona 1, sino deja mensaje. Gracias. Stan... Oye, uh. He sabido de... he sabido de un doctor en Emory, Atlanta. Se supone que es el mejor. Atendió a la esposa de Frank Toretto. Frank Toretto el Analista de Sistema, jugó en el torneo de <i>'softball'</i> el día del trabajo. Lo conoces. |
| STAN: CHUCK: | <i>(Aparece atrás un edificio con publicidad de FEDEX, mediante un anuncio luminoso)</i> <i>(Negando con la cabeza, con movimientos de izquierda a derecha)</i> No, No creo. <i>(Llevándose la mano derecha a la cara y haciendo gestos)</i> En resumen es el mejor. Lo que se me ocurre es que podría conseguir su número, del Doctor y, ponernos en contacto... De seguro te ayudará. Lo vencerá. |
| STAN: CHUCK: STAN: | Gracias Chuck. <i>(Suspira)</i> Conseguiré su número. Gracias. |

Recordando concretamente al *'feedback'* como: *"La reacción del receptor ante el mensaje recibido"*⁴⁸⁴ (aunque fuera un receptor involuntario), cuando Chuck Noland comienza a escuchar el apoyo moral de Gwen, se produce en ésta una retroalimentación muy larga y profunda que se ve proyectada en la expresión de su rostro. Ésta tiene un carácter positivo, ya que no varía el sentido de la comunicación

⁴⁸⁴ Op. Cit. MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P. 24.



conforme al asunto planteado (apoyar a Stan), y estimula el acto comunicativo para darle continuidad hasta en un mediano plazo.

Además, se provoca el efecto en Chuck de sentirse comprometido en ayudar a su amigo para que se mejore el estado de salud de su esposa; esto tras comentarle que él: ha *-sabido de un doctor en Emory, Atlanta*. [Que se] *supone que es el mejor*, el cual lo ayudará a vencer el padecimiento. Incluso Noland le promete llegar a conseguir el número telefónico de dicho doctor:

-Lo que se me ocurre es que podría conseguir su número, del Doctor y, ponernos en contacto... De seguro te ayudará. Lo vencerá... Conseguiré su número.

En la escena 1 cuando Gwen conversa con Stan, se originan varias reacciones; entre ellas la retroalimentación reflexiva de Chuck, el efecto del comentario que le hace éste a Stan en la escena 2, las múltiples respuestas entre Gwen y Stan cuando hablan de Marry; y otras.

Y ya comprendiendo que un efecto o reacción es: *“El proceso de... retorno de la comunicación y [que] desempeña un papel muy importante porque nos dice cómo se están interpretando nuestros mensajes”*⁴⁸⁵; se puede decir que durante el transcurso de estas dos escenas, todo el tiempo se están generando reacciones ya sea inmediatas o mediatas.

Por ejemplo, el hecho de que Stan le responda a Gwen sobre como sigue su esposa, que Gwen modifique sus mensajes para hacerle saber que se interesa por ella y que Stan le agradezca su preocupación y oraciones; son el resultado de una serie de retroalimentaciones positivas que se están llevando a cabo todo el tiempo; pero principalmente, son efectos intencionales producidos de modo inmediato (a corto plazo) que encausan que la comunicación fluya a corto plazo; y hasta a mediano plazo, como cuando ocurre lo del *‘apoyo de Chuck’*, justo después de aterrizar y salir del avión.

En cierto modo, es un hecho que en todo envío de mensajes, se generan reacciones intencionales o no intencionales (a corto, mediano o largo plazo), dependiendo el grado de comprensión de los mismos y su carácter (positivo o negativo). Y tales reacciones pueden ser producto también de una redundancia, misma que es necesaria cuando el mensaje ha sido mal interpretado, o cuando requiere de un refuerzo y reiteración para conseguir una comprensión completa.

Redundancia: *“será lo que se diga o vea en demasía, en relación con lo estrictamente necesario para la mejor comprensión de un mensaje, por unos o varios receptores”*⁴⁸⁶

Dentro de la escena número dos, se observa un caso de redundancia realizado por Chuck en el momento en que le intenta explicar a Stan que él conoce de un médico que puede ayudar a su esposa. Esto lo hace luego de comentarle que dicho especialista de la salud, ayudó a la esposa de otro de sus compañeros con éxito.

⁴⁸⁵ *Op. Cit.* SCHRAMM, Wilbur; 1969. P. 8.

⁴⁸⁶ *Op. Cit.* GONZALEZ Alonso, Carlos; 1984. P. 11 y 82.



-Stan... Oye, uh. He sabido de... he sabido de un doctor en Emory, Atlanta. Se supone que es el mejor. Atendió a la esposa de Frank Toretto. Frank Toretto el Analista de Sistema, jugó en el torneo de 'softball' el día del trabajo. Lo conoces.

Y tras resumirle lo siguiente: -...En resumen es el mejor. Lo que se me ocurre es que podría conseguir su número, del Doctor y, ponernos en contacto... De seguro te ayudará. Lo vencerá.

Por otro lado, en el film se presentan otras cosas que no tienen que ver con la comunicación eficaz; sino más bien, con cuestiones que la inhiben. Estas interferencias son "todo aquello que distorsiona la información transmitida al receptor o aquello que lo distrae de recibirlo"⁴⁸⁷ (traducción al español), y se les puede conocer como ruido.

En el caso de la escena 2 se puede apreciar una especie de ruido mezclado del canal y de tiempo (ver páginas 119 y 120⁴⁸⁸), con el siguiente diálogo y contexto:

| ESCENA 2: PREOCUPACIÓN POR LA ESPOSA DE STAND, DE PARTE DE CHUCK ("11:28 minutos") | |
|---|---|
| <u>OP. PERMANECE EN FONDO SONIDOS DE UN PUERTO AÉREO DE FEDEX</u> | |
| CONTES- TADORA: | (...) <i>(Chuck se encuentra en las pistas de aterrizaje de un aeropuerto de FEDEX, marcándole a Kelly por celular, pero le contesta una contestadora electrónica y decide colgar. En tanto, Stan se acerca a él; y ambos se sientan sobre un carrito de equipaje)</i> Hola, habla Kelly. Si buscas a Chuck presiona 1, sino deja mensaje. Gracias. |

En esta situación, al intentar Chuck llamarle por teléfono a su casa, existe un ruido del canal y de ausencia que le impide comunicarse con ella. Es decir que éste no lo logra comunicarse, ya que primero, ésta no se encuentra en casa (*ruido de ausencia y tiempo*); y segundo, como obstructor (*o ruido del canal*), a cambio se presenta una contestadora automática que responde a la llamada para fungir como receptor de su mensaje.

A su vez, aparte del ruido, en este momento se materializa un caso de comunicación intermedia en el instante en que Chuck se intenta comunicar con Kelly mediante un teléfono. Sin embargo, otro caso en donde se presentan de una forma más tangible estas dos cuestiones comunicacionales, es dentro de la película "*Cansada de Besar Sapos*"⁴⁸⁹ (a analizar más adelante), en el minuto: "10:05 minutos".

⁴⁸⁷ Op. Cit. TUBSS, Stewart L. y Moss Sylvia; 2000. Pp. 12-13.

⁴⁸⁸ **1) RUIDO A CAUSA DE LA AUSENCIA Y EL TIEMPO:** Es cuando el receptor no se encuentra en el tiempo correcto para interceptar el mensaje; y cuando entre el comunicador y el comunicado existe un periodo de tiempo indeterminado durante la transferencia del mensaje

2) RUIDO DEL CANAL O TÉCNICO: Es cualquier obstrucción posible que se presenta dentro del conducto por el cual se transmite el mensaje y que lo deforma o elimina en mayor o menor medida.

⁴⁸⁹ COLÓN, Jorge; [...et. al.]. *Cansada de besar sapos*. México: Buena Vista International; 2006. Tiempo: 23:05"



3.2.3.2 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL (DE INDIVIDUO A INDIVIDUO) Y SUS EFECTOS PRODUCIDOS POR LA COMUNICACIÓN DE LAS EMOCIONES

En la siguiente escena Noland va a visitar a su amigo Stan para buscar cierto un apoyo moral, o simplemente para desahogarse; ya que minutos antes, éste había visto a su antigua novia (Kelly), y tomado la decisión de alejarse para que ella pudiera estar con su familia sin que Chuck interviniera.

La herramienta que se utiliza dentro de esta tercera escena es el lenguaje y éste, además de ser un instrumento de comunicación, es ante todo: *“un instrumento de socialización, [con el cual] se expresan, se dicen, se realizan y se transfieren las significaciones de la sociedad”*⁴⁹⁰.

Por otro lado, es importante indicar que el lugar que ocupa el lenguaje dentro de la experiencia humana es imprescindible; por razón de que: sirve como utensilio de enlace para que las personas se relacionen unas con otras, es un agente determinante para la constitución de la personalidad, ayuda a configurar la realidad (subjética, propia de cada individuo), permite la adquisición de la conciencia del “yo” y del “otro”; sin mencionar que, es gracias al dialogo, que se efectúa una reciprocidad de estímulos externos e internos (esto es: el intercambio entre dos o más, de la percepción que tiene cada individuo del mundo y de la concepción de sí mismo, basándose en una comunicación lingüística).

En la transcripción de la escena que ocurre a los “2:08:20 minutos” del film; se puede identificar otro fenómeno de comunicación interpersonal (oral), entre Chuck y Stan. Y cabe señalar que la misma se puede describir como *“una situación de interacción en la cual un individuo (el comunicador) transmite, en un contexto cara a cara, estímulos para modificar la conducta de otros individuos”*⁴⁹¹.

A pesar de que esta tipología se basa en la interacción del emisor con el receptor y su intercambio de papeles, en esta escena número 3, se observa que un fenómeno semejante no existe como tal; por motivo de que cada personaje funge únicamente un papel.

Es decir, que en este caso en particular, Chuck tiene el papel de emisor, mientras que Stan sólo se dedica a recibir e interpretar la información como receptor⁴⁹². Además, como la comunicación interpersonal se soporta en lo que decimos y hacemos, durante su accionamiento, intervienen la comunicación verbal y no verbal.

Y para poder comprender mejor este tipo de comunicación es preciso tener un conocimiento sobre el dialogo que se generó en la escena, el cual se desarrolló de la siguiente manera:

| | |
|--|--|
| ESCENA 3: CHUCK SE ENCUENTRA EN A CASA DE STAN Y PLATICAN SOBRE SU NAUFRAGIO Y KELLY (“208:20 minutos”) | |
| <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE LLUVIA Y PERMANECEN DURANTE TODA LA ESCENA</u> | |
| | |

⁴⁹⁰ CASTORIADIS, Cornelius. *Las crisis de las identificaciones*. En *El ascenso de la insignificancia*. Barcelona: Editorial Frónesis, 2001. P.124.

⁴⁹¹ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.47.

⁴⁹² Se entiende como emisor a *“la persona que emite o envía el mensaje”*, mientras que el receptor es aquella *“persona o grupo de personas a quien se dirige el mensaje”*. Basado en: *Op. Cit* FONSECA Yerena, María del Socorro; 2000. P.10.



| | |
|---------------|--|
| <p>CHUCK:</p> | <p><i>(Chuck se encuentra sentado en un sofá a un lado de Stan, con una bebida en la mano; y comienza a conversarle sobre su estadía en la isla y sus emociones, mientras Stan lo escucha)</i></p> <p><i>(Triste y con nostalgia)</i> Ambos consideramos los hechos... Kelly tomó una decisión, sabía que tenía que olvidarme, y yo lo entendí... que la... había perdido, porque nunca iba a salir de esa isla, iba a morir ahí, totalmente solo... creí que me iba a pasar algo o me enfermaría. La única elección que tenía, lo único que podía controlar era cuándo y cómo, y donde iba a pasar así que... hice una cuerda y subí a la cima para colgarme, allá. Antes lo había probado, claro, tú me conoces; el peso del tronco venció la rama del árbol, así que ni siquiera pude matarme como quería, no tenía poder sobre nada... y fue cuando tuve la sensación de un cobertor caliente... sabía que por algo tenía que continuar con vida, lo intuía; tenía que seguir respirando aunque no tuviera razón alguna, porque mi lógica me decía que no volvería a ver este lugar.</p> <p><u>OP. ENTRA EN FONDO MÚSICA INSTRUMENTAL Y PERMANECE HASTA EL FINAL DE LA ESCENA</u></p> |
| <p>CHUCK:</p> | <p>Y fue lo que hice, conservar mi vida, seguir respirando. Y un día esa lógica resultó equivocada, porque llegó la marea, me trajo una vela y ahora aquí estoy, he vuelto... a Memphis. Estoy hablándote, tengo hielo en mi vaso... y la he perdido una vez más. Estoy tan triste porque ya no tengo a Kelly y tan agradecido por haber estado conmigo en la isla, y sé que tengo que hacer ahora... seguir respirando porque mañana volverá a salir el sol y quien sabe que traiga la marea.</p> |

En primer lugar podemos ver que el protagonista, se encuentra sentado en un sofá con una bebida en la mano mientras le platica a Stan sobre la isla y su regreso a la ciudad; es decir, por todo lo que ha tenido que pasar. Así pues, el estar con la bebida en la mano alude a un sentimiento de tristeza; ya que, se sabe simbólicamente y por los significados que nos da la sociedad, que el alcohol no sólo sirve para desinhibir y estar “*en ambiente*” en alguna reunión; sino que también alude a la tristeza, al querer olvidar situaciones dolosas, frustraciones, entre otras cosas.

Chuck entabla diferentes temas en esta escena. El primero es sobre su ex novia Kelly, el cual dice: - *Ambos consideramos los hechos... Kelly tomó una decisión, sabía que tenía que olvidarme, y yo lo entendí... que la... había perdido, porque nunca iba a salir de esa isla, iba a morir ahí, totalmente solo... creí que me iba a pasar algo o me enfermaría.* Aquí se puede describir a un Chuck triste, sin esperanzas; resignado tal vez a la pérdida de su novia, a la impotencia de haber estado tanto tiempo en esa isla y haber perdido al amor de su vida... enojado por no haber podido hacer nada para cambiar eso.

Sin embargo también puede verse que Chuck esté en un duelo en ese momento, duelo por la pérdida de su amor, Kelly. El **duelo** es “*la reacción a la pérdida del ser amado o de una abstracción equivalente, la patria, la libertad, el ideal, etcétera*”⁴⁹³. Sobre esto se puede interpretar que para la persona, el ser amado ya no existe, ya no puede ser, y es ahí cuando la libido demanda un abandono a

⁴⁹³ FREUD, Sigmund. *Duelo y Melancolía*. En: *Obras completas de Sigmund Freud*. Edición completa: Tomo XCIII. México. Ediciones Nueva Héliade, 1999. P. 26.



todas las relaciones con la persona que se fue. Aunque, de forma irónica, es gracias a esta demanda que surge una resistencia a la misma, puesto que el hombre no abandona con tanta facilidad sus sentimientos y sus objetos amorosos.

Por todo esto, es considerable comprender así esta situación, porque Chuck se aferra tanto a hablar sobre Kelly que se resiste a perderla, aún sabiendo que ya nunca la tendrá. Él no quiere perderla y por eso sufre, al grado de revelar o comunicar su pesar a través su mirada, gestos y estado de ánimo.

Otro de los temas que aborda Chuck, es sobre su estancia en la isla; en donde se puede apreciar que padecía de depresión. En aquella tierra incomunicada ya no tenía por que vivir, por motivo de que, a lo mejor, no regresaría jamás a su hogar.

Chuck le relata esto a Stan de la siguiente forma: *-La única elección que tenía, lo único que podía controlar era cuándo y cómo, y donde iba a pasar así que... hice una cuerda y subí a la cima para colgarme, allá antes lo había probado, claro, tú me conoces; el peso del tronco venció la rama del árbol, así que ni siquiera pude matarme como quería, no tenía poder sobre nada...*

Aquí es posible notar una gran desesperación en Chuck al no poder controlar nada de lo que le pasaba. Se podría decir que para él, el estar en esa isla se asemejaba mucho a una prisión; por razón de que no podía salir ni escapar a ninguna parte, no tenía cómo y ni siquiera podía matarse. Esas eran cosas ajenas a su voluntad con las cuales no podía hacer nada al respecto, ya que si lo intentaba, se veía la posibilidad de terminar mal herido; y de ser así, sería doble el sufrimiento que viviría y sólo le quedaría esperar hasta que muriera de alguna infección, de hambre, inanición o alguna cosa peor.

Más adelante este personaje interpretado por Hanks, reitera el tema de Kelly, el haberla perdido: *-... he vuelto... a Memphis. Estoy hablándote, tengo hielo en mi vaso... y la he perdido una vez más. Estoy tan triste porque ya no tengo a Kelly y tan agradecido por haber estado conmigo en la isla...*

Nuevamente aquí se vuelve a ver el duelo por el que pasa Chuck Noland, y cómo él siente que es la segunda vez que pierde a Kelly; debido a que la primera la consideró cuando naufragó y todos lo habían creído muerto; y esta segunda tenía que ver con su regreso, al enterarse que Kelly ya estaba casada y tenía una hija. Aunque, al mismo tiempo da las gracias al hecho de que Kelly haya estado con él en la isla; esto puede referirse a que Kelly estaba ahí en sus pensamientos; siendo el motor de supervivencia de Chuck, su motivo para volver y primordialmente para no rendirse.

3.2.3.3 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL (DE INDIVIDUO A GRUPO) EN CONCORDANCIA CON LA ORGANIZACIONAL

El protagonista de esta película trabajaba en una empresa de correo 'express' llamada FEDEX, en donde al parecer se dedicaba a la dirección y chequeo de los paquetes; es decir, él tenía que viajar a distintos países, organizar a los trabajadores y supervisar que todos los paquetes fueran colocados en el avión correcto para ser enviados a su destino a tiempo.

De esta manera, en otra escena más, Chuck se encuentra en Rusia ofreciendo a su personal de trabajo una plática sobre el desempeño que deben tener en su labor. Dicha escena se desarrolla así:

ESCENA 4: CHUCK HABLA CON LOS TRABAJADORES DE FEDEX EN RUSIA CON AYUDA

**DE UN INTÉRPRETE (“05:11”)****OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE ALMACÉN**

| | |
|-------------|---|
| CHUCK: | <p><i>(Un niño llega a la compañía FEDEX en Rusia con un paquete mientras Chuck habla con sus trabajadores, y al mismo tiempo esta poniendo un cronometro electrónico en la pared.)</i></p> <p>El tiempo... nos acosa sin misericordia, no le importa si estamos sanos o enfermos, hambrientos o ebrios, si somos rusos, norteamericanos o de Marte, el tiempo es como el fuego, puede destruirnos o puede calentarnos, y por eso toda oficina tiene un reloj, porque vivimos o morimos con el reloj; jamás le damos la espalda y nunca nos daremos el lujo del pecado de perder la noción del tiempo (<i>Baja de las escaleras</i>). La hora local es (<i>Ve su reloj</i>) la 1:56, eso significa que tenemos tres horas y cuatro minutos (<i>Con un control pone el tiempo que les queda en el reloj que acaba de poner</i>) para terminar de separar paquetes, es lo que tenemos, ese es el tiempo que tenemos, antes de que este implacable y maldito capataz (<i>Señala un reloj</i>) trate de impedir que tengamos éxito.</p> <p><i>(Chuck Noland voltea a un lado y ve al niño)</i></p> |
| CHUCK: | <p>¡Ey, Nicolai! (<i>Va con el niño y agarra el paquete</i>) ¡Hola! Me da gusto verte (<i>Le agarra la cabeza al niño y lo lleva caminando hasta una maleta</i>) ¿Cómo estás? ¡Mira lo que has hecho! Acabas de entregar tu primer paquete FEDEX, y eso merece (<i>Abre la maleta, la cual tiene muchos dulces y regalos</i>) algo especial como una barra de chocolate y... un reproductor de discos y un CD para escuchar, toma (<i>Le da al niño sus regalos</i>)... Elvis Presley (<i>Toma el paquete que le llevo el niño</i>). 50 millones no pueden equivocarse, todos lo reconocen ¿o no? (<i>Saca una navaja y empieza a abrir el paquete</i>). Me tomé la libertad de enviármelo yo mismo, lo envié por FEDEX antes de salir de Memphis, todos se preguntarán que habrá aquí, ¿Qué podría haber... planos arquitectónicos, tal vez dibujos técnicos o... un nuevo tapiz para poner en el baño? Y es... un reloj (<i>Se lo muestra a los trabajadores</i>)... el cual eché a andar en cero y ahora tiene 87 horas, 22 minutos, 17 segundos, desde Memphis, América a Nicolai en Rusia, 87 horas... 87 horas es un penoso desastre, éste es un contador para hacer huevos ¿Y si hubiera sido otra cosa? (<i>Empieza a caminar viendo a los trabajadores</i>) ¿Un cheque de sueldo, o una caja de moras, o papeles de adopción? Cada 7 horas es una eternidad, ¡El cosmos se creó en menos tiempo! ¡Han habido guerras, han caído naciones en 87 horas, fortunas hechas y malgastadas! (<i>Se voltea hacia el intérprete y deja el reloj en una mesa, escucha y ve al interprete hablando con los trabajadores y haciendo movimientos con las manos como manejando y se dirige a él</i>) ¿Qué? ¿Qué estás hablando sobre mí?</p> |
| INTERPRETE: | <p>¡Mmmhh!... lo que quieren escuchar, este hombre cuando su camión se averió, robó la bicicleta de un niño para hacer su entrega</p> |
| CHUCK: | <p>La tomé prestada, me prestó un niño su bicicleta y fui a entregar mis paquetes y eso es lo que tendrán que hacer, tendrán que hacer lo que se necesite porque en tres horas y 2 minutos más (<i>Señala el reloj</i>) cada uno de estos paquetes tendrán que estar en el camión (<i>Se acerca al camión y lo señala</i>), y camino al aeropuerto.</p> |

**OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE PERSONAS TRABAJANDO EN EL ALMACÉN APURADOS Y MÚSICA INSTRUMENTAL Y PERMANECE DURANTE TODA LA ESCENA**

(Pasa tiempo y sólo faltan 15 minutos, Chuck empieza a ponerse su chamarra mientras se dirige a todos los trabajadores)

CHUCK: ¡15 minutos, corre tiempo, corre tiempo! ¡Dense prisa! ¡Cada paquete al camión del aeropuerto!
 ¡Apresúrense!
 ¡Muévanse, vamos, vamos, de prisa!

NICOLAI: Tenemos un problema

CHUCK: ¿Cuál?

EMPLEADO: El de la Plaza Roja se paró

CHUCK: ¿De qué hablas?

EMPLEADO: ¡Se paró!

CHUCK: ¿Por qué? ¿Por nieve, hielo o qué?

EMPLEADO: Se paró, eso no es importante, el del Kremlin con muchos paquetes *(Una empleada le da una libreta al trabajador)*

CHUCK:

EMPLEADO:

Como podemos ver, se trata de una comunicación interpersonal, de individuo a grupo. Entendiendo por grupo a toda aquella “*unidad social formada por individuos que mantienen relaciones interpersonales, que persiguen propósitos semejantes y que desarrollan vínculos afectivos de diferente nivel e intensidad*”⁴⁹⁴.

Este tipo de comunicación (interpersonal de individuo a grupo) es “*la que ocurre cuando un conjunto de personas conforman una unidad prácticamente identificable y realizan transacciones de mensajes [mediante un individuo a grupo], para la interacción, convivencia y desarrollo del grupo en busca del cumplimiento de sus metas*”⁴⁹⁵.

Esto se puede contemplar en la escena anterior, puesto que Chuck se encuentra dando una serie de instrucciones e ideas de superación a los trabajadores para animarlos a que cumplan con su trabajo; y así puedan cumplir la meta de entregar los paquetes en tiempo y forma: -... *tenemos tres horas y cuatro minutos para terminar de separar paquetes, es lo que tenemos, ese es el tiempo que tenemos...*

También es posible hablar aquí de la presencia de comunicación organizacional, ésta es una forma de comunicación interpersonal, pero con algunas características diferentes. Primeramente, porque hay una “*interacción cara a cara, enfocada, que utiliza todos los sentidos y proporciona una realimentación inmediata*”⁴⁹⁶.

⁴⁹⁴ *Op. Cit.* DE LA MORA Medina, José; 2001. P.166.

⁴⁹⁵ *Op. Cit.* MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.47.

⁴⁹⁶ *Op. Cit.* BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O.; 1983. P.32.



Además, dentro de este tipo de comunicación los integrantes tienen “*plena conciencia de formar parte de una organización... si está incluido, se ve obligado a comunicarse mediante ciertas formas prescritas*”⁴⁹⁷. Por último, las organizaciones “*poseen miembros que interactúan, ocupan diversas posiciones sociales y desempeñan roles sociales*”⁴⁹⁸.

Se puede apreciar ciertos diálogos dentro de la escena para poder comprender mejor este tipo de interacción, y cómo es que Chuck dirige a los trabajadores para lograr la meta de la empresa FEDEX:

-... el tiempo es como el fuego, puede destruirnos o puede calentarnos, y por eso toda oficina tiene un reloj, porque vivimos o morimos con el reloj; jamás le damos la espalda y nunca nos daremos el lujo del pecado de perder la noción del tiempo... -... me prestó un niño su bicicleta y fui a entregar mis paquetes y eso es lo que tendrán que hacer, tendrán que hacer lo que se necesite porque en tres horas y 2 minutos más cada uno de estos paquetes tendrá que estar en el camión y camino al aeropuerto. -... ¡15 minutos, corre tiempo, corre tiempo! ¡Dense prisa! ¡Cada paquete al camión del aeropuerto!

Por otro lado, es necesario puntualizar que la sociedad moderna está integrada por una multitud de organizaciones: gubernamentales, de salud, religiosas, políticas, industriales, entre otras. En la vida influyen todas ellas de modo importante, y a menudo, de la eficacia con que funcionan depende el bienestar y salud social. Sobre ello hace referencia Chuck cuando les habla a los trabajadores de la importancia del tiempo y de que lleguen los paquetes lo antes posible (esto ocurre en el momento en que Noland recibe y abre un paquete que se había mandado él mismo antes de salir de Estados Unidos):

- Me tomé la libertad de enviármelo yo mismo, lo envié por FEDEX antes de salir de Memphis, todos se preguntarán que habrá aquí, ¿Qué podría haber... planos arquitectónicos, tal vez dibujos técnicos o... un nuevo tapiz para poner en el baño? Y es... un reloj el cual eché a andar en cero y ahora tiene 87 horas, 22 minutos, 17 segundos, desde Memphis, América a Nicolai en Rusia, 87 horas... 87 horas es un penoso desastre, éste es un contador para hacer huevos ¿Y si hubiera sido otra cosa? ¿Un cheque de sueldo, o una caja de moras, o papeles de adopción? Cada 7 horas es una eternidad, ¡El cosmos se creó en menos tiempo! ¡Han habido guerras, han caído naciones en 87 horas, fortunas hechas y malgastadas!

Asimismo, es substancial citar que Chuck no lograría ningún impulso laboral sobre su gente mediante comunicación para optimizar su trabajo, de no ser por que en él recae un grado de jerarquía y poder; sabiendo en claro que “*el poder aparece como un constitutivo de un modo de producción. El capitalismo no podría haberse dado sin el ejercicio de un poder específico que consistió en recluir a los hombres en ciertos espacios (fábrica, casa, escuela, prisión asilo, hospital) para lograr transformar el tiempo de los sujetos en tiempo de trabajo*”⁴⁹⁹... Y que: “*Los empleados de una industria logran el rendimiento óptimo y están plenamente satisfechos con un trabajo enriquecido, sólo si desean el crecimiento personal y están contentos con otros factores como el sueldo y las relaciones sociales en el*

⁴⁹⁷ *Ibidem.*

⁴⁹⁸ *Ibidem.*

⁴⁹⁹ GARCÍA Canal, María Inés. *Poder, Institución y Estado*. En *Foucault y el Poder*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2002. P. 11.



*seno de la empresa. Son menos productivos aquellos a quienes su puesto les parece muy motivador, pero no buscan el desarrollo personal y se sienten molestos con la empresa*⁵⁰⁰.

Esto se puede verificar por razón de que Noland, durante la plática con los trabajadores, trata de animarlos para que cumplan con su trabajo (es decir, les genera o propaga estímulos activos), dándoles elementos importantes para que ellos reciban y comprendan el mensaje. Esto también lo hace con un niño en otra parte de la escena, justo en el instante en que el infante llega con un paquete y lo apremia por entregárselo eficientemente:

-... ¡Mira lo que has hecho! Acabas de entregar tu primer paquete FEDEX, y eso merece algo especial como una barra de chocolate y... un reproductor de discos y un CD para escuchar, toma... Elvis Presley.

Por otra parte, observando el comportamiento de Chuck con los trabajadores en el ámbito empresarial, se puede decir que este personaje se interesa principalmente por los resultados finales; esto es, por que los envíos no lleguen con retrasos. Con ello se distingue que este protagonista, creó que el sentido del “logro” permite a las personas conducir su propio trabajo; además de que se esfuerza para que los trabajadores se interesen en alcanzar las metas, ello tras celebrarles sus logros.

Aunado a lo anterior, este líder considera que es suya la responsabilidad del trabajo que desempeñen los empleados, así como del éxito que se obtenga en la entrega de los paquetes. Le gusta supervisar y checar que las cosas se hagan bien, se interesa por el desempeño de los trabajadores y que el trabajo sea cooperativo; así como también, que las normas se sigan al pie de la letra.

3.2.3.4 COMUNICACIÓN INTRAPERSONAL

La siguiente escena, número 5, se presenta cuando Chuck está en la isla tratando de crear fuego; al no poderlo lograr y cortarse la mano, él se enoja y agarra un balón de voleibol con la mano ensangrentada y la avienta; después de calmarse va por la pelota y se percata de que quedó marcada su mano en el balón, por lo que decide hacerle ojos, nariz y boca. Más adelante empieza a hablar con él y le da el nombre de “Wilson”.

Este nivel de comunicación se llama intrapersonal, porque es “una transacción de comunicación que tiene lugar dentro del individuo... es hablar consigo mismo”⁵⁰¹. “Esto es posible porque el individuo puede transformar los mensajes externos en signos o símbolos internos; mensajes que están sujetos a su interpretación”⁵⁰².

Este tipo de comunicación la vemos en toda la escena; pues Noland se encuentra sólo en la isla, pero hay momentos claves para su identificación, como cuando logra crear fuego y se pone a cantar, y después comienza a gritar que produjo fuego:

-... El tiempo de dudar terminó, jajaja... el tiempo de enlodarse ya pasó... inténtalo, no hay nada que perder, porque... ya no podremos elevarnos, ven mi fuego a

⁵⁰⁰ GROSS, Richard D. *Psicología: La ciencia de la mente y la conducta*. México: Manual Moderno, 2004. P. 182.

⁵⁰¹ *Op. Cit.* BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O.; 1983. P. 29.

⁵⁰² *Op. Cit.* DE LA MORA Medina, José; 2001. P.155.



encender... eeeso es, eso es, es una señal de fuego y esto significa S.O.S. ¡Ohhh! Son meteoritos, luciérnagas... fuera, ustedes son libres. Sí, síii. Miren lo que yo he creado, yo produje fuego... yooo... produje fuego.

La escena completa se presenta del siguiente modo:

| ESCENA 5: CHUCK CREA A WILSON (“105:39 minutos”) | |
|--|---|
| <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE MAR Y PERMANECEN</u> | |
| | <i>(Chuck tiene un pedazo de madera en la arena mientras le da vueltas a un palo sobre la madera, intentando hacer fuego)</i> |
| CHUCK: | Vamos... enciende... vamos, enciende, ¡Enciende! |
| | <i>(Después de un tiempo, Chuck se lastima con el palo y empieza a sangrar)</i> |
| CHUCK: | <i>(Enojado) ¡Demonios! (Empieza a gritar, pateando cosas y avienta un balón de Voleibol) ¡Ahhh!...¡Ahhh!</i> |
| | <i>(Va al mar y pone sus manos para limpiarse la sangre, va por el balón que aventó y ve cómo quedó con sangre la marca de su mano en el balón y decide hacerle boca y ojos, y lo pone en un tronco. Después, más calmado, intenta de nuevo hacer fuego y se le queda viendo al balón hasta el grado en que comienza a platicar con él)</i> |
| CHUCK: | ¿No tendrás un fósforo por casualidad? <i>(En ese momento empieza a salir humo pero se apaga) ¡Ahhh!, ¡Ahhh!, ¡Ahhh! (...)</i> |
| CHUCK: | El aire... le entro el aire... ¿Oíste? <i>(Hace un pequeño hoyo en la arena y pone ahí la madera, y es cuando logra crear fuego). (...)</i> |
| CHUCK: | Vamos, vamos, Eso es... eso es...sí... jajaja... ¡Fuegooo! (...) |
| <u>OP. CONTINÚA EN FONDO SONIDOS DE MAR JUNTO CON LOS DE UNA GRAN FOGATA Y PERMANECEN</u> | |
| CHUCK: | <i>(Emocionado Chuck empieza a cantar mientras echa madera y palmeras a una fogata que él creó) Eso es, enciende, vamos, ¡Vamos!...</i> |
| CHUCK: | <i>(Entusiasmado) El tiempo de dudar terminó, jajaja... el tiempo de enlodarse ya paso... inténtalo, no hay nada que perder, porque... ya no podremos elevarnos, ven mi fuego a encender... eeeso es, eso es, es una señal de fuego; (Empieza a mover una palmera con fuego de un lado a otro) y esto significa S.O.S. ¡Ohhh! Son meteoritos, luciérnagas... fuera, ustedes son libres.</i> |
| CHUCK: | Sí, síii. <i>(Hace señas con las manos, elevándolas hacia arriba) Miren lo que yo he creado, yo produje fuego... yooo... produje fuego.</i> |
| <u>OP. CONTINÚA EN FONDO SONIDOS DE MAR JUNTO CON LOS DE UNA</u> | |

**PEQUEÑA FOGATA Y PERMANECEN**

(Chuck se haya recostado sobre la playa y frente a su fogata, comienza a degustar unos cangrejos que él mismo coció en ella. Además, “conversa consigo mismo a través del balón” y le da el nombre de Wilson)

CHUCK: *(Saboreando un cangrejo) ¡Mmmhhh! Te encantará el cangrejo, cuando lo pruebes, claro. Ya estaba cansado de los cocos, su leche es un laxante natural... y ese “Giligan” nunca lo dijo.*

CHUCK: *(Continúa comiéndose pero quejándose de una muela y apretándose la mejilla) ¡Ah!, ¡ah!, ¡uh!*

CHUCK: *Es una buena fogata, ¿no Wilson?... (Señalando al balón con el dedo) Dime, Wilson...*

Por otra parte, es posible observar como entabla una charla con el balón, esto es que “*anima*” al balón, entendiendo **animismo** como “*tendencia egocéntrica de los niños de dotar de vida, conciencia y voluntad a los objetos inanimados*”⁵⁰³. Y como se acaba de leer, este tipo de animismo se presenta en niños de 6 a 12 años; esto quiere decir que Chuck Noland tuvo una regresión a la infancia, tratando de encontrar algún vínculo que lo ayudara a no salir de la realidad, y así poder hablar con alguien; por motivo de que el individuo no puede existir sin ser parte de la sociedad, esto incluye al lenguaje; y por lo tanto, el individuo no puede sobrevivir sin éste último y sin una relación objetal (con un objeto).

Entre la edad de 6 y 12 años se presenta la etapa de latencia, la cual se ha denominado como “*un organismo de los mecanismos del Yo usados para poder lidiar con sus deseos sexuales y agresivos*”⁵⁰⁴. Muchas veces, estos niños usan las fantasías como una salida para el deseo sexual y **como escape de las situaciones dolorosas**, y llegan a ocultar y revelar las actitudes y reacciones verdaderas que tiene.

En esta etapa se da:

*“una evolución de la interioridad y lo demuestran los pesares, los remordimientos y la gran sensibilidad para las intenciones y los sentimientos que presenta el niño. Y así como se hace capaz de discutir con los otros, el niño discute consigo mismo e interioriza muchas conductas sociales”*⁵⁰⁵.

Es por esto último que Chuck le dio vida a un balón (para discutir consigo mismo o cubrir su necesidad humana por comunicarse. Asimismo, eligió al balón como un objeto de amor mientras estaba en la isla; esto es, como su elección objetal narcisista.

Se le llama elección objetal narcisista al “*tipo de elección de objeto que se efectúa sobre el modelo de la relación del sujeto con su propia persona, y en la cual el objeto representa a la propia persona en algunos aspectos*”⁵⁰⁶.

⁵⁰³ <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpypppZpEkOZFPxCnc.php#psicologia>

⁵⁰⁴ REYMOND- RIVER, Berthe. *El desarrollo social del niño y del adolescente*. Barcelona: Editorial Herder. 1971.

⁵⁰⁵ OSTERRIETH, Paul Alexandre. *Psicología infantil*. Madrid: Ed. Morata. 1984.

⁵⁰⁶ LAPLANCHE, Jean. *Diccionario de Psicoanálisis*. Barcelona: Paidós; 1996. Pp. 536



Esto quiere decir, que Chuck Noland eligió al balón como si fuera él; con el propósito de poder suplir sus necesidades de amor y socialización; y por tanto, de comunicación. Y es por la misma razón que uno puede notar cómo es que “*el naufrago*” entabla una conversación con Wilson (el balón); empero al mismo tiempo, es él mismo quien se contesta; de esta forma es que se da este tipo de comunicación intrapersonal. Y esta clase de situaciones es posible divisarla en repetidas ocasiones durante la escena; como por ejemplo:

- ¿No tendrás un fósforo por casualidad? - El aire... le entro el aire... ¿Oíste? - ¡Mmmhhh! Te encantará el cangrejo, cuando lo pruebes, claro. Ya estaba cansado de los cocos, su leche es un laxante natural... y ese “Giligan” nunca lo dijo... Es una buena fogata, ¿no Wilson?... Dime, Wilson...

Como se ha mencionado antes, la sociedad es primordial para la existencia del ser humano. El hombre ha existido y existirá siempre sólo dentro de una sociedad, por razón de que, de no hacerlo, no podría sobrevivir aislado; y es que todo sujeto necesita de la interacción con sus semejantes para poder vivir e incluso reproducirse, así como también requiere de un lenguaje para poder expresarse con ellos. También, es la sociedad la que rige al hombre como tal, y la que le inculca las leyes, reglas, normas y valores para subsistir en ella; y así, forjar como resultado el hecho de socializar dentro de la misma.

A esto Castoriadis lo llama **Institución Segunda de la Sociedad**; no obstante, antes se encuentra la **Institución Primera de la Sociedad** que es “*cuando la sociedad se crea a sí misma como sociedad y se otorga características específicas de dicha sociedad*”⁵⁰⁷. Ahora bien, la institución segunda se divide en dos categorías, a una se le llama “*transhistórica, [...y es] una característica que la sociedad necesita, sin ella no podría existir la sociedad*”⁵⁰⁸. Un ejemplo de ello sería el lenguaje, la familia; el hombre en sí. Y la otra se le denomina “*específica, [...y es cuando] sólo esa sociedad tiene esos valores, mitos, creencias, normas, entre otros*”⁵⁰⁹.

Se sabe que la primera microsociedad del hombre es la familia, es ésta la que le enseña los primeros valores para entrar a una macrosociedad; es la primera que le enseña a socializar y a comunicarse por medio del lenguaje, a instituirse como un ser. Es por ello que el hombre no puede dejar de vivir en una sociedad; y si lo dejara de hacer, éste podría caer en una psicosis donde su única realidad estaría en su mente. Por esta razón Noland intentó mantenerse en la realidad (inconscientemente claro está), creando a un ser inanimado y dándole vida para poder comunicarse e interactuar de cierta forma (aunque fuera consigo mismo); alejándose así de la demencia y soledad.

En otra escena más adelante, es posible percatarse cómo es que Noland se molesta con Wilson porque “*al parecer no está de acuerdo con algunos puntos de vista del balón*”:

- ¿Tenías que mencionarlo, no podías olvidarlo? ¿Eh? -... Aún así, prefiero correr el riesgo en el océano que quedarme aquí y morir en esta desolada isla pasando el resto de mi vida ¡charlando con un maldito balón de voleibol! ¡Cállate torpe!

Aquí vemos de nuevo la comunicación intrapersonal, la cual se dio de esta forma:

⁵⁰⁷ CASTORIADIS, Cornelius. *Institución primera de la sociedad e instituciones segundas*. En *Figuras de lo pensable (las encrucijadas del laberinto VI)*. México: Fondo de Cultura Económica, 2004. P. 124.

⁵⁰⁸ *Ibidem*.

⁵⁰⁹ *Ibidem*.

**ESCENA 6: CHUCK PELEA CON WILSON (“128:32 minutos”)****OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE MAR Y PERMANECEN TODA LA ESCENA**

| | |
|--------|--|
| | <i>(Chuck se encuentra en una cueva con Wilson, el balón).</i> |
| CHUCK: | <i>(Disgustado) Sí, sí, aquí esta, toda ¿Eres feliz, eres feliz? (Se acerca a la fogata para echarle madera y que no se apague mientras platica con Wilson).</i> |
| CHUCK: | <i>¿Tenías que mencionarlo, no podías olvidarlo? ¿Eh?</i> |
| CHUCK: | <i>Tenías razón, fue buena idea que hiciéramos esa prueba porque no iba a ser así de fácil hacerlo, hubiera acabado en las rocas... fracturado de una pierna, la espalda o el cuello y desangrado; pero era la única opción en ese momento ¿entiendes? ¿Hace cuanto? ¿Un año? Ya olvidémoslo...</i> |
| CHUCK: | <i>¿Y que argumentas?... Bueno... podríamos lograrlo ¿En eso no has pensado? Aún así, prefiero correr el riesgo en el océano que quedarme aquí y morir en esta desolada isla pasando el resto de mi vida, (Empieza a gritarle a Wilson) ¡charlando con un maldito balón de voleibol! (Ya enojado avienta fuera de la cueva) ¡Cállate torpe!</i> |
| CHUCK: | <i>(Se queda pensando y voltea hacia la entrada de la cueva) ¡Wilson! (Se asoma y ve el mar) ¡Wilson! (Sale de la cueva y baja a la playa buscando al balón en medio de la oscuridad) ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Oh no!... ¡Wilson! ¡Wilson!... ¡Wilson!... (Voltea hacia una roca y ve tirado a Wilson) ¡Oh, oh! ... ahí estas... nunca más, nunca más, ¿Estás bien? ¿Estás bien? Sí.</i> |

Se puede ver en este pedazo de la película que Chuck Noland se molesta con Wilson, aunque más bien es Chuck quien está molesto consigo mismo, transfiriéndole ese enojo al balón; y entendiendo a la transferencia como aquel “proceso del cual los deseos inconscientes se actualizan sobre ciertos objetos, dentro de un determinado tipo de relación establecida con ellos...”⁵¹⁰.

El enojo puede deberse a la frustración que siente Chuck al no poder salir de la isla, el tener 4 años perdidos gracias a un accidente, el que tal vez no regrese nunca, aunque tiene la esperanza de salir de ahí, queda también la incógnita de saber si lo logrará o no. Esto es posible advertirlo cuando dicho “náufrago” pelea con Wilson acerca del plan para salir de la isla:

-¿Y qué argumentas?... Bueno... podríamos lograrlo ¿En eso no has pensado? Aún así, prefiero correr el riesgo en el océano que quedarme aquí y morir en esta desolada isla pasando el resto de mi vida, ¡charlando con un maldito balón de voleibol! ¡Cállate torpe!

Al conocer la realidad y transformarla, el hombre reacciona de una forma u otra ante objetos y fenómenos reales, cosas, acontecimientos, personas, sus propios actos y su personalidad. Uno de estos fenómenos pueden alegrarlo, otros lo entristecen, algunos lo admiran e indignan y hay otros, como en este caso, que lo enojan. Todos estos son distintos tipos de vivencias emocionales, tipos de actitud subjetiva hacia la realidad y maneras de sentir lo que actúa sobre el sujeto.

⁵¹⁰ Op. Cit. LAPLANCHE, Jean; 1996. Pp. 536.



Además, es característico que el individuo exprese su cólera cuando se produce una frustración al no obtener lo que se necesita (en este caso, se trata del hecho de salir de la isla); en cambio, el temor es una respuesta a una situación ambiental en la que el organismo no está preparado para interrumpirla, tendiendo a reducir conductas exploratorias, calculando el riesgo y tomando ciertas medidas sobre las cosas deseadas.

En este caso, pudo haber sido que Noland hubiera tenido miedo a lo que le esperara, a lo que pudiera pasar al salir de la isla, al dejar de cierta forma el hogar que tuvo por cuatro años y el pensar en qué haría cuando regresara a la ciudad. Todo esto pudo haber inducido el miedo sobre de él, y después el enojo, tras no poder controlar las cosas que quería ni lo que sucediera; así que al final, descarga ese enojo en “Wilson” y es cuando lo avienta afuera de la cueva (para deshacerse de él, de su miedo).

En la última escena donde se aprecia la comunicación intrapersonal, se puede percibir cómo Chuck se despidе de su amigo Wilson, ya que éste cae al mar y se aleja hasta perderlo.

La escena es la siguiente:

| ESCENA 7: WILSON SE PIERDE EN EL MAR (“140:17 minutos”) | |
|--|---|
| OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE MAR Y PERMANECEN TODA LA ESCENA | |
| CHUCK: | <p><i>(Chuck se encuentra dormido en la balsa. El tronco de donde está agarrado Wilson está flojo y el balón comienza a moverse de un lado a otro hasta zafarse. Chuck despierta al caerle agua encima y nota que Wilson no está)</i></p> <p><i>(Preocupado) ¿Dónde está? ¿Dónde está? (Voltea para todos lados alarmado y lo ve a lo lejos en el mar) ¿Wilson dónde estás? ¡Wilson!... ¿Wilson? ¿Wilson? (Se avienta al mar y trata de alcanzarlo, pero empieza a ahogarse y regresa por un pedazo de sogá, trata de jalar la balsa hacia Wilson pero no lo logra y ve como el balón se aleja cada vez más) Wilson allá voy... ¡Wilson!... ¡Wilson! (La sogá se cae)</i></p> |
| CHUCK: | <p><u>OP. ENTRA MÚSICA INSTRUMENTAL Y PERMANECE HASTA EL FIN DE LA ESCENA</u></p> <p><i>(Angustiado) ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Ahhh!... ¡Wilson! (Baja por la sogá) ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Lo siento!... ¡Lo siento Wilson!... ¡Wilson, lo siento!... ¡Lo siento!... ¡Wilson! (Empieza a llorar) ¡No puedo!... ¡Wilson!... ¡Wilson!</i></p> |
| CHUCK: | <p><i>(Ya en la balsa, Chuck empieza a llorar con desesperación) ¡Lo siento!... ¡Lo siento!... ¡Lo siento! (Después de un rato, se calma y echa los remos al mar)</i></p> |

En esta séptima escena se aprecia la desesperación del “náufrago” al tratar de salvar a Wilson y no lograrlo. Él lo intenta, más esta consciente de que si va por *el balón* puede que la balsa se aleje y él muera ahogado en el mar; es por eso que va por la sogá y trata de llevarse la balsa hasta donde está Wilson, pero la sogá es muy corta, así que decide dejar ir a su amigo, aquel amigo que estuvo con él cuatro años en la isla: -... *Wilson allá voy... ¡Wilson!... ¡Wilson!... ¡Lo siento!... ¡Lo siento Wilson!... ¡Wilson, lo siento!... ¡Lo siento!... ¡Wilson! ¡No puedo!... ¡Wilson!...*



De cierta forma, Noland esta despidiéndose de su ‘Yo infantil’; de ese ‘yo’ que se encontraba en la isla; el que le ayudó a darle vida a Wilson, aquel Chuck que le hizo compañía todo ese tiempo. Dicho acontecimiento fue para “El naufrago” como el hecho de acceder a perder esa etapa de su vida (dejarla atrás y superarla), para regresar a la vida real y prepararse internamente para regresar a la civilización.

También llama la atención cómo Chuck Noland entra en un estado de **melancolía** la cual se caracteriza por ser: “un estado de ánimo profundamente doloroso, una cesación del interés por el mundo exterior, la pérdida de la capacidad de amar, la inhibición de todas las funciones y la disminución del amor propio”⁵¹¹. Esto último se traduce en los reproches y acusaciones que el individuo se hace a sí mismo, y se castiga. Esto se puede observar cuando, tiempo después de que Chuck deja ir a Wilson, éste agarra los remos y los echa al mar, es una forma de autocastigo para obtener el suicidio por haber dejado ir a su amigo y una parte de él; por haber preferido salvarse para regresar a la ciudad en lugar de ir tras él, el querer dejarse morir en el mar, sobre la balsa.

*“El querer morir como castigo alude a la carga erótica del melancólico que ayuda a que se de una regresión en la fase sádica, este sadismo aclara el enigma de la tendencia al suicidio. Esto... es una reacción a la pérdida del objeto amado, el objeto que tal vez no murió pero que sí quedó perdido como el objeto sustancialmente erótico y propio”.*⁵¹²

De esta forma, comparando al balón como dicho objeto erótico, en sí se trata de una parte de Chuck la que se escapa o muere; es por eso que le resulta tan difícil y dolorosa la pérdida de Wilson.

3.2.3.5 EL ‘MIX’ ENTRE LA COMUNICACIÓN INTERMEDIA E INTERPERSONAL A TRAVÉS DE LOS ‘MASS MEDIA’

Para este apartado se emplea un material de apoyo, ya antes mencionado. Éste se trata de la filmación mexicana “Cansada de Besar Sapos”, protagonizada por Ana Serradilla, quien hace el papel de una diseñadora gráfica de 25 años que vive en la Ciudad de México llamada Martha.

Esta escena se da gracias a una sospecha que tiene Martha sobre su novio, por lo que le habla a su amiga, y más adelante al encargado del edificio donde vive, para que le ayuden a averiguar en donde está su novio. Aquí se observan varios tipos de comunicación que se discutirán más adelante.

La escena se desarrolla de esta forma:

| | |
|--|---|
| ESCENA 8: MARTHA Y SU AMIGA LE PIDEN AL ENCARGADO DEL EDIFICIO DONDE VIVE, QUE LLAME AL ASISTENTE DE SU NOVIO, ROBERTO (“10:05 minutos”). | |
| | <i>(Se encuentran en el departamento de Martha)</i> |
| ANDY: | <i>(Con tono molesto)¿Otra vez? ¡Putra madre!... ¿Y ahora en qué anda ese cabrón?</i> |
| MARTHA: | <i>Eso es lo que quiero averiguar, por favor, ayúdame. Vamos a hablar a su oficina.</i> |

⁵¹¹ Op. Cit. FREUD, Sigmund. 1999. P. 32.

⁵¹² Explicación otorgada sobre el suicidio por parte de la Licenciada en Psicología Elsa Carreón (de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco), durante una entrevista personal otorgada a un servidor; con fecha correspondiente al 14 de marzo de 2008.



| | |
|---------|--|
| ANDY: | ¿Ya viste la hora qué es? Por cierto. |
| MARTHA: | (<i>Ve el reloj de su amiga Andy</i>) Puta... le marcamos al asistente... ¡Yo tengo su teléfono! |
| ANDY: | A Ramiro. (<i>Afirma con la cabeza Martha</i>)... ¿Y qué le vas a decir? Ay, hola buenas tardes, me podría decir donde está Roberto poniéndome los cuernos ¡Otra vez, por favor! |
| MARTHA: | ¿Bueno que hacemos? Ayúdame! |
| ANDY: | (<i>Se queda pensando</i>) ¡Tengo una idea!... |
| | (<i>Aparece Goyo, el encargado del edificio con ellas marcando un número telefónico de un celular</i>) |
| MARTHA: | Concéntrese mi Goyo... |
| GOYO: | (<i>Con tono nervioso</i>) Me concentro... |
| MARTHA: | Hágala de abogado. |
| GOYO: | De abogado. |
| ANDY: | De abogado... ningún abogado, lo que tiene que hacer es ser usted mismo así de sencillo. |
| MARTHA: | No, ¿qué te pasa?, ¡lo van a cachar! ¡No me lo confundas! |
| ANDY: | Bueno es que... |
| GOYO: | Bueno... bueno una preguntita ¿Soy abogado o soy yo mismo? |
| | (<i>Andy y Martha hablan al mismo tiempo, y luego Goyo repite: -Soy licenciado...</i>) |
| MARTHA: | ¡Usted es Licenciado! |
| ANDY: | ¡Usted mismo! |
| GOYO: | Soy Licenciado... |
| MARTHA: | (<i>Afirmando</i>) Ajá, el Licenciado Miguel. |
| GOYO: | El Licenciado Miguel. |
| MARTHA: | Marcamos la teclita verde, ya sabe donde está, nada más preguntar donde está... |
| GOYO: | Le marco... el Licenciado Miguel... le pregunto donde está. |
| ANDY: | Ay no entendió nada, muy bien... disculpen ok... Sí, perfecto, ya esta marcando... (<i>Y grita alarmada</i>) ¡Noooo! |
| | (<i>Se espanta Goyo</i>) |
| MARTHA: | ¿Qué te pasa? |
| ANDY: | No, no puedes marcar de tu teléfono ¡Se va a dar cuenta! |
| MARTHA: | Ay, si es cierto. (<i>Martha le quita el teléfono a Goyo y cuelga</i>) |
| ANDY: | Marca del mío. (<i>Andy saca su celular y se lo da a Martha</i>)...no sé lo sabe de seguro. |
| MARTHA: | A ver... a ver el teléfono. |
| GOYO: | Sí. |
| | <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE UN "TABLE-DANCE" Y PERMANECE COMO FONDO CUANDO ARMANDO APARECE EN ESCENA</u> |



| | |
|------------|---|
| | <i>(Aparece el asistente de Roberto en un “Table- dance”, mientras en la parte de atrás, se encuentra Roberto con una bailarina)</i> |
| ASISTENTE: | <i>(Suena el teléfono del asistente)</i> Bueno. |
| GOYO: | Bueno. |
| ASISTENTE: | ¿Quién habla?... |
| GOYO: | Buenas noches... si, el motivo de mi llamada es para saber... ¿en dónde está... el joven Roberto. |
| | <i>(Andy y Martha le hacen señas con las manos para indicarle si va bien o no en la plática)</i> |
| ASISTENTE: | <i>(Se tapa un oído y gritando)</i> Habla más fuerte, no te entiendo nada. |
| GOYO: | <i>(Gritando)</i> ¿Qué? |
| ASISTENTE: | <i>(Gritando)</i> ¿Qué no se escucha ni madres!... ¡No te entiendo nada! |
| GOYO: | <i>(Gritando y desesperado)</i> ¿Qué en dónde estás cabrón? |
| ASISTENTE: | <i>(Gritando)</i> ¡Ah, Manuelito! ¿Cómo estás Güey? Lánzate al “Liquid gold” cabrón... aquí estamos, al “Liquid gold”. |
| GOYO: | Ok... ahí... bye. <i>(cuelga el teléfono y ve a Martha)</i> Que están donde siempre. |
| MARTHA: | ¿Dónde? |
| GOYO: | Viendo el futbol... |
| MARTHA: | <i>(Con alivio en su rostro)</i> ¡Ah! |
| ANDY: | <i>(Asombrada)</i> ¡Mmmhh! |
| GOYO: | Un lugar que se llama: “Liquid gol”. |
| ANDY: | ¿Liquid gold? |
| GOYO: | “Liquid gol”. |
| ANDY: | <i>(Molesta)</i> ¡Hijo de la chingada! |
| MARTHA: | ¿Qué paso? |
| GOYO: | ¿Yo? |
| ANDY: | Martha no te alteres pero... no es propiamente un restaurante... es un “table”. |
| MARTHA: | ¿Qué? |
| GOYO: | ¿Ehhh? |
| ANDY: | De las viejas encueradas. |
| MARTHA: | Ay... ¿Seguro Goyo? <i>(Martha le pregunta con tristeza)</i> |
| GOYO: | Eso fue lo que me dijo Señorita Martha. <i>(Martha muestra aflicción en su rostro)</i> ... ¿Qué? ¿Vamos a ir? <i>(Martha se voltea y pone una cara de decepción)</i> |
| ANDY: | Goyo... muchas gracias por todo. |
| GOYO: | ¿No? |
| ANDY: | Que tenga buena noche. |
| GOYO: | Si gusta la acompaño. |
| ANDY: | No, está perfecto. |
| GOYO: | ¡Bueno... ahí esta el joven Roberto eh! |
| ANDY: | Sí, de verdad, mil gracias. |



| | |
|-------|----------------|
| GOYO: | Hasta luego. |
| ANDY: | Buenas noches. |

Como se puede ver, es en esta parte donde se habla de una comunicación intermedia, la cual “se distingue por la presencia de un instrumento técnico que, más de las veces, se emplea en condiciones restringidas en que intervienen participantes identificables”⁵¹³.

En la comunicación intermedia “el grupo que recibe el mensaje es, por lo común poco numeroso, y conocido por el comunicador. Por lo general, el mensaje se transmite bajo condiciones restringidas (por lo tanto, no es público) y los participantes gozan de una reciprocidad intelectual que es frecuente asociar con la comunicación interpersonal. El mensaje se transmite con rapidez y llega a la mayor parte de los miembros”⁵¹⁴.

Un ejemplo de esto es cuando Goyo, el portero le habla por teléfono a Ramiro, el asistente del novio de Martha: -¿Qué en dónde estás cabrón? (Goyo) -¡Ah, Manuelito! ¿Cómo estás Güey? Lánzate al “Liquid gold” cabrón... aquí estamos, al “Liquid gold” (Asistente). -Ok... ahí... bye (Goyo).

Cabe señalar que, aunque los dos personajes no están cara a cara (porque el medio que utilizan para consumir la comunicación es un celular), se da una comunicación interpersonal; debido a que, como se dijo anteriormente, hay una retroalimentación y se dan respuestas inmediatas.

En este caso, los dos juegan el papel de emisor y receptor; como por ejemplo, cuando Ramiro contesta el teléfono, éste funge el papel de emisor para que Goyo interprete que ha contestado y que espera una respuesta.

Es ahí en donde Goyo le transmite otra información que es interpretada por Ramiro, y es así como se da la interacción entre ellos: -Bueno (Asistente). -Bueno (Goyo). -¿Quién habla?... (Asistente). -Buenas noches... si, el motivo de mi llamada es para saber... ¿En dónde está... el joven Roberto? (Goyo). -Habla más fuerte, no te entiendo nada (Asistente). -¿Qué? (Goyo). -¿Qué no se escucha ni madres!... ¡No te entiendo nada! (Asistente). -¿Qué en dónde estás cabrón? (Goyo). -¡Ah, Manuelito! ¿Cómo estás Güey? Lánzate al “Liquid gold” cabrón... aquí estamos, al “Liquid gold” (Asistente). -Ok... ahí... bye (Goyo).

IMPORTANTE

La comunicación intermedia es un forma muy particular del fenómeno general, mediada a través de cualquier medio de comunicación masiva como el celular (en este caso), pero a su vez interpersonal. Esto por

Es también dentro de esta octava escena, durante la interacción entre Goyo y Ramiro, que se presenta **ruido**. Éste es un “limitador de la transmisión efectiva del mensaje”⁵¹⁵. El ruido que aquí se presenta es un ruido de canal o técnico, el cual “incluye cualquier perturbación que interfiera en la fidelidad material del mensaje”⁵¹⁶ (Ver página 120).

⁵¹³ Op. Cit. MALDONADO Willman, Héctor; 1997. P.49.

⁵¹⁴ Op. Ctt. BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O.; 1983. P.36.

⁵¹⁵ Ibid., p.14.

⁵¹⁶ Ibid., p. 36.



Dicho limitador sucede justo cuando Ramiro está hablando con Goyo, por razón de que el primero se encuentra en un “*table- dance*” en donde la música es demasiado fuerte, y es Ramiro el que no escucha bien el mensaje de Goyo, por lo que le pide que hable más fuerte. Asimismo, al principio de esta escena se da una comunicación interpersonal entre Martha y Andy; en donde ambas interactúan y se rolan el papel de emisor y receptor:

ESCENA 8: MARTHA Y SU AMIGA LE PIDEN AL ENCARGADO DEL EDIFICIO DONDE VIVE, QUE LLAME AL ASISTENTE DE ROBERTO (NOVIO DE MARTHA)

| | |
|---------|---|
| | (Se encuentran en el departamento de Martha) |
| ANDY: | (Con tono molesto) ¿Otra vez? ¡Putra madre!... ¿Y ahora en qué anda ese cabrón? |
| MARTHA: | Eso es lo que quiero averiguar, por favor, ayúdame. Vamos a hablar a su oficina. |
| ANDY: | ¿Ya viste la hora qué es? Por cierto. |
| MARTHA: | (Ve el reloj de su amiga Andy) Puta... le marcamos al asistente... ¡Yo tengo su teléfono! |
| ANDY: | A Ramiro. (Afirma con la cabeza Martha)... ¿Y qué le vas a decir? Ay, hola buenas tardes, me podría decir donde está Roberto poniéndome los cuernos ¡Otra vez, por favor! |
| MARTHA: | ¿Bueno que hacemos? Ayúdame! |
| ANDY: | (Se queda pensando) ¡Tengo una idea!... |

Más adelante Goyo se une a la plática y hay una interacción entre los tres; en donde cada uno envía un mensaje diferente, pero relacionado con el mismo tema; así pues, los otros dos lo reciben, interpretan y más adelante, emiten información al respecto de manera individual.

Un ejemplo es cuando Martha le da instrucciones a Goyo: *-Concéntrese mi Goyo (Martha). -Me concentro (Goyo). -Hágala de abogado (Martha). -De abogado (Goyo)*. Y es ahí en donde interviene Andy, quien tiene interacción con Martha: *-De abogado... ningún abogado, lo que tiene que hacer es ser usted mismo así de sencillo (Andy). -No, ¿qué te pasa?, ¡lo van a cachar! ¡No me lo confundas! (Martha) -Bueno es que...(Andy)*.

Acto seguido a esto, Goyo pasa a ser el emisor cuando pregunta si finge ser un abogado o él mismo (*-Bueno... bueno una preguntita ¿Soy abogado o soy yo mismo?*), por lo que contestan Martha y Andy de acuerdo a su criterio: *-¡Usted es Licenciado! y -¡Usted mismo!*; respectivamente.

Posteriormente, cuando el portero del edificio termina de hablar por teléfono con Ramiro, se da el ruido semántico, el cual se refiere a:

*“la interpretación equivocada de los mensajes. A menudo, en cualquier clase de actividad de comunicación hay discrepancia entre los códigos utilizados por el codificador y decodificador, aunque el mensaje se reciba exactamente tal cual se envió”.*⁵¹⁷

⁵¹⁷ *Ibidem.*



Este tipo de ruido se da cuando Ramiro le dice a Goyo que se encuentra en el “liquid gold”, al colgar Goyo le dice a las muchachas que están en el futbol, en un lugar que se llama “liquid gol” (en lugar del nombre correcto: “liquid gold”).

Además, la molestia que tuvo Andy anteriormente se debe a que ella tiene conocimiento del lugar donde se halla el novio de Martha (un “table- dance”); por esta causa, Martha pregunta el motivo de su molestia, por lo que Andy le explica del lugar: -Martha no te alteres pero... no es propiamente un restaurante... es un “table”); y Martha se entristece: -Ay ... ¿Seguro Goyo? (Martha le pregunta con tristeza).

La aflicción de Martha se debe a que dentro de nuestra cultura se haya inscrita toda una serie de ideas (**Imaginario Social**) sobre éste tipo de lugares. Se le llama imaginario social a la:

“capacidad imaginante, como invención o creación incesante, social- histórica- psíquica, de figuras, formas, de atribuciones de sentido. Se refiere a la capacidad de una sociedad de producir- inventar sus significaciones... estas significaciones imaginarias establecen el modo de ser de las cosas, la nación, la comodidad, el dinero, Dios, el tabú, la virtud, el pecado, los valores, tradiciones y los individuos... [Así pues,] es la sociedad quien determina las categorías esenciales de lo que pensamos y de cómo lo pensamos (subjetividad grupal)”⁵¹⁸.

Es por esto que en nuestra sociedad se tiene la idea de que un hombre va a ese tipo de lugares para ver a las mujeres desnudas y bailando, además de que cabe la posibilidad de que terminen teniendo relaciones sexuales; y que, cuando van ahí, es porque ya no están satisfechos sexualmente con su pareja y buscan a otra mujer para que los satisfaga.

3.2.3.6 COMPOSICIÓN DE VARIOS FENÓMENOS DE COMUNICACIÓN EN UNA MISMA SITUACIÓN: ORGANIZACIONAL, INTERMEDIA Y PUBLICIDAD

Como ya se ha descrito, el fenómeno comunicativo se puede ver aplicado en las organizaciones y para el funcionamiento interno y externo de éstas. Sin embargo, en el caso de FEDEX se puede observar otra tipología comunicacional generada por el trabajo al cual se dedica esta empresa; una especie de comunicación intermedia llevada a cabo mediante el servicio de paquetería.

Por medio del envío de objetos de una persona a otra, es posible comunicar emociones, sentimientos, formas de pensar, opiniones, afectos y hasta desagradados; ya que éstos pueden ser regalos, cartas que expresen la necesidad por ver una persona o la reiteración de saludos, e incluso mensajes que hagan saber el desprecio por algo o alguien en específico. Tal cual se muestra a continuación.

| | |
|---|---|
| ESCENA 9: PAQUETE FEDEX (“2: 10 minutos”) | |
| OP. ENTRA MÚSICA DE ELVIS PRESLEY Y PERMANECE COMO FONDO POR 27”, LUEGO SUBE HASTA DETENERSE CUANDO EL PAQUETE ENTRA AL CAMIÓN | |
| | (Llega un empleado de la compañía de paquetería FEDEX a una granja por un |

⁵¹⁸ Ibid., p.9.



| | |
|--|--|
| | <i>paquete, entra en el granero buscando a la persona que envía el paquete para que se lo de)</i> |
| EMPLEADO: | <i>(Toca la puerta) ¿Señora Peterson?</i> |
| SRA. PETERSON: | <i>(Se encuentra soldando y se detiene) Ramón, ¡Hola, Aquí estoy!</i> |
| EMPLEADO: | <i>¿Cómo ha estado?</i> |
| SRA. PETERSON: | <i>Bien, está en el escritorio. (Señala el escritorio)</i> |
| EMPLEADO: | <i>¿A dónde ira?</i> |
| SRA. PETERSON: | <i>A un lugar de nieve Ramón.</i> |
| EMPLEADO: | <i>(Toma el paquete en el cual destaca un color rosado en la etiqueta) Veo que le gusta el rosa.</i> |
| SRA. PETERSON: | <i>¿Sí? Sí. (Se levanta el casco) Hoy parece un día rosado. Ah y tendré otro paquete para ti el jueves.</i> |
| EMPLEADO: | <i>(Da media vuelta y se dirige al camión) Bien, hasta el jueves.</i> |
| SRA. PETERSON: | <i>Adiós, y gracias Ramón.</i> |
| <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE LA CALLE</u> | |
| | <i>(Se abre un camión en Rusia, un empleado que se encuentra fumando, toma el paquete y empieza a cantar en ruso mientras se dirige a la puerta de la casa y toca el timbre)</i> |
| EMPLEADO: | <i>¿Peterson, Peterson? (Abre la puerta un hombre)</i> |
| EMPLEADO: | <i>¿Peterson? (Le da a Firmar una hoja mientras hablan en ruso) (El hombre le da la hoja al empleado) ¿Sr. Vaquero, verdad?</i> |
| SR. PETERSON: | <i>Si... La tiranía. (El empleado le da el paquete y se retira)</i> |
| MUJER: | <i>(Sale una mujer) Que bonita, ¿De quién es?</i> |
| SR. PETERSON: | <i>Es de mi esposa. (Se dan un beso en la boca)</i> |

Asimismo, ante una situación semejante, un organismo público o privado puede hacer uso de la comunicación a través de la transportación para mandar documentos importantes de la gerencia, notificar alguna orden, realizar alguna transacción o hasta hacer llegar a una persona un cheque de sueldo (de igual forma en que hizo saber Chuck Noland en la escena analizada **número 4**).

No obstante, en esta novena escena, al parecer no se trata de una de algo empresarial, aunque sí afectivo. Por desgracia el marido nunca abre el paquete, y por ende, no se sabe si se trata algo afectivo positiva o negativamente; ya que, si bien pudiera ser una cariñosa carta de su mujer (tomando en cuenta que ella está alegre cuando hace el envío y que a éste le pone un color rosado); también pudiera tratarse, de los papeles del divorcio (considerando que el Sr. Peterson está con su amante).

| | |
|--|---|
| ESCENA 9: PAQUETE FEDEX (“2: 10 minutos”) | |
| <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE LA CALLE</u> | |
| | (...) |
| SR. PETERSON: | Si... La tiranía. <i>(El empleado le da el paquete y se retira)</i> |



| | |
|-----------|--|
| MUJER: | (Sale una mujer) Que bonita, ¿De quién es? |
| SR. | |
| PETERSON: | Es de mi esposa. (Se dan un beso en la boca) |

En dado caso, este ejemplo nos conduce al mismo resultado: a que el servicio de paquetería también es un fenómeno de comunicación, mezclado de la organizacional (debido a que es una organización la que lo realiza) y de la intermedia (esto porque son objetos, documentos o cuestiones ‘intermediarias’ que sirven para comunicar: emociones, sentimientos, recordatorios y otros -en lo social-; o bien: órdenes, decisiones, resoluciones, transacciones y demás asuntos -en lo empresarial-).

La última tipología comunicación que se demuestra en esta escena, es la de masas; la cual se reconoce que: “consiste en mensajes que se envían a través de cualquier medio tecnológico a grandes grupos de personas o público masivo. La tecnología está siempre involucrada en la comunicación de masas; no hay intercambio de información de tú-a-tú”⁵¹⁹.

Y se distingue porque: “se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos; los mensajes se transmiten en forma pública, a menudo a una hora conveniente para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio, y son de naturaleza transitoria; y por último, el comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar mucho gasto (u operar dentro de ella)”⁵²⁰.

En la mayoría de las ocasiones, dentro de una situación se pueden apreciar más de un fenómeno de la comunicación, como lo es en esta novena escena donde se hallan entremezcladas la organizacional e intermedia; además de otra que cabe agregar: la publicidad.

La publicidad se define como “el gasto que destina una industria o la totalidad de industrias a anunciar y dar a conocer sus productos entre el público consumidor, con el propósito de expandir su producción”⁵²¹.

Sin embargo, dicha definición se ha ampliado tanto, al grado de que lo publicitario no sólo persigue fines económicos, sino también psicológicos y sociales; esto por motivo de que es la “acción de moldear actitudes o las opiniones del público o de un sector público utilizando los medios de comunicación social”⁵²². Y de hecho, su expansión ha sido tal, que se ha desprendido de una subcategoría de la misma, conocida como la **publicidad institucional**; la cual es “la publicidad destinada a dar a conocer al público una empresa, una firma, sin intención comercial directa”.

En sí, en lo que respecta a la escena analizada en curso, se puede identificar una **publicidad** del tipo institucional, por razón de que indirectamente da a conocer la empresa “Federal Express”. Esto no se hace a través de ‘spots’ en algún medio reconocido como de comunicación masiva (como la televisión o la radio); no

LA PUBLICIDAD:

Se trata de la técnica de atraer al cliente hacia el vendedor... para lo que se utilizarán [...]

⁵¹⁹ Op. Cit. MERRIL, John C.; [...et. al] ; 1992. P. 42 y 207.

⁵²⁰ Op. Cit. BLAKE, Reed H. y; Haroldsen Edwin O.; 1983. P.38.

⁵²¹ ARRIAGA, Patricia. *Publicidad, economía y comunicación masiva. Estados Unidos y México.* México: Imagen, 1980. P. 18.

⁵²² MUCCHIELLI, Roger. *Psicología de la Publicidad y de la Propaganda.* España: Editorial Mensajes, 1980.



obstante, sí se realiza mediante los camiones de transporte de la mensajería, lo cuales están completamente rotulados con su logotipo (mismo que proyecta su acrónimo: “Fe-Dex”).De la misma forma, se puede localizar dicho logotipo en todos los embalajes o paquetes que ésta mensajería reparte; entre los cuales se destaca la caja que le envía la señora Peterson a su marido. Así como en la gorra del mensajero.

Todo esto, que alude a la empresa, es un mensaje publicitario transmitido a los espectadores del film para dar a entender que dicha mensajería (basándose en un posicionamiento por embalajes y demás rotulados): es la mejor empresa de correo “express”; la cual, ante cualquier situación poseen la solución para llevar a tiempo los paquetes, y ante todo que: FEDEX está alrededor del mundo.

3.2.3.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: TELEVISIÓN

Como se sabe, la comunicación ha ido progresando con el paso del tiempo, adoptando nuevas formas con técnicas más desarrolladas conforme la tecnología se supera. Una de esas nuevas formas que ha tomado es la de los medios de comunicación de masas.

Éstos, al relacionarlos con el fenómeno, hay que recordarlos como aquella “comunicación de una persona o grupo de personas que viaja a través de un dispositivo de transmisión (un medio) a un auditorio o mercado mayor... Existen varios tipos de medios masivos, incluyendo la radio, televisión, el internet, las revistas, los periódicos y el cine”⁵²³ (traducción al español).

Dentro de la película “El naufrago”, en varias ocasiones hacen su aparición estos ‘mass media’; empero se toma como primer ejemplo la siguiente escena; debido al hecho noticioso difundido y la relevancia que posee el medio dentro de la misma (en este caso: la televisión).

| ESCENA 10: KELLY MIRA LA TV MIENTRAS CHUCK DUERME (13:45 minutos) | |
|--|---|
| OP. ENTRA MÚSICA LENTA DE JAZZ COMO FONDO POR 58”, LUEGO BAJA HASTA DESAPARECER | |
| CONDUCTOR: CONDUCTORA 1: | (Kelly se encuentra recostada en un sillón mirando un noticiero en la televisión, mientras Chuck duerme junto a ella) |
| CONDUCTOR: | Y en el Este, ¿Natali? |
| CONDUCTORA 1: | (Se muestra en escena al noticiero conducido por dos mujeres, en la televisión) Y unos días antes de que Santa empiece su repartición anual de regalos, lo han dado de alta para poder volar. Fue examinado por doctores del “Hospital de Veteranos” de Atlanta, Georgia. |
| CONDUCTOR: | Estando en excelentes condiciones, el cordial “Santa Claus” despegó rumbo a los cielos para iniciar su recorrido. En Sarajevo pasó el día con niños, entregándoles presentes y ayudándolos a decorar árboles de navidad |

⁵²³ Para mayor información consultar:

1) BIAGI, Shirley. *Introducción a los Medios Masivos de Comunicación*. México: Thomson Editores, 1999. P. 390.
2) BERKO, M. Roy; Wolvin, D. Andrew; y Wolvin, Darlyn R. *Communicating. A social and career focus*. U.S.A: Houghton Mifflin Company. P. 438.



| | |
|------------------|--|
| | <i>(Se escuchan sonar unas campanas en la televisión)</i> |
| CONDUCTORA 1: | Santa y un grupo de duendes llegaron al mercado de valores de Hong Kong, los corredores llevaron gorras de... <i>(Kelly toma el control remoto del televisor y lo apaga. Posteriormente abraza a Chuck y se acomoda para dormir)</i> |

Dentro de la escena se puede ver a la novia de Noland (Kelly), mirar un noticiero en la “tele”, recostada en un sillón a lado de Chuck, quien se encuentra durmiendo.

Y aunque los ‘mass media’ tienen muchas funciones socialmente hablando (como la de “moralización... de legitimación del ‘status’... de estimulación de contactos y de igualación”⁵²⁴), aquí participa como un medio informativo y de entretenimiento (basándonos en Dominik⁵²⁵); principalmente porque se trata de un programa de noticias el cual sirve para distraer o entretener a Kelly. Es decir que, en esta situación el noticiero de la cadena CNN proyectado en la TV, cumple con una: “función de información... al ofrecer una elevada cantidad de información sobre el entorno [de...] los temas que más le preocupan en un momento concreto a los cuales no tienen acceso directo”⁵²⁶.

En este caso, la elevada cantidad de información gira en torno a un peculiar personaje llamado “Santa Claus” que se encuentra rehabilitado físicamente y dando regalos por todo el mundo (por lo que además se entiende que el contexto de la trama está ocurriendo en vísperas de Navidad). Ello se puede constatar en el siguiente fragmento de la escena.

| | |
|---|---|
| ESCENA 10: KELLY MIRA LA TV MIENTRAS CHUCK DUERME <i>(13:45 minutos)</i> | |
| <u>OP. ENTRA MÚSICA LENTA DE JAZZ COMO FONDO POR 58”, LUEGO BAJA HASTA DESAPARECER</u> | |
| | (...) <i>(...Se muestra en escena al noticiero conducido por dos mujeres, en la televisión)</i> |
| CONDUCTORA 1: | Y unos días antes de que Santa empiece su repartición anual de regalos, lo han dado de alta para poder volar. Fue examinado por doctores del “Hospital de Veteranos” de Atlanta, Georgia. |
| CONDUCTOR: | Estando en excelentes condiciones, el cordial “Santa Claus” despegó rumbo a los cielos para iniciar su recorrido. En Sarajevo pasó el día con niños, entregándoles presentes y ayudándolos a decorar árboles de navidad |

⁵²⁴ SAPERAS, Enric. *La Sociología de la Comunicación de Masas en los Estados Unidos. Una Introducción Crítica*. Barcelona: Escuela Superior de Relaciones Públicas, 1992. Pp. 97-111.

⁵²⁵ *Op. Cit.* DOMINIK, Joseph R.; 2001. Pp. 25-49.

⁵²⁶ *Op. Cit.* SAPERAS, Enric; 1992. P.111.



Asimismo, dicho programa noticioso acata la función de entretener (o “acompañar”), por razón de que en realidad tan sólo le ameniza un poco el rato a la novia del protagonista, mientras intenta concebir el sueño. Esto es que, la televisión “le permite un acompañamiento en las actividades diarias...”⁵²⁷; entre ellas: el descanso habitual de las personas, claro está.

3.2.3.8 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: INTERNET

Actualmente el Internet es uno de los ‘media’ más populares y completos; debido a que es capaz de vincular a las persona mundialmente, además de que puede integrar a la totalidad de los ‘mass media’ mediante un ordenador. Éste, “...se trata de una Red (Net) informática que, con carácter global, es capaz de conectar entre sí (Inter), a las distintas redes locales de todo el mundo”⁵²⁸.

Y al igual que el resto de los medios de comunicación, tiene varias funciones; lamentablemente en el largometraje de “El naufrago”, el uso de éste importante medio es nulo; por tanto se suma un ejemplo de la película “Cansada de Besar Sapos”⁵²⁹ (del director Jorge Colón), con la intención de dar a conocer, mediante el análisis de sus funciones sociales, cómo es que éste ciber-multimedia interviene en la vida cotidiana de los seres humanos. El caso introducido se trata de un espacio web personalizado para concertar citas y hacer amistades.

ESCENA 11: DANI LE EXPLICA A MARTHA LA PÁGINA DE INTERNET “CANSADA DE BESAR SAPOS” (“11:33 minutos”)

OP. ENTRA MÚSICA DE JAZZ Y BAJA A FONDO

| | |
|---------|--|
| | <i>(Martha llega a su trabajo y pasa por el lugar de Dani, al saludaría Dani se pone nerviosa y trata de tapar el monitor de la computadora)</i> |
| MARTHA: | ¡Hola Dani! |
| DANI: | <i>(Nerviosa)</i> Hola Marta, ¿Cómo estas? Veo que muy bien... ¡Qué bueno, qué bueno! |
| MARTHA: | ¿Qué te pasa? ¿Qué tienes? |
| DANI: | Nada, estaba checando lo de unos látigos <i>(Ríe)</i> ... digo lo de unos látigos. <i>(Se ríe y mueve la cabeza de un lado a otro)</i> ... Áticos. |
| MARTHA: | ¡Ah! |
| DANI: | Información y todo. |
| MARTHA: | ¿Qué es eso? <i>(Señala el monitor y aparece la página “Cansada de besar sapos”)</i> . |
| DANI: | ¿Eeesto? ¡Ah caray! <i>(Riéndose y nerviosa)</i> ... mira, me apareció ¡ehhh!... es una página que... ¡no sé! |
| | <i>(Se empiezan a reír las dos)</i> |
| DANI: | ¡Súper loco! |
| MARTHA: | ¿Y era? <i>(Hace una seña con la mano)</i> |

⁵²⁷ *Ibidem.*

⁵²⁸ *Op. Cit.* CALVO Fernández, Sergio y; Reinares Lara, Pedro; 2001. P. 1.

⁵²⁹ COLON, Jorge. Film Cinematográfico: *Cansada de Besar Sapos*. México: Buena Vista Internacional, 2006. Duración: 95 min.



| | |
|---------|---|
| DANI: | No, ni idea ¡ehhh! |
| MARTHA: | ¿No? ¡Ah pues o me explicas o le digo a todos! (<i>Se ríen las dos</i>) |
| DANI: | (<i>Nerviosa</i>) Ay, ok, es...es... es una página de citas donde metes tus datos y conoces chavos, todos los que quieras y luego escoges y tienes una cita. (<i>Esto último lo comenta emocionada y luego trata de cambiar la actitud, mientras aparecen escenas mostrando la página y su funcionamiento</i>) |
| DANI: | Digo... eso me contó una amiga, no es que yo... |
| MARTHA: | Sí, seguro. (<i>Hace muecas con extrañeza</i>)... ¡Una página de citas! |
| DANI: | Síii... |
| MARTHA: | Chale, tu amiga debe de estar desesperada. |
| DANI: | Muy... ¡Pobre! (<i>Martha se da la media vuelta y se marcha, Dani ve como se aleja Martha y se sienta en su lugar y sigue viendo la página</i>) |

El Internet aunque puede integrar a la televisión y otros medios (junto con sus funciones), en este sentido, propio del espacio personalizado para relacionarse sentimentalmente del que se habla; posee enfáticamente y de manera inicial una “*función de compensación emocional que permite facilitar la interrelación personal mediante la oferta de temas de discusión pública, mediante la oferta de amistad a través de los medios de comunicación respecto a aquellas personas solitarias, dotadas de sentimientos frustrados de relación interpersonal, etcétera*”⁵³⁰. Esto es porque dicha página tiene por cometido vincular a la gente que ingresa a ella para que tengan citas románticas. -*Sí, seguro. (Hace muecas con extrañeza)... ¡Una página de citas!*; tal como lo menciona Martha casi al final.

A muchas personas les cuesta mucho trabajo relacionarse sentimentalmente con otras y es por eso que recurren a éstas páginas masivas. El simple hecho de conseguir una cita directamente, les es un acto que no pueden generar y recurren a la comunicación intermedia por conducto del Internet. Además, usualmente estas personas son rechazadas por su aspecto físico, por algún trastorno psicológico o por la mera timidez que los ahonda. Su personalidad cohibida les impide acercarse a la persona que le gusta y eso ocasiona que requieran de un medio para vincularse con otra persona que tampoco está muy bien adaptada.

A su vez, la clase de personas que se inscriben en estos ciber-sitios, suelen ser gente impaciente en búsqueda de una pareja sentimental y/o sexual; así como lo afirma Martha: -*Chale, tu amiga debe de estar desesperada*. Aunque también puede darse el caso de que se trate de individuos que tienen una necesidad ninfomaniaca por establecer relaciones emocionales y pasionales con múltiples personas, aunque sean desconocidas como tal.

Por otro lado, en este contexto se puede visualizar la “*función de estimulación de contactos y de igualación cultural*”⁵³¹; en primera, porque incita a la igualación de actitudes entre los individuos que participan en dicho medio o a la concordancia de sus fines como a continuación se muestra.

⁵³⁰ *Op. Cit.* SAPERAS, Enric.; 1992. P. 111.

⁵³¹ *Ibid*, p. 105.



- (Nerviosa) Ay, ok, es...es... es una página de citas donde metes tus datos y conoces chavos, todos los que quieras y luego escoges y tienes una cita. (Esto último lo comenta emocionada y luego trata de cambiar la actitud, mientras aparecen escenas mostrando la página y su funcionamiento) Digo... eso me contó una amiga, no es que yo...

Y segundo, porque ofrece, “mediante la cultura de masas, una cultura industrial de carácter medio y de naturaleza interclasista que permite introducir mecanismos de mayor contacto entre los grupos sociales”⁵³², aunque sea de un modo digital y a mediano plazo.

Asimismo, por medio de “Cansada de Besar Sapos”; sobresale el efecto de la “Disfunción Narcotizante”; especialmente porque entre más consulta Dani dicha página, más se enajena con la misma o se narcotiza con sus efectos a lo largo de la película; al grado en que el consultarla y tener citas por medio de internet, se le vuelve una obsesión un tanto parafílica que le impide ejecutar otras acciones más organizadas, preocuparse profundamente por los problemas reales o encarar hasta el rechazo a la Cultura de Masas; tal como lo indica Moragas:

“...este vasto suministro de comunicaciones puede suscitar tan sólo una preocupación superficial por los problemas de la sociedad y esta superficialidad, a menudo, enmascarar una apatía masiva... La exposición a este flujo de información puede servir para narcotizar y hacer disfuncional la razón del enemigo, más bien que para dinamizar al lector o al oyente medio. A medida que aumenta el tiempo dedicado a la lectura y a la escucha, decrece la disponibilidad para la acción organizada”.⁵³³

Ya al final de la escena con la indicación técnica que se ofrece, se ve más que materializada la disfunción narcotizante de Dani.

(Martha se da la media vuelta y se marcha, Dani ve como se aleja Martha y se sienta en su lugar y sigue viendo la página)

3.2.3.9 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: IRC EN EL INTERNET

La web brinda varios servicios útiles para acercar a las personas y optimizar su comunicación. Una de las aplicaciones más populares hoy en día del ciberespacio es el uso de los ‘Chats’ que sirven para comunicar a las personas unas con otras, mediante una computadora a otra, usando un programa especial con el cual se pueden enviar, de manera instantánea, mensajes escritos o iconografías como recurso de comunicación.

En el mundo moderno, estos sistemas ya cuentan con la ventaja de que se les pueden conectar un micrófono y una cámara web; con la finalidad de que el contacto que se tenga con quien se encuentra del otro lado del monitor, sea más directo en voz y sonido, imagen y presencia física.

⁵³² *Ibidem.*

⁵³³ *Op. Cit.* MORAGAS, Miquel de; 1981. P. 180.



Empero, tal ejemplo al igual que el anterior, tampoco aparece el “El Náufrago”. Es por ello que se retoma una escena de otra película la cual lleva por nombre: “Alguien tiene que ceder”⁵³⁴; en la cual aparecen los protagonistas platicando por medio de un sistema de chateo o messenger (MSN). Y aunque es muy básico el sistema de comunicación virtual que se muestra en la toma (ya que los actores no cuentan con avanzados dispositivos de micrófonos o cámaras o semejantes), su función de chateo es lo bastante tangible como para agregarlo y plasmarlo en este análisis.

Mediante el uso del **Internet Relay Chat (IRC)**, muchos trabajadores dentro de una empresa se comunican a nivel interno para hacer más eficiente su comunicación. Esto pasa frecuentemente en los periódicos “online”, en donde se hace uso de los IRC para el envío de datos, cables informativos, publicaciones u órdenes.

Sin embargo, los sistemas de chateo aunque son un recurso de comunicación, no sólo se emplean en las organizaciones dedicadas al ámbito noticioso o de la comunicación masiva. No. De hecho, estos sistemas ya son muy comunes en todo tipo de negocio o institución y hasta en los hogares más comunes.

Actualmente a casi cualquier computadora se le puede instalar un programa como este para poder establecer conversaciones de persona(s) a persona(s), aunque sea tan sólo por medio de mensajes escritos, de una manera muy básica. Incluso se ha convencionalizado tanto el uso de los IRC, que muchas personas ya cuentan con uno en su computador para poder platicar a distancia con sus seres queridos, compañeros de trabajo o simples conocidos; tal como se observa en la próxima escena (traducida al español).

ESCENA 12: HARRY Y ERICA PLATICAN POR MEDIO DEL CHAT (“43:51 minutos”)

OP. ENTRA MÚSICA INSTRUMENTAL Y PERMANECE COMO FONDO DURANTE LA ESCENA

| | |
|--------|---|
| | <i>(Erica está en su habitación trabajando y Harry le envía un mensaje por el ‘chat’. Cada uno de los protagonistas se encuentra en su habitación)</i> |
| ERICA: | <i>(Está revisando unos papeles) Eso está bien. (habla entre dientes, como leyendo en voz alta y rápido, en eso, escucha un sonido en la computadora que le avisa que tiene un mensaje)... ¡Ohhh!</i> |
| | <i>(Con cara un poco sorprendida, Erica voltea para todos lados para ver si hay alguien cerca, se acerca a la computadora lee el mensaje y comienza a escribir)</i> |
| ERICA: | Harry37, ¿Qué estás haciendo? |
| HARRY: | Escribiendo. ¡Hola! ¿Qué haces tú? |
| ERICA: | Estoy viendo Joan River vendiendo joyas. <i>(Erica se ríe)</i> |
| HARRY: | ¿Y tu cita fue una cita? |
| ERICA: | Eso creo... |
| HARRY: | Te lo dije. ¿Tienes hambre? |
| ERICA: | Acabo de cenar. |
| HARRY: | <i>(Harry se ríe)</i> Sí, pero las mujeres nunca comen en una cita. |

⁵³⁴ MEYERS, Nancy. Film Cinematográfico: *Alguien tiene que ceder*. E.U.A: Warner Brothers, Inc.; 2003. Duración: 126 min.



| | |
|--------|---|
| ERICA: | <i>(Erica se dice a sí misma)</i> ¿Cómo sabe esas cosas? |
| ERICA: | A decir verdad, sí tengo algo de hambre. |
| HARRY: | Yo también ¿Nos vemos en la cocina? |
| ERICA: | Estoy en pijamas. |
| HARRY: | <i>(Harry lee lo que escribe Erica y se dice intrapersonalmente)</i> Estoy en pijamas. |
| ERICA: | Yo también. ¿Hacemos una fiesta en pijamas? |
| ERICA: | <i>(Erica se asombra y se ríe)</i> Fiesta de pijamas. |
| | <i>(Erica se queda pensando en lo que le va a contestar a Harry, mientras que él espera su respuesta)</i> |
| ERICA: | Nos vemos en cinco minutos. |

Al igual que el teléfono, el chat se trata de un tipo de comunicación intermedia directa; ya que la transferencia, flujo y retroalimentación de los mensajes pueden ser en tiempo real y las reacciones se pueden originar inmediatamente. Asimismo, la recepción de cualquier información digitalizada puede ser coo-respondida por parte del receptor, justo unos instantes después de que el comunicador la emite.

Básicamente el IRC es un servicio análogo al Talk, y sólo se diferencia de éste, en que la comunicación por medio del Chat se puede dar entre dos o más personas al mismo tiempo. Dentro del Sistema Chat: “*Se puede tomar parte en conversaciones públicas con un gran número de personas. Estas conversaciones se organizan sobre distintos temas e ideas. Alternativamente, se puede utilizar IRC para organizar una conversación privada con las personas que se hayan elegido*”⁵³⁵. Otro sistema parecido pero más selectivo es el Messenger, en el cual cada usuario determina a que otros usuarios les permiten integrarse a sus conversaciones.

Así pues, dentro de la escena transcrita se proyecta un ejemplo de comunicación intermedia por medio del chat, y al mismo tiempo un caso de comunicación de masas; debido a que dos individuos se comunican por vía de su computadora y porque el ordenador es, indiscutiblemente, un medio de comunicación de masas. Además, en este contexto el uso del IRC cumple, entre otras funciones menos enfáticas, la de “*estimulación de contactos*” antes mencionada; por motivo de que acerca a los factores comunicativos, aunque no se topen frente a frente de manera física.

Sumado a lo anterior, el sistema chat en la conversación de Erica y Harry, adopta según Joseph R. Dominik⁵³⁶, las dos funciones que se muestran a continuación:

- * **Función de Entretenimiento y Diversión:** ya que ambos procuran relajarse mediante una plática amena con otro individuo que hace lo propio; y
- * **Función de Socialización y Vinculación:** por razón de que ambos buscan relacionarse interpersonalmente, aunque con el uso de un mediador multimedia.

⁵³⁵ HAHN, Harley y; Stout Rick. *Internet. Manual de Referencia*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España. S. A.; 1994. P. 20.

⁵³⁶ *Op. Cit.* DOMINIK, Joseph R.; 2001. Pp. 25-49.



También dentro de esta doceava escena, se puede identificar el efecto de la “*Disfunción Narcotizante*” y la “*Teoría del uso y las gratificaciones*” del mismo autor. Esto sucede especialmente porque el uso del internet y del chat tiene un efecto narcotizante que obliga a seguir usándolo para poder continuar teniendo una conversación con el individuo que se encuentra del otro lado de la computadora; una conversación que puede durar horas y prolongarse o no, hasta altas horas de la madrugada.

Y en lo que respecta con la “*Teoría de los Usos y las Gratificaciones*”⁵³⁷, ésta tras señalar que son los individuos quienes “*determinan las causas que generan el uso de los medios de comunicación [y quienes] adecuan las gratificaciones que esperan obtener*”⁵³⁸; se puede analizar que aquí Harry y Erica son quienes determinan el uso del Internet (el medio), como un recurso para comunicarse interpersonalmente con otras personas (el chatear); y quienes además adecuan el uso del IRC a su necesidad comunicativa, con la finalidad de obtener la gratificación de **entretenerse** mientras charlan amablemente con otra persona antes de ir a dormir.

Ahora bien, en esta conversación que mantienen Harry y Erica, sí se puede apreciar un fenómeno comunicacional como tal. Es decir, el recurso de la comunicación que se está empleando forma intermedia, es eficaz.

¿Y porqué lo es?, por motivo de que, tanto hay **retroalimentaciones constantes**; como hay **efectos posteriores** luego de terminar la escena, y son: el verse en la cocina para tomar un refrigerio en cinco minutos y seguir platicando, tal cual lo constata el siguiente diálogo y dicha película a partir de los “*43:51 minutos*”.

| ESCENA 12: HARRY Y ERICA PLATICAN POR MEDIO DEL CHAT (“43:51 minutos”) | |
|---|---|
| OP. ENTRA MÚSICA INSTRUMENTAL Y PERMANECE COMO FONDO DURANTE LA ESCENA | |
| | (...) |
| ERICA: | A decir verdad, sí tengo algo de hambre. |
| HARRY: | Yo también ¿Nos vemos en la cocina? |
| ERICA: | Estoy en pijamas. |
| | <i>(Harry lee lo que escribe Erica y se dice intrapersonalmente: -Estoy en Pijamas)</i> |
| HARRY: | Yo también. ¿Hacemos una fiesta en pijamas? |
| ERICA: | <i>(Erica se asombra y se ríe)</i> Fiesta de pijamas. |
| | <i>(Erica se queda pensando en lo que le va a contestar a Harry, mientras que él espera su respuesta)</i> |
| ERICA: | Nos vemos en cinco minutos. |

⁵³⁷ Para mayor información consultar: MCQUAIL, Denis. *Towards a Sociology of Mass Communications*. Londres: Collier-MacMillan; 1980. P. 74.

⁵³⁸ *Op. Cit.* MORAGAS, Miquel; 1982. P. 257.



Agraciadamente la escena siguiente del film confirma lo dicho en el párrafo anterior sobre los efectos secundarios; por motivo de que en la misma se pueden observar, efectivamente, a Harry y a Erica en la cocina tomando un refrigerio y continuando su plática; esto es, su comunicación.

Por último, cabe destacar que éste medio en la sociedad moderna fomenta al “Homo-Cibernético” (progreso del ‘Homo Videns’ de Giovanni Sartori, citado en el capítulo 2); debido a que, al igual que se muestra en la escena, hoy en día las personas se comunican habitualmente a través de internet; y éste ya resulta un medio de comunicación casi tan normal como lo es la voz, aunque se basa en la lecto-escritura de textos breves los cuales son re-configurados de manera diferente al lenguaje que ya estamos acostumbrados a utilizar y hablar de persona a persona.

Sobre esta línea hay que escribir que, el uso de los servicios como el Internet fomenta a las evoluciones “Sartonianas” del “Homo Videns”: el “Homo-Cibernético” y los millones de “Infanets” que habitan en nuestra época detrás de un monitor. Estos niños, hijos de la generación web, emplean el computador de modo enajenado para su entretenimiento y vinculación con otros niños, en lugar de salir a jugar a las calles con otros jóvenes o tener contacto directo con sus amigos.

Ello, lejos de ser una cuestión benéfica, es algo que perjudica a su desarrollo; por razón de que los hace sumamente pasivos e inexperimentados en la vida, considerando el simple hecho de que no salen vivir la experiencia por estar conectados al ciberespacio en su “vida virtual”.

3.2.3.10 LA INFLUENCIA DE LAS ORGANIZACIONES A TRAVÉS DEL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Dentro de la escena a analizar, la número 13, al principio suceden acontecimientos muy significativos en relación con la afectación de los ‘mass media’ en la sociedad; pero a pesar de esto, es aún más interesante el identificar como es que el fenómeno de la comunicación se presenta de diferentes maneras en un brevísimo espacio, durante la ceremonia transmitida por televisión; y cómo es que interviene en la psicología del protagonista, la recepción de un información relacionada con que su ex-novia Kelly no ase presentará ante él para verlo.

ESCENA 13: EN EL HANGAR DEL AEROPUERTO SE DA UNA CEREMONIA EN HONOR A CHUCK (“150:09 minutos”)

OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE AEROPUERTO Y DE PERSONAS Y PERMANECEN DURANTE TODA LA ESCENA

| | |
|-------------|---|
| FRED SMITH: | <p>(En una TV que se encuentra en una de las salas de los hangares de FEDEX, se muestra la ceremonia que se dio en honor al regreso y rescate de Chuck Noland, mientras tanto, Noland va entrando para esperar a Kelly con una expresión de nerviosismo y preocupación en su rostro)</p> <p>Hace cuatro años, la familia FEDEX perdió a cinco de sus hijos, ese fue un terrible y trágico día. Pero hoy, uno de esos hijos, Chuck Noland, nos ha sido devuelto. Chuck... bienvenido a casa. (Le da la mano a Chuck)</p> |
|-------------|---|



| | |
|-------------|---|
| | <i>(Terminado el reportaje de la ceremonia en FEDEX, regresan al estudio con el noticiero)</i> |
| CONDUCTOR: | Eso fue hace unos momentos, Fred Smith recibiendo a Chuck Noland. ¿Qué te parece Michelle? |
| CONDUCTORA: | Que fue un día increíble para FEDEX, ¿no crees? |
| CONDUCTOR: | Sí, como si hubieran recuperado a un hijo. |
| | <u>OP. DESAPARECE EL SONIDO DE LA TELEVISIÓN</u> |
| | <i>(Chuck está en la sala esperando a que llegue Kelly. Abren la puerta, Chuck voltea y entra un hombre)</i> |
| CHUCK: | ¡Mmm!... lo siento, debo haberme equivocado. |
| JERRY: | No, no te equivocaste, tal vez no me recuerdes, te hice una endodoncia hace como cinco años, Jim Spalding te refirió |
| CHUCK: | ¡Ah, sí! <i>(Chuck parece confundido al ver al dentista en lugar de Kelly)</i> |
| LOVETT: | Soy esposo de Kelly <i>(Chuck pone cara de sorpresa, confusión y tristeza)</i> ... Jerry Lovett. Kelly quería... quería estar aquí pero... escucha todo esto es muy duro para todos; no puedo ni imaginar cuanto lo es para tí. Kelly ha... sufrido tanto, primero cuando creyó perderte y ahora que se enteró de esto. Ella está confundida, emocionalmente confundida. Se... se siente perdida. Tal vez si le das un poco de tiempo. Créeme que... lo siento. |
| | <i>(Hace un gesto de despedida y se dirige a la puerta. Chuck se acerca a una ventana, abre las persianas y ve a Kelly que se dirige con su esposo al auto, en la puerta. Kelly empieza a llorar y quiere regresar a ver a Chuck pero su esposo no la deja y la mete al auto. Chuck cierra las persianas).</i> |

Previamente a que el nuevo esposo de Kelly se presente con Chuck, aparece en la TV el reportaje de su “recuperación”, como uno de los “hijos de FEDEX”. La noticia sale en un noticiero de “Fxtv”. Esa situación por sí misma, ya encausa un fenómeno de comunicación de masas; debido a que la nota es difundida masivamente por este medio a los televidentes que están viendo el canal.

Pero además, esta parte de la escena integra otros fenómenos de comunicación, tal como son: comunicación organizacional y la influencia social o afectación social que se trata de producir ante la audiencia.

Más allá de que la TV genera *disfunción narcotizante*, sea un homogenizador social, reafirme los ‘status’ sociales o tenga cualquier otra función y efecto; en este sentido, este acontecimiento refleja un producto organizacional. Esto es por motivo de que comunica un acontecimiento trascendente interno de una empresa (FEDEX) y lo hace público; con el objetivo quizá, a nivel social de:

- ☛ Obtener publicidad.



- ☛ Consolidar su posicionamiento en los medios de comunicación.
- ☛ Destacar un suceso relevante de la compañía, o –“increíble” (como lo señala la conductora); y así hacer saber a la sociedad, en un sobrentendido: su relevancia. O bien, lo increíble que puede llegar a ser el personal y las hazañas de dicha mensajería.
- ☛ Mejorar su Imagen Pública, tras darse a **re-conocer** como un organismo que, aunque privado, se distingue por su visión social; puesto que se preocupa por sus trabajadores al grado de “*considerarlos como hijos*” y manifestar que, el día en que llegan a perder a algún elemento operativo de la compañía, lo recienten como un día –...*terrible y trágico*.
- ☛ Realizar un gran evento de Relaciones Públicas que sobresalga por encima de otros eventos y de otras organizaciones; tal como se aprecia en la ceremonia dentro del Hangar de FEDEX, y como lo dicen los conductores del programa noticioso.

| | |
|--|---|
| ESCENA 13: EN EL HANGAR DEL AEROPUERTO SE DA UNA CEREMONIA EN HONOR A CHUCK (“150:09 minutos”) | |
| <u>OP. ENTRA EN FONDO SONIDOS DE AEROPUERTO Y DE PERSONAS Y PERMANECEN DURANTE TODA LA ESCENA</u> | |
| | (...) <i>(Terminado el reportaje de la ceremonia en FEDEX, regresan al estudio con el noticiero)</i> |
| CONDUCTOR: | Eso fue hace unos momentos, Fred Smith recibiendo a Chuck Noland. ¿Qué te parece Michelle? |
| CONDUCTORA: | Que fue un día increíble para FEDEX, ¿no crees? |
| CONDUCTOR: | Sí, como si hubieran recuperado a un hijo... |

Todos éstos, cabe resaltar, son fenómenos producto de la comunicación y sus técnicas aplicadas dentro de las organizaciones para operar mejor su funcionamiento; y principalmente, optimizar su imagen ante el público consumidor (en lo privado) o usuarios (en lo gubernamental). De esta manera en las audiencias, se generan otros efectos de dicha comunicación transmitida por televisión.

Éstos tienen que ver con un cambio de la apreciación que tendrán los televidentes de la empresa, una vez que hayan captado y procesado dicha información. Su retroalimentación les conducirá a corto o mediano plazo, a sentir cierto afecto y conmoción por la compañía; o bien, hasta a preferir sus servicios por “*la calidad humana que transmite*” la misma, proyectada por la tele (y aunque sea difícil de creer, ocurre). De esta forma, como afectación social, la influencia de este acontecimiento consolida en el auditorio una preferencia o inclinación por FEDEX.

Por otro lado, cuando hay voceros que hablan en nombre de otra persona o comunican alguna información importante, se habla de una comunicación intermedia también; ya que no es la fuente directa la que funge como comunicador, ni se vale de sí mismo y sus canales propios para la transferencia de los mensajes. En este caso, en donde es el actual esposo de Kelly quien habla a nombre de ella, se vislumbra



una comunicación intermedia entre Chuck y Kelly; y al mismo tiempo, desde el instante en que se presenta Jerry Lovett frente al protagonista, ocurre una comunicación interpersonal.

4) RUIDO PSICOLÓGICO:

Se produce en la comunicación humana cuando situaciones mentales y emocionales internas de los individuos, intervienen en la emisión y recepción de los mensajes (Ver

Además al final, de frente a la perturbadora noticia sobre la inasistencia de Kelly; aunque no existe ninguna alteración mental por parte de los dos individuos, dentro de Chuck Noland acontece un ruido psicológico. Esto es por razón de que el impacto de dicha información le produce una especie de 'shock' emocional interno que le impide reaccionar inmediatamente, emitir una respuesta y expresar la confusión, tristeza y perturbación que siente por este hecho; y que se ven reflejadas explícitamente en la expresión de su rostro.

En esta situación como tal, no hay una retroalimentación positiva; sino más bien **negativa**⁵³⁹ (ya que Jerry cambia totalmente el sentido original de la comunicación que espera Noland, hasta finalizarla).

Sin embargo, ello no imposibilita la producción de un fenómeno de comunicación. Aquí, el simple flujo de la información que recibe Chuck, es suficiente para comunicar un mensaje y para que éste tenga una retroalimentación interna (aunque sea ruidosa). Asimismo, a largo plazo o mediatamente, dicho protagonista encausa una reacción (ir en taxi a visitar a Kelly hasta su casa, tal como se aprecia en escenas posteriores de la filmación).

3.2.3.11 COMUNICACIÓN NO VERBAL

La comunicación entre sus formas, implica a la no verbal; y ésta, en cualquiera de sus manifestaciones genera kinésis pura e involuntaria, movimientos corporales intencionales para complementar lo que se expresa, próxemica de los espacio entre los individuos que se están comunicando y hasta interpretaciones psicológicas de los gestos, ademanes, actitudes, normas de comportamiento y otras cuestiones ajenas al discurso original que pueden ser analizadas en una especie de 'doble discurso' (en relación con lo que se dice o hace).

En sí, todo lo que se dice, obligadamente comunica algo; más también todo lo que se hace comunica diferentes cuestiones, y refleja la forma de ser y de pensar del individuo en ese momento. Además, con base en la comunicación no verbal, se puede distinguir si los individuos están pensando algo, interiorizando sus emociones o recordando alguna situación que vincula con lo que está pasando alrededor. Esto sobreviene todo el tiempo cuando estamos con nuestras amistades y reflejamos nuestra postura ante cualquier acontecimiento, cuando tenemos algún conflicto con alguien en el trabajo, o cuando recapacitamos sobre algo que se hizo en el pasado y se rememoran momentos alegres o no.

De la misma forma, ello le ocurre Chuck Noland al final de la filmación cuando se queda reflexionando sobre que camino tomar.

⁵³⁹ Basado en: FONSECA Yerena, María del Socorro. *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación, S. A. de C.V.; 2000. Pp. 18-21.



ESCENA 14 CHUCK VA A DEJAR UN PAQUETE QUE SE ENCONTRÓ EN LA ISLA Y QUE NUNCA ABRIÓ. Y DESPUÉS MEDITA SOBRE QUE CAMINO TOMAR (“212:14 minutos”)

OP. ENTRA EN FONDO MÚSICA DE ELVIS PRESLEY DURANTE 24” Y BAJA HASTA DESAPARECER

| | |
|-----------|--|
| | <i>(Chuck está en la carretera buscando la dirección que se encuentra en el paquete, está tomando agua de una botella y se aprecia que en el carro hay muchas botellas de agua vacías y un balón de “voleibol”)</i> |
| CHUCK: | <i>(Chuck llega a la casa, se baja del carro y empieza a tocar la puerta) ¿Hola? (Cierra la puerta y camina para asomarse hacia el granero) ¿Hola? (Silba y grita) ¡FEDEX!</i> |
| CHUCK: | <i>(Al no encontrar a nadie, decide dejar una nota) Este paquete, salvó mi vida, gracias, Chuck Noland. (Deja el paquete y la nota en la puerta de la casa)</i> |
| | <i>(De regreso, Chuck se para en la carretera y baja del carro para ver el mapa y elegir un camino, cuando ve que una camioneta se aproxima y da vuelta hacia él. Entonces se percata de que una granjera conduce y ésta se detiene a ayudarlo)</i> |
| GRANJERA: | ¿Buscas algo? |
| CHUCK: | ¿Lo crees? |
| GRANJERA: | <i>(Baja de la camioneta) ¿A dónde quieres ir?</i> |
| CHUCK: | Estaba a punto de descifrarlo. <i>(La mujer está acariciando a su perro)</i> |
| GRANJERA: | Esa es la 83 sur <i>(Señala el camino)</i> y ésta entronca con la I-40 este. ¡Ah!, y... a la derecha llegarás a Amarillo, Flagstaff, California... Y si vas en esa dirección <i>(Señala otro camino)</i> ... no encontrarás nada de aquí hasta Canadá |
| CHUCK: | Ya entendí. |
| GRANJERA: | Hasta luego <i>(Se sube a la camioneta)</i> . ¡Suerte vaquero! |
| CHUCK: | ¡Gracias! <i>(La mujer se aleja y Chuck nota que en la parte trasera de la camioneta hay un dibujo igual al paquete que acababa de dejar, se queda pensando y ve su mapa. Da la vuelta de nuevo para observar con la mirada fija en dirección hacia la carretera, se queda parado a mitad de ésta y voltea a los lados para escoger un camino. Se queda meditando y termina la película)</i> |
| | <u>OP. ENTRA EN FONDO MÚSICA INSTRUMENTAL Y SUBE MIENTRAS DESAPARECE LA IMAGEN DE LA ESCENA.</u> |

La comunicación no verbal hay que entenderla como “...la transferencia de significados sin la intervención de palabras”⁵⁴⁰.

Ésta, para identificarla en la vida real de una forma más tajante, se puede clasificar en el:

“movimiento corporal de la Kinésis (por posturas, gestos, ademanes)... la próxemica (desencadenada por la proximidad o el uso del espacio físico), [...y] el

⁵⁴⁰ Op. Cit. MALDONADO Willman. Héctor.; 1997. P.69.



metalenguaje (conjunto de variables psicológicas, del pensamiento, sentimentales y tónicas que rodean al lenguaje como tal; esto es, la dicción, el volumen, el ritmo, la actitud, la emotividad, el énfasis en ciertas partes del discurso)".⁵⁴¹ (traducción al español).

Así pues, el pleno de las clasificaciones de la comunicación no verbal se muestra en la escena transcrita. Empero, antes de ahondar en ello, es importante destacar algunos elementos.

Como uno se puede dar cuenta, dentro de la escena, el protagonista al principio no logra encontrar en su casa al dueño(a) del paquete aunque se asoma al granero. Aquí, Chuck emplea la comunicación verbal, la cual se trata de aquella que *"usa palabras para dar un mensaje y se subdivide en comunicación escrita y comunicación oral"*⁵⁴²; ello con la finalidad de preguntar por alguien, y hacer saber que viene en nombre de FEDEX.

No obstante, al no obtener respuesta con su grito, emplea un silbido para atraer la atención de quien sea que se encuentre en la cercanía (es decir, se vale de la comunicación no verbal). Y al final, tras no notar a nadie dentro de la casa, decide dejar una nota para comunicar su agradecimiento a la persona propietaria del paquete; ya que (en parte), el objetivo de no dejarse morir en la isla, era vivir para entregarlo. Ante esto, dice Noland: - *Este paquete, salvó mi vida, gracias, Chuck Noland.*

Por medio de la nota también se genera una comunicación verbal, de la subdivisión escrita. Ésta emite un mensaje en tiempo real para ser leído más adelante y, quizá propiciar, sino una gran respuesta, por lo menos si una retroalimentación y extrañeza por parte del receptor del mensaje.

Por otro lado, en lo que respecta a la comunicación verbal, en esta escena hace su aparición especialmente luego de que la granjera o vaquerita le explica hacia donde se dirige el rumbo de cada uno de los caminos de la carretera.

Primero que nada, en este momento la granjera apoya su comunicación verbal con uso de la no verbal a través de la Kinésis. Esto lo hace al señalar los diferentes caminos con la mano y su dedo índice en el siguiente discurso:

- Esa es la 83 sur (señala el camino) y ésta entronca con la I-40 este. ¡Ah!, y... a la derecha llegarás a Amarillo, Flagstaff, California... Y si vas en esa dirección (señala otro camino)... no encontrarás nada de aquí hasta Canadá.

La kinésis es un fenómeno muy complejo, siendo sencillo, con ésta la comunicación adopta un nuevo significado o aumenta el mismo tras hacer uso de: *"los movimientos de la cabeza, hombros, manos, piernas y ademanes en general. [Pero, cualquier comunicador debe de] "mostrarse 'un poco' cuidadoso... para no llegar a exageraciones que resulten ridículas y caigan en lo desagradable"*⁵⁴³ (traducción al español de: "Kinetics").

⁵⁴¹ *Ibid.*, pp.69-77.

⁵⁴² *Ibid.*, p. 69.

⁵⁴³ O'SULLIVAN, Tim. *Key Concepts in Communication*. England, London: Routledge, London and New York; 1999. P. 137.



Además, un uso inadecuado de la cinética entre los individuos, puede distorsionar el significado real del mensaje que se pretende comunicar. Por dicha cuestión es conveniente usarla pero con medida para que ésta resulte eficaz; tal como sucede en el caso de la vaquerita, quien le basta con levantar la mano e indicar con uno de sus dedos hacia los diferentes caminos para reforzar su comunicación; y así darse a entender frente a Chuck, a través de la explicación que le brinda sobre las distintas direcciones que toma cada ruta señalada.

Asimismo, justo en el final de la película, se puede interpretar un supuesto metalingüístico mediante la expresión facial; el cual trata sobre lo que se encuentra meditando el protagonista, tras quedarse viendo fijamente y con nostalgia los caminos.

A título personal se puede decir que Chuck Noland, se queda pensando en los múltiples efectos y las posibles circunstancias que pueden desatarse con la elección de cualquier camino que tome; y que si decide tomar uno distinto al otro, los efectos que produzca serán muy diferentes e independientes de los otros.

Es decir que, el rumbo de su vida, a partir de su ahora en el film; dependerá de la decisión que elija en ese momento. Y de una manera más generalizada, en lo social se puede agregar que, cualquier decisión que los individuos tomen mediante una comunicación intrapersonalmente y tras una reflexión, definirá e irá definido el rumbo de sus vidas.

Lo anterior, es posible fundamentarlo con el siguiente texto: *“El metalenguaje literalmente es un lenguaje aplicado sobre otro lenguaje, que comúnmente es un camino para **complementar lo que se está diciendo, escribiendo o pensando con base en algún texto o discurso, acto o acción**”*⁵⁴⁴ (traducción al español de: Metalenguaje).

Éste metalenguaje, más en un sentido netamente psicológico y propio del pensamiento, se enfatiza mucho en la película de los *“Hombres X”*. Aunque en lo particular se puede identificar un caso de este tipo de comunicación no verbal, dentro de una de las escenas iniciales; en donde el profesor Xavier se intenta comunicar con Logan, pero de una forma intrasensorial o mental, por medio de la telepatía.

Arribando a los pensamientos de Logan, Xavier intenta conducirlo hasta donde él se encuentra impartiendo clases; y lo logra justo en el momento en que entra a la última puerta buscando refugio. Dicha situación se describe al final de la siguiente escena transcrita (número 15), en un planteamiento técnico escrito en letras itálicas y negritas.

ESCENA 15: LOGAN ESCUCHA UNA VOZ QUE LE HABLA EN SU MENTE (“22:52 minutos”)

OP. ENTRA EN FONDO MÚSICA INSTRUMENTAL DE SUSPENSO Y PERMANECE DURANTE LA ESCENA

(Logan se encuentra en un pasillo, y mientras va caminando hacia una puerta escucha una voz en su mente)

⁵⁴⁴ *ibid.*, p. 132.



| | |
|------|--|
| VOZ: | ¿A dónde vas? <i>(Logan se espanta, voltea a su alrededor y se dirige hacia el otro fondo; cuando de pronto, se abre la puerta de un elevador)</i> |
| VOZ: | ¡Por aquí! <i>(Logan entra al elevador y llega al pasillo de una casa. Al asomarse y ver que no hay nadie, empieza a caminar y escucha de nuevo las voces)</i> |
| VOZ: | ¿A dónde iras?... ¡Por aquí! <i>(Logan espantado corre hacia una ventana y se esconde, después ve enfrente una puerta y trata de entrar; y cuando escucha que se aproximan muchas personas, se esconde en una columna mientras pasan los jóvenes. Tras al ver que se alejan, corre hacia otra puerta y tratando de escapar en búsqueda de un refugio seguro, decide entrar)</i> |

Lo lamentable de este ejemplo metalingüístico, es que se trata de un caso fantástico y no de una película basada en una situación real como la de “*El Naufrago*” (“*Gate Away*”, en inglés); que fue inspirada en la trama de la obra de Gabriel García Márquez que lleva el mismo nombre, para su adaptación al cine. Y la cual, por dicha razón, también se tomó como estudio de caso; ya que plantea en su adaptación, un hecho verídico que transcribió García Márquez en su libro, tiempo después de entrevistar a un sujeto que vivió en carne propia un naufragio.



3.2.4 ANÁLISIS TÉCNICO DE: “EL NÁUFRAGO”

| ESTUDIO DE CASO: PELÍCULA “NAÚFRAGO” (2000) | | | | |
|---|----------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--|
| MEDIO: CINEMATOGRAFÍA | | FECHA: 06 DE FEBRERO DE 2008 | | |
| CANAL U OTRA ESPECIFICACIÓN: CASA PRODUCTORA “DREAMSWORKS. HOME ENTERTAINMENT” | | DIRECCIÓN: Robert Zemeckis. | DURACIÓN: 143 minutos | |
| MONITOREO: ANÁLISIS TÉCNICO DE COMUNICACIÓN | | | | |
| MONITORISTA: ÁNGEL CRUZ | | | | |
| TIEMPO | TIPO DE COMUNICACIÓN | MEDIO Y/O RECURSO | CANAL U OTRA ESPECIFICACIÓN | OBSERVACIONES |
| 0:01:38 | MASAS | PUBLICIDAD | IMPRESA | APARECE UN CAMIÓN PERTENECIENTE A LA EMPRESA FEDEX. |
| 0:02:40 I | INTERPERSONAL | VOZ | | UN TRABAJADOR DE FEDEX HABLA CON UNA MUJER. |
| 0:03:28 | INTRAPERSONAL | VOZ, PUBLICIDAD | | UN HOMBRE HABLA SÓLO Y EMPIEZA A CANTAR. MÁS TARDE HABLA CON UN HOMBRE. VUELVE A APARECER EL CAMIÓN DE FEDEX Y UNA MUJER HABLA CON UN NIÑO. |
| 0:05:13 | ORGANIZACIONAL | LA VOZ | INTÉRPRETE | EL PROTAGONISTA OFRECE UN DISCURSO A SU PERSONAL DE TRABAJO POR MEDIO DE UN TRADUCTOR. |
| 0:08:40 | INTERPERSONAL | VOZ, TELÉFONO, CONTESTADORA | | EL PROTAGONISTA HACE UNA LLAMADA TELEFÓNICA, ENTRA LA CONTESTADORA Y DEJA UN MENSAJE. DESPUÉS HABLA CON UN NIÑO. |
| 0:09:25 | INTERPERSONAL | VOZ | | EN EL AEROPUERTO DOS HOMBRES ESTÁN PLATICANDO. LLEGA EL PROTAGONISTA AL AVIÓN Y HABLA CON EL PILOTO. DESPUÉS LLEGA UN AMIGO DE ÉL Y COMIENZAN A PLATICAR. MÁS ADELANTE LOS DOS HABLAN CON LA SOBRECARGO. |
| 0:11:31 | INTERPERSONAL | VOZ, CELULAR, PUBLICIDAD | | NOLAND HACE UNA LLAMADA TELEFÓNICA DE SU CELULAR. DESPUÉS LLEGA SU AMIGO Y LE HABLA SOBRE UN DOCTOR. AL FONDO APARECE LA MARCA FEDEX. |
| 0:12:47 | INTERPERSONAL | VOZ, MIRADA | | EL PROTAGONISTA PREGUNTA A UNA RECEPCIONISTA POR KELLY, SU NOVIA, Y LA VA A BUSCAR. ELLA AL VERLO LE SONRÍE Y LO SALUDA, Y COMIENZAN A BAILAR. |
| 0:13:44 | MASAS | TELEVISIÓN, VOZ | CNN | KELLY SE ENCUENTRA VIENDO LAS NOTICIAS. |
| 0:14:44 | INTERPERSONAL | VOZ, PUBLICIDAD | FEDEX | EN LA CENA DE NAVIDAD, LOS INVITADOS SE ENCUENTRAN EN LA MESA PLATICANDO. MÁS TARDE EN LA |



| | | | | |
|---------|---------------|--------------------|-------|--|
| | | | | SALA, CHUCK Y KELLY PLATICAN. EN EL AEROPUERTO SE VEN VARIOS CAMIONES Y UN AVION DE FEDEX, AHÍ, KELLY Y CHUCK SE DAN SUS REGALOS Y SE DESPIDEN. |
| 0:21:21 | INTERPERSONAL | VOZ | | NOLAND HABLA CON EL PILOTO. EL COPILOTO HABLA POR MEDIO DEL RADIO. EN UNA TURBULENCIA EL CAPITÁN LE DICE A CHUCK QUE NO SE QUITE EL OXÍGENO. HAY UNA CONVERSACION ENTRE LOS PILOTOS. |
| 0:34:00 | INTRAPERSONAL | VOZ, PUBLICIDAD | FEDEX | EN LA ISLA, CHUCK ENCUENTRA UNOS PAQUETES DE FEDEX, Y GRITA PARA VER SI HAY ALGUIEN EN LA ISLA Y PIDE AUXILIO. |
| 0:38:25 | MASAS | ESCRITO | | CHUCK NOLAND ESCRIBE EN LA ARENA: "HELP". Y DESPUÉS, CON TRONCOS ESCRIBE LO MISMO. |
| 0:38:57 | INTRAPERSONAL | VOZ | | MIENTRAS RECOGE MÁS PAQUETES DE FEDEX, CHUCK ESCUCHA UN RUIDO Y HABLA SÓLO. |
| 0:47:37 | INTRAPERSONAL | VOZ | | DESPUÉS DE ENCONTRAR A UN PILOTO MUERTO, CHUCK LO PONE EN LA ARENA. Y LES DICE A LOS INSECTOS QUE SE VAYAN. AL REVISAR LAS COSAS DE UNO DE ELLOS, VE SU CARTERA Y REPITE SU NOMBRE. MÁS TARDE LO ENTIERRA, ESCRIBE SU NOMBRE EN UNA PIEDRA Y HABLA SOBRE ÉL. |
| 0:53:04 | INTRAPERSONAL | VOZ | | "EL NAUFRAGO" VE UN BARCO Y EMPIEZA A GRITAR. |
| 1:01:40 | INTRAPERSONAL | VOZ, PUBLICIDAD | FEDEX | CHUCK COMIENZA A ABRIR TODOS LOS PAQUETES DE FEDEX QUE ENCONTRÓ Y LEE LO QUE DICEN ALGUNAS TARJETAS O PAPELES. MÁS ADELANTE INTENTA HACER FUEGO Y VUELVE A HABLAR CONSIGO MISMO. |
| 1:08:00 | INTRAPERSONAL | VOZ | | AL CORTARSE CHUCK SE ENOJA Y EMPIEZA A AVENTAR COSAS, GRITAR Y MALDECIR. |
| 1:10:44 | INTRAPERSONAL | VOZ | | CHUCK LE HABLA A UN BALÓN. |
| 1:12:10 | INTRAPERSONAL | VOZ | | EL PROTAGONISTA EMPIEZA A CANTAR DESPUÉS DE LOGRAR HACER FUEGO. LUEGO DE ESO VUELVE A HABLAR CON EL BALÓN. |
| 1:15:44 | INTRAPERSONAL | VOZ | | CHUCK CONVERSA CON EL BALÓN SOBRE SU MUELA. |
| 1:21:45 | INTRAPERSONAL | VOZ | | AL ESCUCHAR UN RUIDO, CHUCK PIDE SILENCIO. MÁS TARDE VA A VER QUE ES LO QUE OCASIONA EL RUIDO Y SE COMUNICA CONSIGO MISMO, A TRAVÉS DE HABLAR CON EL BALÓN. |
| 1:24:37 | INTRAPERSONAL | VOZ | | NOLAND RECOLECTA PALOS Y EMPIEZA A CONTARLOS EN VOZ ALTA. Y PLATICA CON "WILSON", EL BALÓN. |



| | | | | |
|---------|----------------|--|-------------|---|
| 1:26:38 | INTRAPERSONAL | VOZ | | “EL NÁUFRAGO” PLATICA CON WILSON. |
| 1:28:40 | INTRAPERSONAL | VOZ | | DESPUÉS DE SUBIR A UNA MONTAÑA, CHUCK REGRESA Y DISCUTE CON WILSON. |
| 1:33:08 | INTRAPERSONAL | VOZ | | CHUCK NOLAND PLATICA CON WILSON ACERCA DE SU PARTIDA AL DÍA SIGUIENTE. |
| 1:34:00 | INTRAPERSONAL | ESCRITO, VOZ | | NOLAND ESCRIBE UN MENSAJE EN UNA PIEDRA, Y HABLA CON WILSON. |
| 1:41:47 | INTRAPERSONAL | VOZ | | CHUCK BUSCA A WILSON Y LE GRITA. MÁS ADELANTE LE PIDE PERDÓN POR DEJARLO. |
| 1:47:12 | INTERPERSONAL | VOZ, TELÉFONO | | KELLY RECIBE UNA LLAMADA, DONDE LE DICEN QUE CHUCK APARECIÓ. |
| 1:48:03 | INTERPERSONAL | VOZ | | EN EL AVIÓN, EL PROTAGONISTA PLATICA CON SU AMIGO. |
| 1:50:11 | INTERPERSONAL | VOZ, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD, MICRÓFONO | FEDEX, FXTV | EN LA TELEVISIÓN ESTÁ UN NOTICIERO EN DONDE SE OBSERVA QUE, EN EL HANGAR, UN HOMBRE DICE UNAS PALABRAS SOBRE EL REGRESO DE CHUCK NOLAND. DESPUÉS DE ESO, UNOS REPORTEROS DAN UNAS PALABRAS. |
| 1:51:08 | INTERPERSONAL | VOZ | | EN UNA SALA DENTRO DEL AEROPUERTO, CHUCK HABLA CON ÉL ESPOSO DE KELLY. |
| 1:53:27 | ORGANIZACIONAL | VOZ | | DENTRO DE LA EMPRESA FEDEX HAY UNA CELEBRACIÓN POR EL REGRESO DE CHUCK Y TODOS PLATICAN CON ÉL. |
| 1:56:08 | INTERPERSONAL | VOZ | | UN TAXISTA LLEVA A CHUCK A LA CASA DE KELLY Y HABLA CON ÉL. MÁS TARDE CHUCK CONVERSA CON KELLY. |
| 2:08:25 | INTERPERSONAL | VOZ | | NOLAND PLATICA CON SU AMIGO. |
| 2:13:17 | INTRAPERSONAL | VOZ, ESCRITO | | EL PERSONAJE PROTAGÓNICO LLEGA A UNA CASA Y GRITA PARA VER SI HAY ALGUIEN, PERO NO CONTESTAN. Y DEJA UNA NOTA. |
| 2:14:42 | INTERPERSONAL | VOZ | | CHUCK NOLAND HABLA CON UNA MUJER. |



CONCLUSIONES

“LA FORMULACIÓN de los postulados de nuevos modelos es un acto de creación y no está sujeto a las limitaciones de un método. El científico usa cualquier medio, consciente, o inconsciente en el acto de creación puesto que tiene la capacidad de imaginación, pero también de argumentación. Los medios pueden ser incluso ilógicos, ya que el método de validación subsecuente elimina los modelos que no cumplan el criterio de la predicción...”

-Hugo Padilla.⁵⁴⁵

*El pensamiento es grande, rápido, y libre;
la luz del mundo y la gloria principal del hombre”*

-Bertrand Russell.⁵⁴⁶

Primero hay que concluir que la Ciencia de la Comunicación que aquí se ha propuesto, se trata de una ciencia que se debe sustentar con investigación teórica y práctica, cuyo enfoque se inclina en la postura empírico-analítica. Su objeto de estudio es el fenómeno mismo de la comunicación humana; considerando todas sus tipologías, conceptos, teorías, casos que se presenten en la realidad social e individual, sistemas, modelos y técnicas.

La Comunicología que aquí se plantea, al igual que toda ciencia orientada por la experiencia y su respectivo análisis, es un estudio útil y funcionalista cuyo rigor recae en la identidad instrumental, a fin de que se constituya como una ciencia propositiva e innovadora que: crea, convencionaliza y ofrece soluciones a los problemas que se vayan presentando en sus investigaciones.

Además ésta tiene que estar en constante vinculación con otras disciplinas de las Ciencias Sociales y Humanidades, así como de otra clase de estudio que le ayuden a progresar, corregirse y evolucionar.

Esto es que, el *'logos'* de la comunicación consiste en aquel conjunto interactivo de conocimientos teóricos y herramientas funcionales derivados y corroborados con la experiencia práctica de la investigación científica. Éstos se ordenan mediante un sistema y son formulados en principios básicos, teorías, conceptos, definiciones, esquemas y metodologías configuradas adecuadamente con el propósito de servir como guía en cualquier investigación para resolver problemáticas agudas de comunicación, describir, explicar y predecir tanto las causas como las diferentes consecuencias que se produzcan a partir del fenómeno de la comunicación.

A través de las diferentes disciplinas antes mencionadas (comunicativa, histórica, organizacional, mediática...), esta ciencia social se ocupa del estudio del fenómeno de la comunicación en su relación casual (causas y efectos), y de la interactividad comunicativa entre las personas de manera individual o colectiva; así como de la investigación de dicho fenómeno en materia histórica y antropológica (tratando

⁵⁴⁵ *Op. Cit.* PADILLA, Hugo; 2002. P. 268.

⁵⁴⁶ *Op. Cit.* MIGAL; 2002. P. 246.



los cambios que ha tenido socialmente mediante el uso de los diversos tipos de lenguajes e idiomas, dependiendo las diferentes culturas; además de las modificaciones que ha pasado por la evolución humana y las metamorfosis tecnológicas que le han afectado gracias al progreso de la humanidad y sus recursos).

Esta comunicología moderna tiene que concentrarse en el estudio formal de los medios de comunicación masiva en específico, tomando en cuenta el tratamiento de los mismo en un contexto histórico y en un sentido científico con el afán de conocer: la influencia de los mismos, su impacto, cómo es que perjudica y beneficia a la sociedad y las nuevas generaciones; entre otras consideraciones como: qué teorías han ido surgiendo gracias a estos, qué técnicas han producido para hacer más eficiente la comunicación masiva, que instrumentos cognitivos emplean o han dejado de emplear y cuáles sus funciones sociales (informar, divertir, promocionar algún bien o servicio, mejorar la imagen de alguna compañía o figura pública, etcétera).

Asimismo, su empeño debe asentarse en el estudio del fenómeno comunicativo y la resolución de los distintos conflictos que se dan y surgen dentro de las instituciones públicas o compañías privadas. Aunado a esto, la Ciencia de la Comunicación tiene que enfocarse a las temáticas de trabajo y asuntos de comunicación que se deriven en las empresas; como es el caso de las Relaciones Públicas y Humanas, las vías de comunicación interna y externa, la mercadotecnia estratégica y la publicidad; por mencionar algunos.

Así pues, cabe decir como resultante que, en el marco del presente documento lo que se ha planteado es: una propuesta de Ciencia de la Comunicación configurada por medio de ramas o de sub-disciplinas que sistematiza en diferentes áreas su estudio, con la finalidad de ordenar su conocimiento de una manera más especializada y comprender mejor a la comunicación y sus aplicaciones en el presente (las cuales, como se acaba de decir, pueden ir de lo mediático hasta lo organizacional).

Este material debe estar integrado además, por la descripción y explicación de todos sus elementos, tales como: la comunicación y sus miembros internos (emisor, mensaje, receptor, retroalimentación, canal, medios, ruido, intencionalidad, contexto, etcétera); sus elementos contextuales externos (la interacción humana, la familia, la religión y forma de pensar, la kinésis, la los medios de comunicación y estereotipos mediáticos, la cultura, el uso del lenguaje y el metalenguaje, el calo y demás); su taxonomía o sus tipos (interpersonal, intrapersonal, grupal, organizacional, gubernamental, etc.); sus integrantes metodológicos (el enfoque empírico-analítico y la visión instrumental, el método científico y las técnicas de la entrevistas y la encuesta...); entre otros.

Al mismo tiempo la propuesta científica en curso tiene que complementarse con el desarrollo explicativo y descriptivo de sus características y funciones (*definidas dentro de las páginas 194 a la 200, del capítulo 3*); así como de otras cuestiones relevantes que surgen a partir del fenómeno de la comunicación o giran entorno a ésta; cuestiones como lo son: los medios de comunicación masiva basados en el progreso tecnológico, la influencia social que tienen tales y algunas técnicas maleables de comunicación que son capaces de modificar el comportamiento humano (como por ejemplo: la publicidad, la propaganda...).

Y con la finalidad de definir esta propuesta, se tienen que plantear algunas aseveraciones terminales con relación con el estudio de caso analizado, o partiendo del mismo.



Dentro del estudio de caso retomado de la producción cinematográfica titulada “*El Náufrago*”; hay que recordar que el **eje de análisis fue el fenómeno mismo de la comunicación; así como la descripción e identificación de sus elementos (funciones, clasificación, entre otros)**, el planteamiento crítico de los medios masivos que aparecieron; junto con la explicación de sus diferentes tipologías y la mención de las características de éstas; entre otras cuestiones.

Para dar validez y certidumbre al fenómeno de la comunicación y su estudio, en este estudio de caso se empleo como ruta crítica: el análisis racional y sustentado de sus contenidos comunicacionales, la **identificación** fundamentada del mayor número de elementos posibles, propios de la comunicación (como el emisor, mensaje, receptor, retroalimentación, los canales, el ruido y la retroalimentación; por mencionar algunos); además de la justificación argumentada de algunas funciones identificadas de la comunicación que suelen aplicarse en la sociedad, o que suele desempeñar este fenómeno de retroalimentación (esto, con base en las teorías de masas de la comunicación y los efectos que produce –disfunción narcotizante, el efecto de la aguja hipodérmica, etcétera); así como el planteamiento crítico de algunos efectos que produce la comunicación durante el transcurso de las escenas transcritas, entre otras.

Esto con la finalidad de registrar de una forma más tangible y convencional, primero: la existencia del fenómeno; y segundo: la posibilidad de desarrollar una Ciencia que estudie a la Comunicación con fundamentos consistentes y reales (la Comunicología aquí propuesta).

Es decir, con el objetivo de comprobar la hipótesis sobre la existencia y factibilidad de una Comunicología, se realiza este estudio científico de la Comunicación; a fin de demostrar que, tanto que es viable ordenar los conocimientos y la experiencia relacionada a dicho fenómeno; como su: existencia, repetitividad y rigor, convencionalidad, universalidad y representatividad.

Y para fortalecer la confirmación de la Comunicología instrumental que en el presente trabajo se plantea (o su configuración científica), y hacer más sencillo de entender la ruta crítica descrita en los párrafos anteriores (propia del estudio de caso del capítulo 3); se presentan más adelante dos diagramas concluyentes de modo sintetizado (**en los Anexos 1 y 2: Ver páginas 284 y 286**): en donde el primero trata sobre el conocimiento y lo que implica esta Ciencia de la Comunicación; y el segundo, es el modelo o la ruta crítica específica, considerada para el análisis de esta investigación sustentada (de la película: “*El Náufrago*”).

Lo anterior además con el objetivo de explicar cómo o cual fue el camino tomado para la contrastación de la Hipótesis de Trabajo; ahora Tesis de la Investigación de este Libro: La Comunicología es una ciencia instrumental que se debe sustentar con investigación teórica y práctica, cuyo enfoque es empírico-analítico. Su objeto de estudio es el fenómeno mismo de la comunicación humana; considerando: todos sus elementos, tipologías, conceptos, funciones, teorías, casos que se presenten en la realidad social e individual, sus sistemas, modelos y técnicas, entre otros afines; además de otras investigaciones realizadas por otros investigadores en el pasado.

Cabe reiterar que esta propuesta de Ciencia de la Comunicación, se ha forjado empleando principios científicos con el enfoque empírico-analítico, en lo general; y razonamientos lógicos desde una visión propia y funcional, en lo particular; lo que implica que su ejercicio científico sea sustentado por un énfasis instrumental.



Asimismo, su estructuración tiene como soporte un gran número de fundamentos básicos que ya existían sobre la comunicación, conceptos elementales y argumentos de otros autores que también se inclinan por la existencia de la Ciencia de la Comunicación; misma que han tratado de seguir construyendo y forjando con sus investigaciones sobre el fenómeno, a través de sus libros; como es el caso de Jesús Galindo, Raúl Fuentes Navarro, Eulalio Ferrer, Reed Blake, entre otros que a lo largo de este trabajo se han citado.

A su vez, la experiencia de las Ciencias Sociales y Humanidades (CSH), han ayudado a extender los márgenes cognitivos de este planteamiento comunicológico; el cual integró al final lo que pudiera considerarse como el primer análisis de identificación comunicológico **expresado como tal**; y cuyo objetivo fue el de comprobar la posibilidad científica de la Comunicología (consolidado en la sistematización de su teoría y la experimentación del estudio de caso de cine antes mencionado).

En este sentido, pudiera establecerse la primera conclusión: que a partir de la investigación en curso, **basada en el método del análisis de identificación e interpretación de los diferentes elementos y tipologías de la comunicación**, es posible realizar con futuros trabajos semejantes, todo un estudio científico progresivo de este fenómeno.

Esto es que, partiendo meramente del fenómeno de la comunicación y tomando en cuenta a la “*Creatividad Científica*”, la “*Imaginación*” y otros elementos positivos plasmados en este documento, es posible subir al siguiente escalón que proponía Gallardo Cano en su “*Curso de Teorías de la Comunicación*”; el cual iba más allá de tan sólo llamar la atención a los estudiantes y especialistas sobre las problemáticas a resolver para hacer avanzar a esta área de la Ciencia Social y así optimizar el nivel académico de su enseñanza. Dicho estribo prospectado por este mexicano era: el desarrollo de la Comunicología. (Asunto por lo que se trabajó esta tesis.)

Con base en el presente no se presume que ya todo esté resuelto en materia de comunicación. No. De hecho, este texto representa únicamente la pauta inicial para emprender una Ciencia de la Comunicación que deje de problematizar y problematizar y problematizar sin resolver nada. Es un punto y aparte para empezar a desarrollar estudios de comunicación con rigor científico, tal como ocurrió con: la Antropología, Sociología, Psicología y otras disciplinas similares.

Además, se trata de un ejemplo para ejecutar otros casos experimentales y analíticos que forjen el progreso comunicológico; al mismo tiempo que estimulan un progreso social con base en la comunicación. Esto, llevando a cabo propuestas activas y funcionales para el mejoramiento de la vida del hombre en sociedad y el cual tiene la capacidad de comunicarse; así como de utilizar dicho fenómeno de múltiples maneras a su favor (como lo es, a través de las técnicas de persuasión en la publicidad para promover un producto, las dinámicas de comunicación en la escuelas para la enseñanza, el uso de los ‘*mass media*’ para la difusión cultural...), y hasta en su contra.

De este modo se entiende que el presente, nunca pretendió buscar el ‘*hilo negro*’ de la comunicación; sino tan sólo estimular su creatividad científica en el campo social y fomentar el interés por ella; afín de contribuir con la complejidad del estudio de este fenómeno de retroalimentación, el cual es mucho más amplio que la yerra noción del clásico modelo de: emisor-mensaje-receptor.



Con base en esto, además se puede concluir que la **comunicación** es la fenomenología interactiva de relación, causalidad y retroalimentación que consiste en la acción y efecto de comunicar y comunicarse. Esto ocurre entre dos elementos comunicacionales distintos: un comunicador y un comunicado que emplean un código común.

La misma surge a partir de la intencionalidad del primero y se desarrolla de manera continua con el entendimiento por parte del segundo. Aunque también es posible que se presente el caso de que un sólo elemento funja tanto como comunicador, como comunicado de sí mismo (mediante una comunicación intrapersonal, interiorizada mentalmente o a modo de soliloquio); y, ocupe la función de ambos durante dicha retroalimentación individual.

En el progreso del fenómeno se lleva a cabo una transducción y propagación de estímulos; o bien, la transmisión de señales configuradas dentro de un mensaje fundado en un lenguaje compartido, el cual pasa a través de uno o diferentes canales por conducto de algún medio específico o varios.

La comunicación, al surgir de una intención del comunicador, se resuelve que ésta es capaz de desencadenar acciones que provocan diferentes efectos en el comunicado. Ésta a su vez, y en su efectuación, involucra una gama de procesos naturales, superficiales y tecnológicos comunicacionales, relacionados con la misma o ajenos a lo comunicacional.

Sin embargo, con sustento en la investigación hecha, se puede concluir también que la comunicación no es un proceso (lineal y progresivo) como lo es la información; sino que se trata de un fenómeno de retroalimentación con la cual se pueden concebir desde una serie de ideas, hasta grandes estrategias comerciales y protocolos empresariales en materia organizacional; o bien componer, desde una intencionalidad de persuasión dentro de un discurso directivo, hasta una intencionalidad electoral y lucrativa en cualquier programa o discurso político. Es por eso que la comunicación no es posible delimitarla como sólo un proceso.

Incluso con base en la comunicación, existe la posibilidad de diseñar proyectos para mejorar el funcionamiento de algún negocio o gobierno, replantear objetivos para reparar algún daño o solucionar algún problema emergente del sector público o privado; y hasta es posible orientar los resultados de algún proyecto o investigación hacia los intereses que le convengan a quien haya diseñado dicho plan o protocolo de comunicación, según sea el caso (por ejemplo, dependiendo los resultados que se vayan arrojando, tratar de mejorar la cartera de clientes por medio de un plan de relaciones públicas en lo que compete a un proyecto organizacional; o bien, conocer los conflictos que provoca la falta de comunicación en los matrimonios para encontrarles una solución dentro de una investigación).

Así pues, hay que comprender y dejar bien asentado que la comunicación es un fenómeno tan poco lineal que, como ya se ha dicho en la tesis, puede emplearse como una alternativa múltiple o factor detonante para la solución de un problema.

O bien, llegar a servir como herramienta que procure y se ocupe de la solución completa de dicha situación de crisis y hasta terminar como un conjunto de acontecimientos que afectan perjudicialmente. Tal como ocurre en la comunicación organizacional, política, dentro de su campo publicitario, en el ámbito periodístico, social y hasta comercial; etcétera.



Es decir, la comunicación no es sólo un proceso cerrado o una acción que avanza hacia adelante, ni tampoco se manifiesta linealmente, ni aún menos a modo de diseño planificado con fases sucesivas que tienden a ejecutarse de manera estricta.

La comunicación puede implicar lo antedicho, cierto; empero va más allá e integra más cuestiones, e inclusive otros fenómenos. Ésta remite, en términos generales, a aquel fenómeno humano que es cíclico y que puede llegar a ser reiterativo para la mejor comprensión de lo dicho, parafraseado analizado o manifestado; y, principalmente, para el pleno entendimiento entre el comunicado y comunicador.

Ciertamente, la comunicación puede operacionalizarse al grado de moldearse o realizarse mediante un proceso; la distinción radica en el énfasis de que los resultados obtenidos son, en la mayoría de los casos, parciales o en otros totalmente distintos a los pretendidos previamente a su efectucción social.

Esto es por que en sí misma, la comunicación otorga ciertas libertades que un proceso, por ser riguroso en su avance o contenido, no puede permitirse y menos en su activación dentro de una sociedad.

La comunicación es un fenómeno humano inmerso en el sistema social al que pertenecemos; sin embargo, es una manifestación individual que, a pesar de que se hace presente a la conciencia de los sujetos y aparece como objeto de su percepción, en gran parte de las ocasiones los mismos no la entienden ni efectúan del todo. En sí, es un fenómeno convenientemente apropiado y lógico de ser estudiado con formalidad y seriedad... con ciencia.

De esta manera se puede resolver que este fenómeno, en su amplitud, conocimiento, experiencia y aplicación en un criterio tanto social como tecnológico, es hora de que desconozca su imposibilidad con el 'logos' y se reconozca como parte de la ciencia en general, con un campo de estudio específico la comunicación.

Esto es posible enfatizarlo por la amplia bastedad teórica que ya existe, la gran gamma de fenómenos que en el mundo moderno involucra, el progreso de las nuevas tecnologías comunicacionales que ha propiciado, y por la necesidad imperante que esta significa en el funcionamiento de las relaciones sociales, empresariales, comerciales y hasta de la políticas.

Aunado a lo anterior, primordialmente porque la comunicología puede llegar a tratar cualquier evento, tema y espacio-tiempo que a la humanidad en lo individual o en sus diferentes sociedades le competa o le involucre; y es que día con día vivimos en un entorno que emplea asiduamente a la comunicación. Ésta le atañe en su vida diaria y en todo su devenir; y no sólo, ni exclusivamente dentro de un sistema social; sino también en los ámbitos: estatal, educativo, civil, comercial, grupal, profesional, económico, entre otros. Es decir, y por más genérico o ambiguo que suene: **la comunicación está y se origina en todas partes, en todo momento.**

Además, por si esto fuera poco, hoy en día ésta es también una necesidad básica que la modernidad ha podido convertir en una necesidad de autorrealización. Como es el caso de la comunicación por vía de la telefonía portátil o celular. De igual modo, el paradigma del internet y sus sistemas de comunicación vía 'chat' (o 'messenger'), son parte de esta necesidad que tiene el hombre de estarse comunicando.



De cierta forma cabe resumir que, en pleno siglo XXI, ya es inexcusable que se ofrezca un planteamiento como el presente; el cual contenga sustentos cognoscitivos y experienciales para adentrar a la comunicación en la ciencia y, llevar a cabo su delimitación en el campo de las Ciencias Sociales y Humanidades. Aunque para ello y fortaleciendo la sistematicidad que una ciencia requiere, se concluye también que, para que dicho estudio formal e investigación comunicológica se propicie; es indispensable una taxonomía progresiva comunicacional como la que se propuso en el último capítulo.

Por otro lado, a pesar de haber una gran cantidad de información y teorías con respecto al fenómeno de la comunicación, el estudio especializado del mismo se encuentra un tanto discriminado si se compara con todas las investigaciones que se han realizado sobre los medios masivos de comunicación. Esto es lógico si se piensa en la materialidad de los medios y las técnicas tangibles que se producen mediante la publicidad o los programas de televisión y películas. No obstante, en el sentido estricto y como ya se refirió en el capítulo 1, existen dos tipos de lógica: “*la natural y la científica*”.

La científica, cerrada por su rigor mismo, respecta a lo que necesita de comprobación o de una constatación basada en normas sistemáticas y científicas. Ésta es un tanto material y limitada a la verdad científica, ya que señala que no todas las cosas existen; y que únicamente es cierto lo que a la realidad material atañe. No obstante, en el caso de la fe que no es material: ¿que tan ilógica es cuando en la vida no se ha conocido a ninguna sola persona que carezca de fe? Quizá carece de dogma religioso, pero la fe es la confianza que se tiene sobre algo o alguien; es la fuerza que empuja a la humanidad y la orilla a tener esperanza de vivir, entre otras cosas. Fe en un Dios, fe en un médico cuando hay un ser vivo enfermo, fe a la fuerza de supervivencia de la misma persona enferma, fe incluso a un peluche o fetiche.

La fe quizá no es un hecho material. Sin embargo si es un hecho real, sustancial e inclusive universal, tal como la comunicación; a pesar de toda ciencia del mundo, ausencia de método, solidez, rigor, secuencia en lineamientos establecidos o sistematización. Ambos son fenómenos exhaustivos a los cuales se les puede adaptar un método y una organización ordenada.

La otra lógica, llamada natural, se refiere a toda aquella expresión humana coherente o adecuada a la realidad, cualquiera que sea esta. Ésta da cabida al razonamiento que tienen las personas para pensar y desarrollar sus pensamientos e ideas. En cierto modo, a la lógica científica se le puede entender como una delimitación específica y especializada de la lógica natural.

En pleno uso de la lógica natural, se enfatiza que la verdad es tan amplia que no se describe únicamente con palabras ni se enclaustra en lo material; ésta es tan abierta y despierta que es traducida en diferentes modos, unos le dan el enfoque de las ciencias (fácticas o formales, según Bunge), otros de paraciencias (como es el ejemplo de la parapsicología, los estudios de la kinésis y demás), unos más de metafísicas y ciencias filosóficas (la filosofía misma -ciencia de la razón- y la dialéctica) y otros más, sencillamente la relacionan con un Dios o con un ente supremo que puede ser o no precisamente una divinidad eclesiástica o dogmática (como el caso de la teología, con cualidades dogmáticas y morales).

Este último tipo de lógica es general y quizá es el universo que integra en su propio universo dentro de un diagrama de Behn, al conjunto o subconjunto de la mal denominada verdad científica, correspondiente a la lógica científica.



En dado caso, cualquier enfoque de apreciar al conocimiento es válido, puesto que la única diferencia es que son dogmas diferentes de ver la vida y de entender los fenómenos, de hacer ciencia; de construir una justificación de la existencia humana, de crear conocimientos, de abrir la brecha a experiencias estipuladas o informales sistemáticamente hablando o no, etcétera.

Empero, si nos reducimos a la lógica científica que delimita los conocimientos en un nivel científico o, basado en la verdad científica; se deduce que la comunicación no tiene su propio lugar en el campo del estudio científico. Porque al parecer, carece de materialidad, universalidad, empirismo exacto y de toda una serie de cuestiones rigurosas que se han citado sobre la ciencia, y que aún harán falta por describir en esta parte introductoria.

Agraciadamente, los esquemas de la **ciencia clásica** que nunca cambian en sus principios, formas y contenidos, ha sufrido una '*rexis*'; se han roto.

Actualmente la ciencia es la adición de los conocimientos habidos desde hace siglos, más los que se le van sumando. La ciencia es moderna (se modifica y evoluciona, siendo auténtica). Y el pensamiento científico se ha modernizado con las nuevas corrientes ideológicas. Lo que da la apertura a la posibilidad de existencia de la ciencia de la comunicación, es decir, de la comunicología.

Aún así, si aterrizamos el hecho de la comunicación con otras relaciones científicas, podríase establecer que toda Ciencia Social y Humanística no es un estudio plenamente fáctico ni es ciencia, sino que sólo se trata de disciplinas dispersas entorno a cuestiones que pueden ser parte de estudios y tópicos meramente relativos y sin ningún rigor sólido científico ni real (materialmente y experimentalmente hablando; como es el caso la sociología). Incluso toda ciencia que se refiere a la humanidad (su interacción y dinámica), tampoco lo es.

¿Por que es preciso señalar esto?, porque si nos involucramos con el nacimiento de la ciencia tal como se estipuló en el pasado, las Ciencias Sociales y Humanidades se desprendieron de las Ciencias Fácticas y Exactas que ya tenían una gama de factores que le daban mayor validez y credibilidad muy desde su particular enfoque empírico-analítico.

Incluso se construyeron éstas con bases conservadoras de la ciencia, adaptaciones teórico-metodológicas y quizá una que otra aportación temática (de las cuales han surgido muchas a lo largo del paso del tiempo y espacio); no obstante, esto no significa que fueran algo novedoso del todo. En sí, justamente lo que ha ocurrido es que le cambian la orientación de acuerdo con el fenómeno y le agregan las técnicas pertinentes; y, algunas exclusivas para el estudio correspondiente.

Las Ciencias Factuales existidas, a partir del momento en que emergieron las áreas de lo social y lo humano, las discriminaron aberradamente por estar más apegados a las formas del pensamiento, por ser más '*formales*'.

En este sentido, los científicos de las Ciencias Sociales y Humanísticas querían y estaban en la búsqueda de la legalización, validez y pertenencia a la índole científica de éstas (cuestión válida, por motivo de que todos siempre tenemos la necesidad '*masloviana*', '*tornerana*' y '*marxista*' de pertenecer).



Después, por dicha divergencia y conflicto comenzaron a dividirse y a desacreditarse unas con otras. Las Ciencias Exactas señalaban que las Sociales y Humanísticas no eran ciencias, las pensaban ingenuas y reducidas al razonamiento indemostrable; en tanto que las segundas, señalaban que las primeras eran tan mediocres y cerradas que no entendían sus planteamientos.

Esta explicación es indispensable por razón de que si se comparan casos; la sociología, teniendo como referencia a la forma pasada de hacer ciencia, sería tan informal como la comunicación. Ambas no entrarían dentro del campo científico en miras de otras disciplinas como las Ciencias Biológicas y de la Salud o, las conocidas Ciencias Físicas y Químicas, o las Económico-Administrativas o, cualquier otra que tenga un registro más formalizado dentro de un sistema establecido científica o socialmente.

Así pues, se resuelve que el estudio de la comunicación está presente en sí misma, y ésta se halla presente en la sociedad, en la actividad humana y en cualquier fenómeno de la realidad; a tal grado que, a diario nos comunicamos, incomunicamos o tenemos diferencias al momento de intentarlo.

De la misma forma, adoptando otra vez el ejemplo de la sociología, las relaciones humanas en el marco de una sociedad y lo que ello implica; así como su desarrollo, estructura y función, están en la realidad, es un hecho tan real como la comunicación.

Así como el pensamiento es un hecho real, tanto que es el que hace la realidad de los sujetos, como la imaginación existe aunque no se pueda registrar tal cual y de manera exacta; la comunicación también es un fenómeno real que sucede y que en ocasiones, de manera errónea, se limita sólo a los medios de transmisión de información de nivel masivo o público.

Y, al igual que tantas renovaciones que ha habido de la ciencia, la ciencia de la comunicación: comunicología, es una renovación necesaria. Al igual que lo fue la sociología tras desprenderse de manera científica de la filosofía e historia, prácticamente.

La complejidad y aportación científica de la incomprendida comunicación, y aún no entendida del todo por varios intelectuales, radica en su amplitud y en la afectación que tiene sobre la humanidad. Desde las relaciones en confronta que pueden mermar o producir violencia entre las personas a partir de una mala comunicación o descomunicación (no tanto incomunicación por que ello nos remitiría a la no presencia de la misma; y en cierta medida cuando dos personas se tratan de comunicar, aunque no lo logren del todo, si existe un cierto grado –mínimo u óptimo- de comunicación), hasta la afectación positiva o negativa de los medios masivos. Esto por causa de una mala recepción y entendimiento reflexivo y con conciencia, de parte de los públicos que reciben la información de susodichos '*mass media*'.

La comunicación, es algo que a final de cuentas sí se puede percibir por vinculación de, absolutamente, todos los sentidos; más no es algo palpable si lo hablamos tajantemente, ni es algo que se repita de la misma forma en la generalidad de todos los lugares del planeta; y esto es un hecho.

Ello significa que es universal sin tener la misma forma; por razón de que en todo el mundo, en donde existen seres humanos e inclusive seres vivos relacionándose, se crea de manera innata y natural, se origina con bases y se produce con modelos más estandarizados y sofisticados en su estructura que incluso, llegan a niveles como el del diseño y de la publicidad; donde la misma surge a partir de una pre-configuración o mediante una formulación orientada en intereses y fines específicos; o bien, dependiendo el caso: particulares o colectivos.



Paradójica y simultáneamente la comunicología pudiera parecer no muy universal ni empírica, o por lo menos no del todo; especialmente porque no en todas las ocasiones en que se produce el fenómeno de comunicación, éste se repite de la misma forma. **Sin embargo existe** y su rigor se fortalece cuando su estudio se liga y convencionaliza sólo con la sociedad mediatizada, principalmente porque involucra cuestiones más tangibles, materiales y en donde el fenómeno puede permanecer, captarse o grabarse para ser analizado y teorizado (ello por medio de impresiones periodísticas, reproducciones audiovisuales en CD o DVD, las transmisiones satelitales o hasta por vía de los registros mercadológicos que se obtienen en los sondeos de 'rating' u otros).

Y aunque es erróneo limitar a la comunicología en el estudio de los 'media', como ya se ha citado, esto parece que ha sido un buen inicio para hacer evolucionar a esta ciencia; ya que a través de los 'media' el fenómeno se hace más público y visible. Por lo tanto: más científico. Empero, la comunicología no debe restringirse a lo antedicho; sino que esta ciencia tiene que sobrepasar el estudio de los medios masivos; porque la comunicación tiene muchas formas y estructuras que van desde lo psicológico hasta lo sociológico (esto es, que van de lo individual a lo social).

Además, ésta no debe ser un fenómeno, objeto o hecho de estudio que se integre y se toque por **otras** diferentes disciplinas o áreas (sea semiótica y semiología, grafología, iconología, psicología, sociología...); debido a que tiene un fin particular en su propia sustancia: La comunicación.

Lo mismo pasa con la antropología cuya objeto de investigación se trata de toda actividad humana, remarcando su acento en la cultura. O bien, con la sociología que centra su sustancialidad en las relaciones humanas para con la sociedad así; como otras más que comprenden su estudio de una manera más compleja y abiertamente que otras ciencias.

La comunicación, y en especial comunicación humana; es real, desde adentro del sistema social, hasta en el sistema educativo de las bellas artes; ello sin salirnos escueta y deliberadamente de los criterios que demarcan las Ciencias Sociales y Humanidades.

La comunicación también existe porque se forja según la perspectiva psicológica y lingüística o paralingüística de cada individuo. En sí, es mediante el lenguaje que la construyen los individuos tras interactuar con el habla entre ellos mismos. Y es que aprendemos a hablar antes de escribir, y en condiciones normales, nos comunicamos más en forma hablada que escrita. La lengua oral, parte del lenguaje, es la forma natural de la comunicación humana: todos hacemos uso permanente de ella, al hablar con los demás y escucharlos. De ahí la importancia que tiene saber expresarse en cualquier situación para que los otros nos comprendan.

La expresión depende de cada individuo; más, la enseñanza de la lengua oral carece de una tradición arraigada; generalmente ésta se descuida, procurando más la docencia de la lengua escrita, lo que genera a su vez que existan problemas de comunicación en múltiples ocasiones entre los sujetos. La fundación de la Comunicología mejoraría las técnicas de enseñanza aprendizaje para saber comunicarse y comunicarse bien; ya sea de forma escrita, hablada o metalingüística.

La lengua oral de los individuos es una forma de comunicación que, por ser natural al hombre y por desarrollarse siempre dentro de una situación concreta que le sirve de marco, tiene unas características



específicas con los gestos, la entonación y las repeticiones que la acompañan. Su realización es innata en el tiempo, no obstante lleva consigo una intencionalidad en su instantaneidad.

La comunicación al estudiarse, también debe enseñarse y, de ser necesario, enseñarse adoptándola según el caso concreto de la lengua y cultura del país; ya que existen diferentes formas de pensar, de expresión, niveles de uso y hasta de pronunciación. Por ejemplo, los lenguajes nacionales, locales y dialécticas en los países hispanohablantes (como el guaraní en Paraguay y Quechua en Perú), son diferentes a las lenguas españolas (como es el caso de las maternas; catalán, gallego y vascuence).

En muchas ocasiones la comunicación encuentra diferentes obstáculos que la dificultan y puede llegar a fracasar. Estos obstáculos se deben a factores externos a los interlocutores, como el lugar donde se desarrolla, el ambiente o los ruidos; o a factores internos de los interlocutores, como las emociones que experimentan, sus problemas personales o las tensiones que se producen entre ellos durante los actos de comunicación y, sobre todo, a factores lingüísticos originados por las deficiencias de comprensión y expresión de uno o más interlocutores.

Y es que hablar bien no es lo mismo que comunicarse, se debe considerar un modelo apropiado del lenguaje para cada situación, el vocabulario preciso y respetar reglas sintácticas, pronunciar correctamente, hacer inflexiones de voz y usar la entonación adecuada para transmitir nuestros estados de ánimo, movimientos corporales bien definidos para expresar las emociones, adecuadas proxémicas para revelar la fuerza de cualquier interés que se tenga y demás (en sí: intenciones).

Asimismo, para la comunicación interpersonal es indispensable el uso acertado de los gestos y mímica; que se relacionen realmente con lo que decimos; ello para poder dar expresión con un orden lógico y coherente a lo que pensamos, sentimos y sabemos... a lo que queremos comunicar.

El comunicarse en ocasiones es complicado, puede recaer en las personas a manera de diálogo o monólogo. En ambos casos, su estudio tiene que ser más personalizado por medio de dinámicas interpersonales; por motivo de que, a diferencia de las fenomenologías comunicativas sociales que se podrían registrar mediante muestreos, encuestas y técnicas semejantes; las de injerencia individual requerirían de una documentación adecuada, de entrevistas, grupos focales o hasta de dinámicas resueltas por Cámaras de Gesell.

Por otro lado, la comunicación está presente igualmente en las áreas económico-administrativas y, actualmente, se les está denominando comunicación organizacional. En este sentido, el estudio de la comunicación también debe acoplarse a esta área y aprovecharse como herramienta de apoyo.

En este sentido, si se tiene por base la cabalidad de lo fundamentado anteriormente, se puede finiquitar que, hoy por hoy: la Ciencia de la Comunicación ya se trata de un estudio formal capaz de originar una gran variedad de ejemplos de investigación, principios teóricos, aplicaciones prácticas, metodologías diversas, innovaciones técnicas; así como múltiples formas de análisis de casos que detonen un progreso constante en lo cognitivo y lo pragmático.

Genéricamente se concluye del capítulo uno, que la ciencia es un complejo sistemático (de conocimientos, experiencias, teorías y leyes); del segundo, que la comunicación es un fenómeno complejo integrado por conceptos, funcionalidades y otras teorías y efectos los cuales, bien estructurados, pueden



consolidarse científicamente; y del tercero, que mediante un estudio de caso apropiado, es posible identificar los elementos comunicacionales que lo componen para analizar formalmente todos sus contenidos (aplicaciones, derivaciones, afectaciones y demás), con el objetivo primordial de sustentar una Ciencia de la Comunicación sólida, universal y veraz con un enfoque empírico-analítico: la Comunicología.

Para finalizar, únicamente cabe decir que, con base en lo desarrollado en este trabajo de investigación, se resuelve la confirmación de la Tesis que versa en relación con que: la Comunicología es aquel estudio científico de la comunicación el cual se sustenta sobre bases tanto teóricas como prácticas en lo individual o social.

Y además, independiente de los descuidos u olvidos de su servidor; hay que recordar al lector e interesado por el tema de la Comunicación (sea intrapersonal, cultural, intermedia, etcétera), que ésta, es un fenómeno que no debe minimizarse a una simple plática o los procesos que generan los medios. No. Ésta tiene que tratarse en todas sus funciones, niveles y hasta en la gran gamma de diligencias que acometa en mayor o menor grado. Esto significa que, para su estudio empírico y analítico, dentro de futuros trabajos científicos; se agradece que se tome en cuenta la visión positivista de un servidor para poder adecuar los conocimientos y la experiencia teórica del pasado, junto con las primicias epistemológicas contemporáneas; con la finalidad de proponer innovaciones en el campo profesional y producir nuevas corrientes críticas y cognoscentes que complementen el cuerpo de conocimientos ordenados de esta Comunicología Moderna. Gracias.



ANEXO 1 ⁵⁴⁷:

⁵⁴⁷ ADVERTENCIAS DE LOS ASTERÍSCOS QUE APARECEN EN LOS DIAGRAMAS DEL ANEXO 1 Y 2:

* Primeramente y relacionado al Diagrama del Anexo 1 en general, cabe decir que:

Este diagrama trata sobre la explicación de lo que es y estudia la Ciencia de la Comunicación, sus soportes metodológicos (enfoque, visión y otros recursos de apoyo), progreso y la forma en que dicha Comunicología se aterriza dentro de esta investigación sustentada; mediante un estudio de caso realizado con el análisis comunicológico de identificación y contenido, de la película: “*El Náufrago*”.

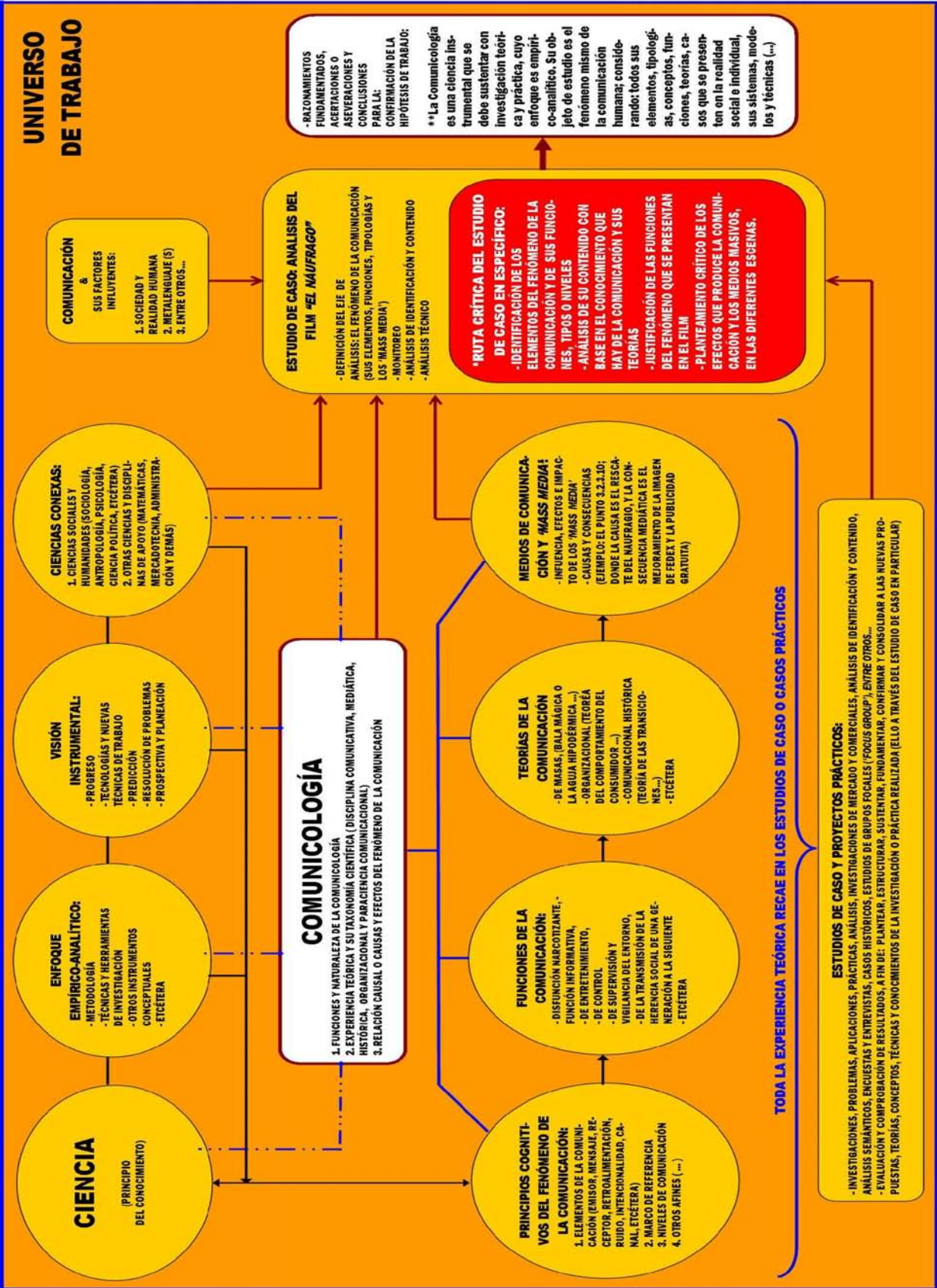
Y segundo, correspondiente a la advertencia del asterisco en lo particular, hay que agregar que:

Para una mejor comprensión del estudio de caso, su metodología y del cómo se contrastó la Hipótesis de Trabajo con este análisis; se muestra la Ruta Crítica completa y desglosada de tal estudio en el Diagrama del Anexo 2.

** Ver Diagrama del Anexo 2 para leer la Hipótesis completa de la presente investigación. Ésta aparece en la parte inferior derecha con la misma advertencia (señalada por dos asteriscos).



DIAGRAMA PARA LA CONFIGURACIÓN DEL ESTUDIO CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN Y LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE TRABAJO DE LA INVESTIGACIÓN ACTUAL





ANEXO 2⁵⁴⁸:

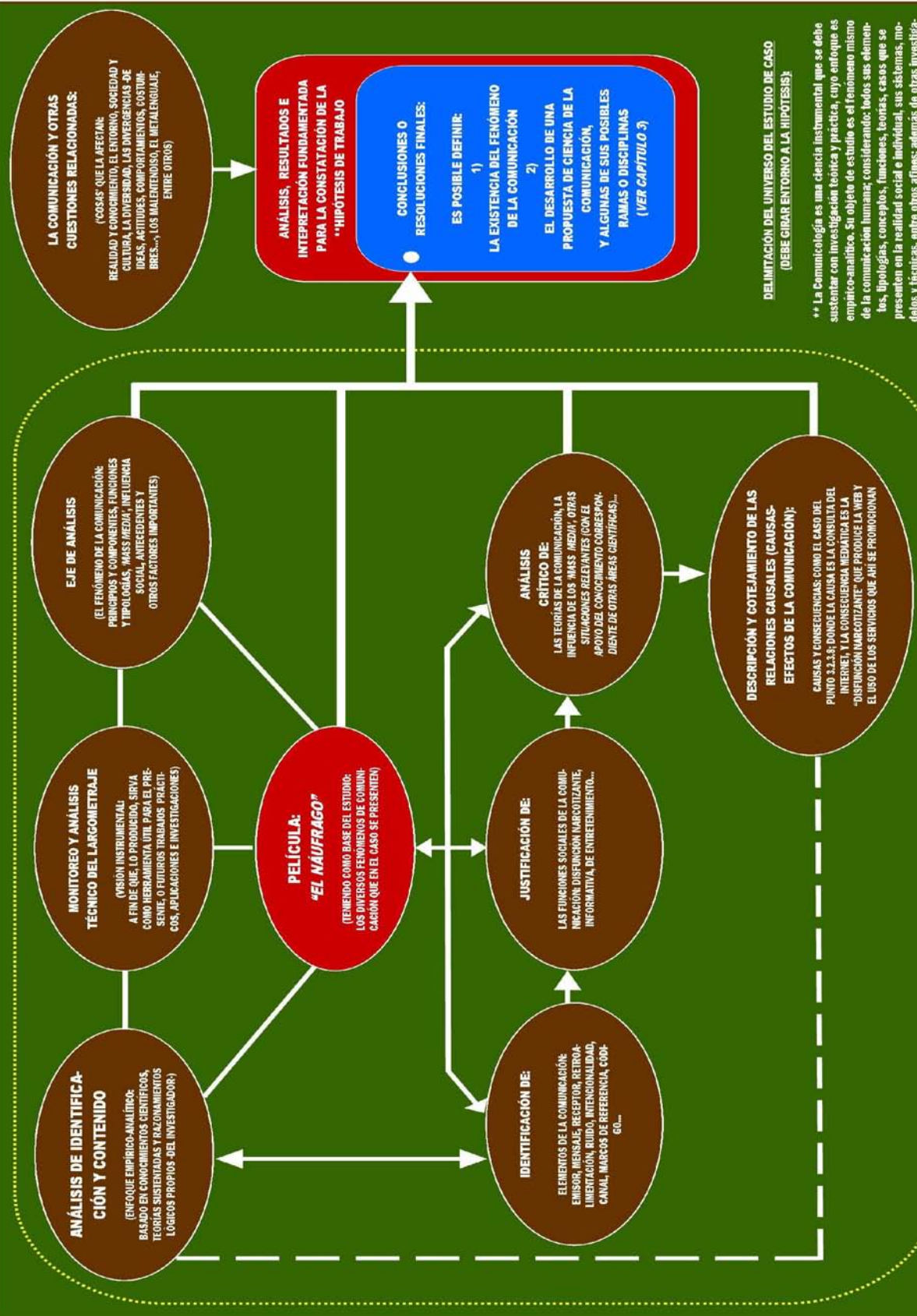
⁵⁴⁸ ADVERTENCIAS DE LOS ASTERÍSCOS QUE APARECEN EN LOS DIAGRAMAS DEL ANEXO 1 Y 2:

* En dicho diagrama se muestra el desarrollo de la Ruta Crítica específica, sintetizada y delimitada para la Comprobación de la Hipótesis.

** Hipótesis completa.



*** DIAGRAMA DE LA RUTA CRÍTICA ESPECÍFICA DEL ESTUDIO DE CASO, PARA LA COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE ESTA INVESTIGACIÓN**





FUENTES DE INFORMACIÓN

1. BIBLIOGRAFÍA

- ABBAGNARIO, Nicola. *Diccionario de Filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica, 1963. Pp. 186-187.
- ACOSTA Montero, José. *Periodismo y Literatura*. Madrid: Editorial Omega, S.A.; 1973.
- AGUADO, Juan Miguel. *Comunicación y Cognición. Bases Epistemológicas de la complejidad*. Sevilla: Ediciones y Publicaciones Comunicación Social, 2003. P. 109.
- ALBALA, A. *Introducción al Periodismo*. Madrid: Editorial Gudarrama, 1970.
- ALEXANDER, Ralh S.. *Marketing Definitions*. Estados Unidos: AMA, 1963. P. 9.
- ALLPORT, Gordon Willard. *Psicología del rumor*. Buenos Aires: Psique Ed., 1953. 243p.
- ALMOND, Gabriel y; Coleman, James S. *Las Políticas de las Áreas de Desarrollo*. Nueva York: Universidad de Princeton; 1960. Pp. 4-5.
- _____ y; Powell, Bingham. *Políticas Comparativas*. Boston: Brown y Co. Ediciones; 1966. De la Introducción.
- ALVADO Rangel, Leticia; [...et. al]. *Comunicación I*. México: McGraw-Hill/Interamericana, S.A. de C. V.; 1997. Pp. 7-9.
- ANDER-EGG, Ezequiel. *Técnicas de Investigación Social*. México: Editorial el Ateneo, S.A. de C. V.; 2001. Pp. 19-20, 22, 24, 29, 30 y 33.
- ARRIAGA, Patricia. *Publicidad, economía y comunicación masiva. Estados Unidos y México*. México: Editorial Nueva Imagen, 1980. P. 18.
- ARROYO Galán, Luís. *Tecnología móvil. Aplicaciones GSM, GPRS, UMTS y WI-FI*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003. P. 134.
- ÁVILA, Raúl. *La lengua y los hablantes*. México: Editorial Trillas, 1991. Pp. 27, 30-31 y 33.
- BAENA, Guillermina. *Instrumentos de investigación*. México: Editores Mexicanos Unidos, S. A.; 1986. P. 20.
- BAGÚ, Sergio. *Realidad Social y conocimiento*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. 1984. P.9.
- BALES, R. J. *The equilibrium process in small group*. En: PARSONS, T. *Working papers in the theory faction*. U.S.A: Free Press, Glencoe; 1953. Pp. 63 y 310.
- BANDURA, Albert. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996. Pp. 6-89.
- BARFIELD, Thomas. *Diccionario de Antropología*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C.V.; 2000. P. 114.
- BARNLUND, Dean C. *Comunicación Interpersonal: Estudios y Mediciones*. Boston: Houghton Mifflin Company; 1968. P. 8.
- BARNOUW, Eric. *Tube of Plenty*. USA: Oxford University Press, 1975. P. 17.
- BELERT, Stanislas; [...et. al.]. *El Concepto de la Información en la Ciencia Contemporánea*. Madrid: Alianza Universidad; 1992. P. 56.
- BENEYTO, Juan. *La Opinión Pública. Teoría y Técnica*. Madrid: Editorial Tecnos, 1969. Pp. 77-85.
- BERELSON, Bernard. *El hombre, su comportamiento,*, México: Editorial Pax, 1968.



- BERGER, G. *LA Opinión Pública. Fenómeno Humano*. España: Paidós Studio; 1957. 317p.
- BERKO, M. Roy; Wolvin, D. Andrew; y Wolvin, Darlyn R. *Communicating. A social and career focus*. U.S.A: Houghton Mifflin Company. P. 438.
- BERLO, David K. *El proceso de la comunicación*. México: Editorial "El Ateneo" S. A. de C. V.; 1992.
- BERNAD, R. *El Cine*. México: Editorial Bruguera, 1962. P. 13.
- BERNAYS, Edward. *Propaganda*. Nueva York: Home Editor: Horace Liveright, 1928. 213p.
- BETRÁN, Luis R. *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina*. En: *Sociología de la comunicación de masas* (Volumen I). Barcelona: Editorial Gustavo Gilli; 1985.
- BIAGI, Shirley. *Impacto de los Medios*. México: International Thomson Editores; 1999. Pp. 48-390.
- _____. *Introducción a los Medios Masivos de Comunicación*. México: Thomson Editores, 1999. P. 390.
- BICKMANN, Roland y; Brauner Josef. *La Sociedad Multimedia*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.; 1996. 157p.
- BILBAO EDITORIAL. *La Sociología*. Bilbao: Asuri de Ediciones, S.A.; 1981. P. 233.
- BLAKE, Reed H.; y Haroldsen Edwin O. *Una taxonomía de conceptos de la comunicación*. México, D.F: Ediciones Nuevomar, S.A de C.V.; 1983. Pp. 14, 29, 31-33, 36, 38 y 44-46.
- BLAXTER, Loraine; [...et. al.]. *Cómo se hace una investigación*. España: Editorial Gedisa, 2000. Pp. 63 y 249.
- BOLIVAR, Echeverría. *Definición de la Cultura*. México: UNAM, 2001. Pp. 30, 31 y 187.
- BOND, Fraser. *Introducción al Periodismo*. México: Editorial Limusa; 1978.
- BRAUNSTEIN, Néstor A. [...et. al.]. *Psicología: Ideología y Ciencia*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A.; 2000. Pp. 21-23 y 27.
- BROWN, Les. *Televisión. The Business Behind the Box*. U.S.A: Harcourt Brace Jovanovich Editors, 1971. P. 43.
- BUENO, Miguel. *Principios de lógica*. México: Edición Editorial Patria, 1970. P. 42.
- BUNGE, Mario. *Buscar la filosofía en las Ciencias Sociales*. México: Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C. V.; 1999. Pp. 14, 31, 47, 139-147.
- _____. *La ciencia. Su filosofía y su Método*. México: Grupo Cultural Patria, S. A. de C. V.; 2000. Pp. 9-34, 71, 133 y 571, 574.
- _____. *La investigación Científica*. México: Siglo XXI Editores, S. A. de C. V.; 2004. Pp. 3, 4, 9-22, 24-78, 80, 265 y 265.
- BUR, Ricardo y; Nine, Lucas. *Psicología*. Buenos Aires: Era Naciente, SRL; 2003. Pp. 3-4 y 6.
- CABALLAR Falcón, José A. *Internet. Libro del navegante*. Madrid: Editorial RA-MA, 2000. Pp. 12-13, 329 y 385.
- CALVO Fernández, Sergio y; Reinares Lara, Pedro. *Comunicación en Internet*. Madrid, España: Paraninfo Thomson Learning, 2001. Pp. 1, 8-13 y 15.
- CAPP, Glenn R.; [...et. al.]. *Basic Oral Communication*. London: Prentice Hall, Inc.; 1990. Pp. 5 y 6.
- CASTELLS, Manuel y; DE IPOLA, Emilio. *Epistemología y Ciencias Sociales*. México: UAM. Pp. 15 y 32.
- CASTORIADIS, Cornelius. *Institución primera de la sociedad e instituciones segundas*. En *Figuras de lo pensable (las encrucijadas del laberinto VI)*. México: Fondo de Cultura Económica, 2004. P. 124.
- _____. *Las crisis de las identificaciones*. En *El ascenso de la insignificancia*. Barcelona: Editorial Frónesis. 2001. P. 114.
- CAZENEUVE, J. *Sociología de Macel Mauss*. Inglaterra: Península, B.; 1970.



- CERVERA Fantoni, Ángel Luis. *Comunicación total*. Madrid, España: Ediciones Especiales para el Esic, 2004.
- CHALMERS, Alan F. *Qué es esa cosa llamada ciencia. Una valoración de la naturaleza y del estatuto de la ciencia y sus métodos*. México: Siglo XXI editores, S.A. de C.V.; 2001. Pp. 13 y 17.
- CHEHAYBAR Y KURI, Edith. *Técnicas para el aprendizaje grupal*. México: UNAM-CISE, 1983. 211p.
- CHILDS, Harwood L. *Public Opinion: Nature, Formation and Role*. Canada: D. Van Nostrand Company, INC; 1965. Pp. 12 y 13.
- COPI, Irving M. *Introducción a la lógica*. México: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1972. Pp. 3-5, 26 y 123.
- COMTE, Augusto. *Discurso sobre el espíritu positivo*. Argentina: Aguilar; 1982. Pp. 53-54, 96.
- CORNFORTH, Maurice. *Teoría del Conocimiento. Volumen 3*. México: Editorial Nuestro Tiempo, S.A.; 1986. Pp. 143-154, 158-159.
- D. RUNES, Dagobert. *Diccionario de Filosofía*. En Barcelona y México: Ediciones Grijalbo, 1981. P. 73.
- D. Runes, Dagobert. *Diccionario de Filosofía*. En Barcelona y México: Ediciones Grijalbo, 1981. P.73.
- DE FLEUR, Melvin. *Teorías de la comunicación masiva*. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1976. P. 138.
- DE GORTARI, Eli. *Lógica General*. México: Editorial Grijalbo, S.A.; 1972. P. 10.
- DE DIEGO, Vicente García. *Diccionario Etimológico Español e Hispánico*. Madrid: Editorial S.A.E.T.A., 1954. P. 10
- DE LA MORA Medina, José de la [...et. al.]. *Antología de comunicación*. México: UNAM. 1979. P. 240.
- _____. *Taller de Comunicación I. Explicación y Análisis*. México: Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM; 2001. Pp. 14-18, 17, 54 y 52, 74-76.78, 155 y 166.
- DE LA MOTA, Ignacio H. *Función Social de la Información*. España: Editorial Paraninfo, S.A.; 1988. P. 73.
- DE OLIVEIRA Torres, Joao Camillo. *A Propaganda Política. Natureza e Limites. Revista Brasileira de Estudos Políticos*. Rio de Janeiro: Universidade de Minas Gerais; 1959. P. 17.
- DE MORAGAS, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Edit. Gustavo Gili,. S.A.; 1979.
- DE ROBERTIS, Cristina. *Fundamentos del Trabajo Social. Ética y Metodología*. Valencia: Editorial Nau Libres 2003. Pp. 21-44.
- DEUTSCH, Karl. *Los nervios del gobierno, modelos de comunicación y control político*. México: Siglo Veintiuno Editores, S. A.; 1983. Pp. 35-53.
- DIAZ, Esther; [...et. al.]. *La posciencia. El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad*. Argentina: editorial Biblios, 2000. Pp. 44, 46, 53-115 y 407.
- Diccionario de Antropología*. España: Ediciones Bellaterra, S.A.; 1980. P. 40.
- Diccionario. Lengua E. Sinónimos y Antónimos*. México: Editorial Duplex Sopena, 1992. P. 288.
- DIDRIKSSON Takayanagui, Axel. Ensayo: *La universidad del futuro*, en: FUENTES Hernández, Cesar Enrique. *El conocimiento. Lecturas Básicas II*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2000. Pp. 36-37, 156 y 161-162.
- DIETERICH, Heinz. *Nueva Guía para la investigación científica*. México: Editorial Planeta Mexicana, S.A. de C.V.; 2004. Pp. 19 y 23.
- DOMINIK, Joseph R. *La dinámica de la Comunicación Masiva*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C. V.; 2001. Pp. 9, 25-49, 176-177, 189, 239-246, 338-339.
- DOSH Friedrich. *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Editorial Herder, 1995. P. 135.
- DOVIFAT, Emil. *Manual de periodismo*. México: Editorial UTHEA, 1960.
- DUBOIS, Jean [...et. al.]. *Diccionario de Lingüística*. España: Alianza Editorial; 1994. Pp. 127-130.



- DUNCAN, Hugh Dalziel. *Communication and Social Order*. London: Oxford University Press; 1962. P. 76.
- DURKHEIM, Emile. *Las Reglas del Método Sociológico*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2005.
- _____. *Las Reglas del Método Sociológico*. Madrid: Schapire, B.A., 1970. Pp. 67, 108 y 151.
- _____. *Pragmatismo y Sociología*. Buenos Aires. Editorial Schapire S.R.L., 1972.
- DUVERGER, Maurice. *Métodos de las Ciencias Sociales*. España: Editorial Ariel, S.A.; 1996. Pp. 18, 34, 374-379.
- E. Hunter, David y; Whitten Phillip. *Enciclopedia de antropología*. Ediciones Bellaterra, S.A., 1976. Pp. 171-175.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. España: Editorial Lumen, S.A.; 1990. P. 32.
- _____. *Cómo se hace una tesis*. México: Editorial Gedisa, 2004. P. 30 y 46.
- _____. *El signo*. España: Editorial Labor, 1976. (Col. Temas de Filosofía). Pp. 13 y 14.
- EGRI, Lajos. *Cómo escribir un drama*. México: Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, 2001.
- ELLUL, Jaques. *Propaganda. Conformación de las Actitudes del Hombre*. Nueva York: Editorial Era; 1973. P. 12.
- ESCAPIT Robert. *Teoría general de la información y la comunicación*. España: Editorial Icaria, 1977. Pp. 42 y 43.
- EYSSAUTIER de la Mora. Maurice. *Metodología de la Investigación. Desarrollo de la inteligencia* México: Editorial ECAFSA THOMSON LEARNING, 1998. P. 74.
- F. Nadel, S. *Fundamentos de Antropología Social*. México: Fondo de Cultura Económica; 1974. Pp. 9 y 11.
- FAGEN, Richard R. *Política y Comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 1969. P. 5.
- FAST, Julius y Bárbara. *Hablando entre líneas*. Barcelona, España: Ediciones Kairós, 1970. Pp. 9 y 10.
- FERNÁNDEZ Collado, Carlos. *La comunicación humana. Ciencia Social*. México: McGraw-Hill / Interamericana de México, S.A. de C. V.; 1994. Pp. 11 y 311.
- FERRER Rodríguez, Eulalio. *Comunicación y comunicología*. México: Ediciones Eufe, S. A.; 1982. Pp. 13, 18, 19 y 21.
- FICHTER, Joseph H. *Sociología*. Barcelona: Empresa Editorial Herder, S.A.; 2001. Pp. 15-18.
- FISHER, E. *La función del arte*, en: FUENTES Hernández, Cesar Enrique. *El conocimiento. Lecturas Básicas III*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2000. Pp. 66 y 116.
- FISHER, Laura. *Mercadotecnia*. México: Editorial McGraw Hill, 1992. P. 302.
- FISKE, John. *Introducción al estudio de la Comunicación*. Colombia: Editorial Norma, 1979. 186p.
- FOLLIET Whyte, William. *Liderazgo Informal y Estructura de los Grupos*. España: Editorial de la Universidad de Madrid; 1950. P. 63.
- FONSECA Yerena, María del Socorro. *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación, S. A. de C.V.; 2000. Pp. 10, 18-21.
- FRANCOISE Parot, Roland Doron. *Diccionario de Psicología*. Ediciones Akal, S.A; 1998. Pp. 113 y 114.
- FRANDSON, R.D.; y SPURGEON, T.L. *Anatomía y Fisiología de los animales domésticos*. México: Nueva Editorial Interamericana, S. A. de C. V., 1995. Pp. XX y XXI.
- CHAZEL, Franco. *Metodología de las Ciencias Sociales*. Barcelona: Edit. LAILA.
- FRASCARA, Jorge. *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito, 2006. 165p.
- FREUD, Sigmund. *Duelo y Melancolía*. En: *Obras completas de Sigmund Freud*. Edición completa: Tomo XCIII. México. Ediciones Nueva Hélade, 1999. Pp. 26 y 32
- _____. *Obras Completas*. España: Editorial Biblioteca Nueva, 1973. Pp. 211-223.



- _____. *Las teorías de las ciencias humanas*. Barcelona: Editorial Península, 1993.
- FUENTES Hernández, Cesar Enrique. *El conocimiento. Lecturas Básicas II*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2000. Pp. 30, 36-37, 109, 156, 161-162, 176 y 180.
- GALINDO, Jesús y; Luna, Carlos. *Campo Académico de la comunicación: Hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESCO y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; 1995. P. 270-271.
- GALLARDO, Alejandro. *Curso de teorías de la Comunicación*. México: Editorial Cromocolor, 1998. Pp. xxi, 1, 2, 15, 16 y 18.
- GAMUT, LT.F. *Introducción a la Lógica*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires, 2002. P. 1.
- GARCÍA CANAL, María Inés. *Poder, Institución y Estado*. En Foucault y el Poder. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2002. P. 11.
- GARCÍA DE DIEGO, Vicente. *Diccionario Etimológico Español e Hispánico*. Madrid: Editorial S.A.E.T.A., 1954. Pp. 10, 11 y 178.
- GARCÍA Madrigal, Florencio; y Vicén Antolín Carlos. *Fundamentos de Comunicación Humana*. Zaragoza: Mira Editores, S. A. de C. V. P. 16.
- GARCÍA-PELAYO y GROSS, Ramón. *Diccionario Enciclopédico Ilustrado*. Estados Unidos: Ediciones Larousse, 1998. P. 849.
- _____. *Pequeño Larousse*. Barcelona, España: Editorial Noguer, 1973. Pp. 121, 387, 402, 460, 476, 533, 536, 622, 752, 796, 818, 827, 866, 827, 932 y 946.
- GIANETTI, Louis. *Understanding Movies*. Estados Unidos: Ed. Englewood; 1998.
- GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, 2002. Pp. 27, 47 y 51.
- GÓMEZ Robledo Antonio. *Platón. Los seis grandes temas de su filosofía*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.
- GONZÁLEZ Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México: Editorial Trillas, S.A. de C.V.; 1984. Pp. 11, 13, 14, 17-18, 33, 36, 49, 54, 82 y 652.
- GONZÁLEZ Seare. L. *La opinión pública y comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.; 1968. P. 26.
- GORDON Childe, V. *Los orígenes de la Civilización*. México: Fondo de Cultura Económica; 1977. 291p.
- GORDON, George N. y; Falk, Irving. *La Guerra de las Ideas*. Nueva York: Publicaciones Husting Home; 1975. Pp. 313 y 314.
- GORSKI, D.P. y; TAVANT P.V. *Lógica*. México: Editorial Grijalbo, 1970. Pp. 11 y 115.
- GRAMSCI, Antonio. *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. México: Juan Pablos Editor, S. A., 1975. Pp. 47, 49, 50 y 63.
- GRECO, Orlado (Dir. y Coord.). *Diccionario de Sociología*. Argentina: Ediciones, S.R.L.; 2003. P. 56.
- GRIJALBO. *Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado*. BARCELONA: Editorial Grijalbo Mondadori, S. A.; 1998. P. 1052.
- GROSS, Richard D. *Psicología: la ciencia de la mente y la conducta*. México: Manual Moderno. 2004. P. 182.
- GUAJARDO, Horacio. *Teoría de la Comunicación Social*. México: Editorial del Valle de México. Pp. 11 y 44.
- GUIRAUD, Pierre. *La semiología*. México: Siglo XXI, 1976. 133p.
- GUSTAFSON, R. David. *Álgebra Intermedia*. México: International Thomson Editores, S. A. de C.V., 1997. Pp. 2, 470 y 471.



- GUTIÉRREZ Bueno, Enrique. *Telefonía móvil: Desarrollo de sus Infraestructuras y Aspectos Tecnológicos*. Seminario Internacional sobre campos electromagnéticos, telefonía móvil y Salud. Madrid: Publicaciones del Ilustre Colegio Oficial de Madrid, 2004. Pp. 12-16.
- H. Carr, Edward. *¿Qué es la historia?* Barcelona: Editorial Ariel, 1995. Pp. 49-691.
- H. D., Anthony. *Science and its background*. Londres: Macmillan, 1948. P. 145.
- HAHN, Harley y; Stout Rick. *Internet. Manual de Referencia*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España. S. A.; 1994. Pp.17, 18, 20 y 254.
- HANSEN, G. *El Film*. México: Editorial Braguera, 1962. P. 17.
- HARPER Christopher. *The new Mass Media*. U.S.A: Houghton Mifflin Company; 2002. Pp. 6, 8 y 329.
- HARTMANN, George. *Acciones Inmediatas y Remotas como Estímulos Políticos*. Buenos Aires: Casanova Ediciones. Colección de Psicología Social; 1938. Pp. 86 y 99.
- HASSEN, J. *Teoría del Conocimiento*. México: Grupo Editorial Tomo, S. A. de C. V.; 2003. Pp. 41-45, 167-168, 202-216.
- HELMUT, Shoek. *Diccionario de Sociología*. Barcelona: Editorial Herder, 1981. P.121.
- HÉRNANDEZ Sánchez, Alfredo (Coord.); [...et. al.]. *Manual de Sociología*. Secretaría de publicaciones e intercambio científico. Universidad de Valladolid; 1998. Pp. 15-39 y 41.
- HILLMAN, Karl-Heinz. *Diccionario Enciclopédico de Sociología*. Barcelona: Empresa Editorial Heder, S. A.; 2001. Pp. 117 y 841.
- HOLTON, Gerald. *La imaginación científica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1973. 272p.
- HOMERO. *La Iliada*. México: Editorial Porrúa, 1997. P. 33.
- HONDERICH, Ted (Editor). *Enciclopedia Oxford de Filosofía*. España, Madrid. Editorial Tecnos (Grupo Anaya, S.A.), 2001. P.186.
- HORKHEIMER, M. "Authority and the family", en: "Critical Theory". USA: Oxford Ed.; 1998. P. VII.
- HOURDIN, George. *Las Técnicas de Difusión en la Civilización Contemporánea*. Argentina: Editorial Jus; 1956. P. 81.
- HUND, Wulf. *Comunicación y sociedad*. Madrid: Alberto Corazón Editor. 1970. P. 32.
- HUNTER S, Thomas. *Nociones de publicidad*. México: Editorial Aguilar, 1954. P. 4.
- HUSSERL, Edmund. *Investigaciones lógicas, I*. España: Alianza Editorial, 1982. Pp. 11 y 41.
- IBARRA Quevedo, Raúl. *Principios de teoría de las comunicaciones*. México: Limusa: Noriega; 1999. 320p.
- J.J., Davies. *On the scientific method*. Inglaterra: Longman, 1968. P. 8.
- JOHNSON, Harry M. *Sociología. Una introducción sistemática*. Buenos Aires. Editorial Paidós, 2001. Pp. 23-25.
- JUBLIN, F.M. *Comunicación Organizacional*. En: DAHNKE, G. L., [...et. al.]. *Comunicación Humana*. California: Teoría e Investigación, Wadsworth, 1990. Pp. 156-182.
- KÉDROV Spirkin, B. *La ciencia*. Versión al español de José M. Bravo. México: Editorial Grijalbo, S.A., 1968. Pp. 14, 22-24 y 91-127.
- KELLER, H. *The story of my life*. Nueva York: Doubleday, Page and Company, 1908. Pp. 9-17, 22-24.
- KELLOG, W.N. y; KELLOG, L.A. *The ape and the child*. E.U.A.: McGraw-Hill Book Company, Inc. 1933.
- KINNICK, K. *Public Relations Review*. New York: Editorial Praeger, 1994. Pp. 1-20.
- L. BEALS, Ralph y; Hoiyer Harry. *Introducción a la Antropología*. Madrid: Aguilar, S.A. de Ediciones; 1972. Pp. 4 y 5.
- LACKERBANNER, Ingo. *Internet*. Barcelona: MARCOMBO, S.A.; 2001. Pp. 15, 17, 114-115.
- LADRIÈRE, J. *Limitaciones internas de los formalismos*. Madrid: Editorial Tecnos, 1969. Pp. 26 y 27.



- LALOIRE, Marcel. *Rentabilidad de la técnica y la práctica publicitaria*. España: Editorial Sagitario, 1967. P. 16.
- LAPLANCHE, Jean. *Diccionario de Psicoanálisis*. Barcelona: Paidós. 1996. P. 536
- LASWELL, H.D. *Estudio y Práctica de la Propaganda*, en., LASSWELL, Harold D; [...et. al.]. *Propaganda y Actividades de Promoción*. Madrid: Ediciones Ibericas, S.A.; 1935. P. 131.
- LAWRENCE, LeShan. *The Psychology of war. Comprehending its mystique and its madness*. Nueva York. Helios Press, 2002. 311p.
- LAZARSELD, P. F.; citado en: BIRD, C. *Psicología Social*. Barcelona: Editorial Castellán, S.A de C.V; 1940. P. 326.
- LERBINGER, Otto. *Diseño para una Comunicación Persuasiva*. México: Ediciones el Manual Moderno, 1979. 189p.
- LEVIS-STRAUSS, Claude. *Antropología Estructural*. México: Siglo Veintiuno Editores, S. A.; 1981. Pp. 17 y 19.
- LÓPEZ Beltrán, Carlos. *La ciencia como cultura. Trenzas y otros ensayos nómadas*. México: Editorial Paidós Mexicana, S. A. de C. V.; 2005. Pp. 86 y 88.
- LÓPEZ, Antonio. *Diccionario Enciclopédico Aula*. España: Cultural, S.A; 1996. Sección letra "C".
- LÓPEZ, Cuno. *Método e Hipótesis Científicos*. México; Editorial Trillas, 2004. Pp. 13, 21 y 23.
- LÓPEZ, José Luis Aranguren. *La Comunicación Humana*. Madrid, España: Editorial Tecnos, 1986. P. 17.
- LOSADA Díaz, José Carlos (Coord.). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona: Editorial Ariel, 2004.
- LUCAS Martín, Antonio. *La comunicación en las empresas y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch, 1997.
- MABARAK, Celis Adela. En Asignatura: *Seminario de Titulación I*. Facultad de Ciencia Políticas y Sociales, UNAM. Primera mención: 19 de abril del 2006.
- MALDONADO Willman, Héctor. *Manual de comunicación oral*. México: Longman de México Editores, S.A. de C. V.; 1997. Pp. 13, 22, 24, 46, 47, 49, 69 y 77.
- MARDONES, J.M.; y Ursua N. *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. México: Ediciones Coyoacán, S.A. de C. V.; 2003. 260p.
- MARTIN, L. John. *Internacional Propaganda*. USA: University of Minnesota Press, Mieapolis; 1958. Pp. 10 y 16.
- MARTÍNEZ Chávez, Víctor Manuel. *Fundamentos teóricos para el diseño de un protocolo en investigación*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C. V.; 2004. Pp. 22, 45, 46 y 50.
- MARTINEZ Solana, Yolanda. *La comunicación institucional: análisis de sus problemas y soluciones*. Madrid: Ediciones Fragua, 2004.
- MATTELART, A. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Editorial Paidós, 1997.
- MAUSS, Macel. *Ensayo sobre el Don*, en: *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecno, S.A., 1971. P. 256.
- MAZO del Castillo, J.M. *Las estructuras de la comunicación por objetivos*. Barcelona, España: Editorial Ariel, 1994.
- MCGINNISS, Joe. *Cómo se vende un Presidente*. Barcelona: Ediciones de Bolsillo, 1970. 87p.
- MCLUHAN, Marshall. *Comprender a los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.; 1994. Pp. 315 y 320.
- _____. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México: Editorial Diana, 1987. Pp. 25, 26, 31-41 y 117.
- _____. *El medio es el mensaje*. Estados Unidos: Batam Books, Inc.; 1967.
- MCQUAIL, Denis. "Introducción a las Teorías de la Comunicación de Masas". México: Editorial Paidós Mexicana, S.A.; 1993. 452p.



- _____. *Towards a Sociology of Mass Communications*. Londres: Collier-MacMillan; 1980. P. 74.
- MEAD, Margaret. *Investigación sobre los niños primitivos*. En: CARMICHAEL, L. *Manual of child psychology*. (Nueva York: John Wiley and Sons., Inc; 1946. P. 678.
- MENENDEZ, Antonio. *Movilización Social. De la Publicidad, Relaciones Públicas y Propaganda*. México: Editorial, Bolsa Mexicana del Libro, S.C.; 1963.P. 125.
- MERRILL, John C. *Comunicación Internacional, Medios, canales y funciones*. Nueva York: Publicaciones Hasting House; 1970. P. 175.
- _____; [...et. al.]. *Medios de Comunicación Social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el Mundo*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992. Pp. 42-44, 207, 208, 227 y 322.
- MIGAL. *Frases Célebres*. España: EDIMAT LIBROS, S.A.; 1999. Pp. 134, 135 y 246.
- MILLER, George. *Psicología de la Comunicación*. Buenos Aires, EUDEBA, 1970. 319p.
- MIRA y López, Emilio. *El pensamiento, leyes y lectores*. Argentina: Kapelus, 1969. 138p.
- MOLES, Abraham A. *La Creación Científica* Madrid: Editorial Taurus; 1986. 385p.
- MOLINA Jiménez, Antonio. *Antenas de telefonía móvil. Régimen jurídico*. Pamplona: Aranzadi Editorial, S. A.; 2002. 312p.
- MONTES DE OCA, Fernando. *La Filosofía en sus fuentes*. Argentina: Editorial Espasa, 1982.
- MONTES DE OCA, Francisco. *Lógica*. México: Editorial Porrúa, 1999. Pp. 85-94, 131-132 y 198.
- _____. *Historia de la literatura universal*, México: Editorial Porrúa, 1970. P. 149 y 467.
- MORA Medina, José de la [...et. al.]. *Antología de comunicación*. México: UNAM. 1979. P. 240.
- MORALES, Abraham. *La creación científica*. Madrid: Taurus Comunicación, 1985. P. 85.
- MORAGAS SPA, Miguel de; [...et. al.]. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona: Península, 1980. 373p
- _____. *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982. P. 257.
- _____. *Teoría de la Comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981. P. 180.
- MORALES, Abraham. *La creación científica*. Madrid: Taurus Comunicación, 1985. 385p.
- MORIN, Edgar. *Sociología*. España: EDITORIAL TECNOS (GRUPO ANAYA), 2000. Pp. 141-143.
- MORTENSEN, David C. *Comunicación. El sistema intrapersonal* (Vol. I). Buenos Aires: Editorial Tres Tiempos, 1977. Pp. 12, 17 Y 129..
- _____. *Comunicación. El sistema socio-cultural* (Vol. II). Buenos Aires: Editorial Tres Tiempos; 1978. P. 129.
- MUCCHIELLI, Roger. *Psicología de la Publicidad y de la Propaganda*. España: Editorial Mensajero, 1977. P. 219.
- NAGEL, Ernest. *La estructura de la ciencia*. España: Ediciones Paidós; 1991. Pp. 100 y 103.
- NAGHI Namakrosoosh, Mohammad. *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.; 1990. P. 55.
- NAMAKFOROOSH, Mohammad Naghi. *Metodologías de la investigación*. México: Editorial Limusa, S. A. de C. V.; 1990. P. 56.
- NEIRENBERG, Gerard y; Calero, Henry H. *“El lenguaje de los gestos. Cómo captar lo que no se dice en una negociación*. Barcelona: Editorial Hispano Europa, 1976. 129p.
- O’GUINN, Thomas C. [...et. al.]. *Publicidad y comunicación integral de la marca*. México: International Thomson Editores, S.A.; 2004. P. 8.
- O’SULLIVAN, Tim. *Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores; 1995. P. 124.



- _____. *Key Concepts in Communication*. England, London: Routledge, London and New York; 1999. Pp. 83-84, 132 y 137.
- ONTZA, Juan (Equipo de redacción PAL, bajo su dirección). *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*. Tomo: "Historia de las ideas" y "La política". Bilbao: Asuri de Ediciones, S.A.; 1981. Pp. 104 y 290.
- ORBORNE, Richard; y, Edney Raph. *Filosofía*. Buenos Aires: Era Naciente SRL, 1996. Pp. 1-44.
- ORTEGA y Gasset, José. *La rebelión de las masas*. Barcelona: Planeta Editorial; 1990. 312p.
- ORTEGA, Enrique. *La comunicación publicitaria*. España: Ediciones Pirámide, 1997. Pp. 13-24.
- ORTEGA, Esteban. *Lógica, introducción a la filosofía y a la ciencia*. México: Editorial Diana, 1993. Pp. 78, 211, 219-220.
- OSTERRIETH, Paul Alexandre. *Psicología infantil*. Madrid: Ed. Morata. 1984.
- OTERO, Edison. *Teorías de la Comunicación*. España: Editorial Universitaria, 1999. 248p.
- PADILLA, Hugo. *El conocimiento científico*. México: Editorial Trillas, S. A. de C.V.; 2002. Pp. 30, 119-120, 151-155, 173, 224-225, 252, 268 y 362.
- PARES I. Maicas, Manuel. *Introducción a la Comunicación Social*. Barcelona: Escuela Superior de Relaciones Públicas. Promociones y Publicaciones. Universitarias, S.A.; 1992. P. 203.
- PARSONS, T. *Working papers in the theory faction*. U.S.A: Free Press, Glencoe; 1953. Pp. 63 y 310.
- PASQUALI, A. *Comprender la comunicación*. Caracas, Argentina: Monte Avila Ediciones, 1990.
- PEÑA Xicum, Nicolás. *Apuntes de Lógica*. México: Instituto Politécnico Nacional, 1996. Pp. 24-30, 73, 95-101, 111, 123-128.
- PEREDO, Roberto. *Introducción al estudio de la comunicación*. México: Ediciones de Comunicación, S. A. de C. V. Pp. 21, 22-24, 31-32 y 36.
- PÉREZ Espino, Efraín. *Guía para la elaboración de marco teórico*. México: DIF. Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, 2003. P. 11.
- PÉREZ Tamayo, Ruy. Ensayo: *Ciencia Tecnología y Cultura*, en: FUENTES Hernández, Cesar Enrique. *El conocimiento. Lecturas Básicas IV*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2000. P. 66.
- PIAGET, Jean. *Epistemologías de las Ciencias Humanas*. Editorial Proteo; 1972. P. 169.
- _____. *Naturaleza y Métodos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Proteo, 1972. De la introducción.
- PIERRE Fayre, Jean. *¿Qué es la filosofía?* España: Ediciones de Serbal, 1998. Pp. 19-20 y 22.
- POPPER, Karl R. *Conjeturas y Refutaciones*. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1972. P. 229.
- _____. *La lógica de la Investigación Científica*. Madrid: Editorial Tecnos, S. A.; 1980. Pp. 16, 52, 58-59, 61, 73, 259 y 262.
- _____. *La Lógica de la Investigación Científica*. México: Editorial Tecnos (2da. Edición); 1991. Pp. 52 y 73.
- _____: _____ y; ADORNO, Theodor W.; [...et. al.]. *La lógica de las Ciencias Sociales*. México: Editorial Grijalbo, S. A.; 1978. Pp. 10-11.
- PLATÓN. *República*. México: Editorial Porrúa; 1991. P. 422.
- POWELL, Norma John. *Polític and Propaganda*. USA: Platinum Editors, 1949. P. 19.
- PRATT Fairchild, Henry. *Diccionario de Sociología*. México: Fondo de Cultura Económica, 1997. Pp. 38 y 53.
- PRICE, Vincent. *Opinión Pública*. México: Universidad de Guadalajara. Desarrollo de Opinión Pública de, S.A. Prospectiva Estratégica, A.C.1992. Pp. 15 y 37.



- R. Babbie, Earl. *Métodos de investigación por encuesta*. México: Fondo de Cultura Económica. Biblioteca de la Salud; 1999. Pp. 40-41.
- R. Maxwell. *Marketing. Un nuevo enfoque*. España: Ediciones Deusto, S.A. 2000.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la Lengua Española*. Tomo 3. España: Real Academia Española, vigésima segunda edición; 2001. P. 412.
- _____. *Diccionario de la Lengua Española*. España: Real Academia Española, vigésima segunda edición; 2001. Tomo 3: p. 412; y tomo 6: p. 946.
- _____. *Diccionario de Autoridades. A-C*. Madrid: Editorial Gredos, S.A. Edición Facsímil; 1976. P. 465 de la letra "C".
- RECASENS SICHES, Luis. *Sociología*. México: Editorial Porrúa, 1978. P. 64.
- RESÉNDIZ, Rafael. Conferencia: *Prólogos para la proyección de un México Conspicuo*. Ocurrida en el: *1er. Encuentro Institucional de Comunicación, Política y Sociedad en México*. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM; 8 de noviembre del 2005.
- RESYES Matta, F. *La comunicación alternativa como respuesta democrática*. México: Diario El Día; 4 de septiembre de 1981. P. 13.
- REYMOND-RIVER, Berthe. *El desarrollo social del niño y del adolescente*. Barcelona: Editorial Herder. 1971.
- RHYS, Roberts, W. *Rethorica*. En: *The workss of Aristotle*. Vol. XI. U.S.A: (W.D. Ross, Ed.) Oxford University Press; 1946. Pp. 1-14.
- RIVADENEIRA Prada, Raúl. *Periodismo*. México: Editorial Trillas, 1977.
- RODA SALINAS, F.J.; y Beltrán de Tena, R. *Información y Comunicación*. Editorial Gustavo Gilli, S.A.; 1988. Pp. 67, 71, 89 y 90.
- ROJAS, Soriano Raúl. *El arte de hablar y escribir*. México: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.; 2002. P. 162.
- _____. *Frases Célebres de Hombres Célebres*. Editores Mexicanos Unidos, S. A.; 2003. Pp. 19-20, 59 y 82.
- _____. *Investigación social. Teoría y praxis*. México: Plaza y Valdés, S. A. de C. V.; 1989. Pp.113, 127, 129, 133-134, 151, 159, 178.
- ROSSEAU, Juan Jacobo. *El Contrato Social*. Editorial Porrúa, S.A. México: 1982. Pp. 3 y 4.
- ROSSEMBLUETH, Arturo. *El método científico*. Ediciones Científicas la Prensa Médica Mexicana; 1981. Pp. 4, 5, 10 y 58.
- ROUQUETTE, Michel Louis. *Los rumores*. Buenos Aires: El Ateneo, 1977. P. 34.
- RUESH, Jurgen y; Bateson, Gregory. *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós, 1965. Pp. 13-21.
- SAIT, E.M. *Instituciones Políticas*. Barcelona: Editorial Paidós Iberoamericana, S.A.; 1989. P. 16.
- SALDIVAR, Gilberto [...et. al.]. *Bloque Regional de Poder. Unión Latinoamericana por la Democracia Participativa*. Cuadernos 1-3. Editorial ULDP; 2005.
- SÁNCHEZ Cerezo, Sergio; [...et. al.]. *Diccionario de las Ciencias de la Educación*. Editorial Santillana, S.A. de C. V.; 1999. Pp. 543-545.
- SAPERAS, Enric. *La Sociología de la Comunicación de Masas en los Estados Unidos. Una Introducción Crítica*. Barcelona: Escuela Superior de Relaciones Públicas, 1992. Pp. 97-111.
- SARTORI, Giovanni. *Homo Videns*. Argentina: Editorial Ariel, S.A., 2002.
- SAVATER, Fernando. *El valor de Educar*. México: Instituto de Estudios Educativos y Sindicales de América, 1997. Pp. 5, 26-29.
- SCHRAMM, Wilbur. *Procesos y Efectos de la Comunicación colectiva*. Quito, Ecuador: Editorial Ciespal. 1969. P. 8.



- SEIFFERT, Helmut. *Introducción a la lógica. Propedéutica lógica y lógica formal*. Barcelona, España: Editorial Herder, 1997. Pp. 19 y 63.
- SEILER, William J. y; Beall, Melissa. *Communication. Making connections*. London: Pearson Education, Inc.; 2005. Pp. 2, 9 y 19.
- SERRES, Michel. *La comunicación*. Barcelona: Anthropos Editores 1996. Pp. 46-53.
- SHANNON, Claude; y Weaver, Warren. *La teoría matemática de la Comunicación*. E. U. A: Ediciones de la Universidad de Illinois; 1949. P. 5.
- SHEBILSKE, Wayne y; Worchel, Stephen. *Psicología. Fundamentos y Aplicaciones*. España: Prentice Hall, 1997.
- SIMPSON, Alan. *Conéctate a Internet*. Barcelona: Marcombo, S. A., 2000. P. 13.
- SMITH, Alfred G. *Comunicación y Cultura. 1. La Teoría de la Comunicación Humana; y 2. Sintáctica*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1977. 449p.
- STOETZEL, Jean. *Teoría de las Opiniones*. España: Editorial Tecnos; 1943. P. 56.
- SUAVY, Alfred. *La Opinión Pública*. Barcelona: OIKOS-TUA, S.A.-Ediciones; 1970. Pp. 5 y 8.
- SULLIVAN, H.S. *Conceptions of Moderns Psychiatry*. Washington, D. C. William Alanson White Foundation, 1947. P. 8.
- SUMANO López, Héctor S y; Ocampo, Camberos, Luís. *Farmacología Veterinaria*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S. A. de C. V. P. xi.
- SWINGWOOD, Alan. *El mito de la Cultura de Masas*. México: PREMIA, S.A.; 1987. Pp. 15 y 24.
- TELLEZ M., Inés. *Diccionario Enciclopédico Rezza*. Colombia: Editorial Norma, S.A.; 1998. P. 344.
- THAYER, Lee. *Comunicación y Sistemas de Comunicación*. España: Editorial Península. Serie Universitaria. 1975. 213p.
- TUBSS, Stewart L. y; Moss, Sylvia. *Human Communication*. USA: McGraw-Hill Higher Education; 2000. Pp. 12-13, 16 y 18.
- UÑA Juárez, Octavio; y, Hernández Sánchez, Alfredo (Directores). *Diccionario de Sociología*. Madrid: ESIC EDITORIAL; 2004. Pp. 209 y 214.
- URRA, Javier; [...et. al.]. *Medios de Comunicación. Impacto en la infancia*. Prólogo de Victoria Prego. Epílogo de Amalio Blanco. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 2000. Pp. 1-2 y 5.
- V. YOUNG, Pauline. *Métodos científicos de investigación social*. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México; 1960. Pp. 46, 83 y 192.
- VERDEBER, Rudolph. *¡Comunícate!* México: International Thomson, 1999. 482p.
- VOGLER, Christopher. *El viaje del escritor*. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2002.
- W. BURGESS, E. *Social surveys – A field of constitutive service by Departmens of sociology*. American Journal of Sociology, XXI (January 1916). P. 392.
- WADE, Carole y; Travis Carol. *Psicología*. España: Pearson Educación, S. A.; 2003. 594p.
- WARTOFSKY, W. Marx. *Introducción a la Filosofía de la Ciencia*. México: Alianza Editorial, S. A.; 1986. Pp. 24 y 323.
- WEILL, George. *El periódico*. Madrid: UTHEA Editores; 1962. P. 62.
- WEISBERGER, Bernard A. *Evolución del Periodismo*. México: Editorial Letras, 1976.
- WILLIAM G. Zikmund, y Michael D'Amico. *Marketing. Volumen I*. México: Thomson Learning, Séptima Edición. Pp. 7, 8 y 305.
- WILLIAMS, Trevor I. *La Historia de la Tecnología*. (Volumen 5). México: Siglo XXI Editores, 1987. Pp. 440-449.
- WILSON, Brian. *Sistemas: conceptos, metodología y aplicaciones*. México: Editorial Limusa, 1993. P. 28.
- WIMMER, Roger y; Dominik, Joseph. *“Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación”*. México: International Thomson Editores, 2001. P. 500p.



- WRIGHT Mills, C. *El poder de la Elite*. Argentina: Editorial Paidós, S.A. P. 320.
- _____. *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica, 1977. 237p.
- WYN Davies, Merryl y; Piero. *Antropología*. Buenos Aires: Era Naciente SRL; 2004. Pp. 3-5.
- YEHYA, Naief. *Guerra y Propaganda. Medios Masivos y el Mito Bélico en Estados Unidos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.; 2003. P. 34.
- YORLOV, Fedor. *La Televisión*. Madrid: Editorial Bruguera, 1963. Pp. 17 y 62.
- YOUNG, K.; [...et. al.]. *La Opinión Pública y la Propaganda*. México: Editorial Paidós Mexicana, S. A.; 1999. Pp. 7-8, 10-11, 25, 200-222 y 2001.
- ZEA, Leopoldo. *Introducción a la Filosofía. La conciencia del hombre en la filosofía*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1981. Pp. 7, 10 y 12.
- ZORRILLA Arena, Santiago. *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Aguilar León y Cal Editores; 2002. Pp. 61 y 62.

2. CIBERGRAFÍA

Biblioteca de Consulta Microsoft® Encarta® 2003. © 1993-2002 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos. Fecha de consulta: octubre de 2007 - febrero de 2008

<http://usuarios.lycos.es/Resve/diccioninform.htm>. Con fecha de consulta en: 18 de noviembre de 2007.

http://www.catedratelefonica.upf.es/webes/2005/Glosario_Terminos.html. Con fecha de consulta en: 21 de noviembre de 2007.

<http://www.chenico.com/glosarioi.htm> Con fecha de consulta: 18 de noviembre de 2007.

<http://www.cutepaste.wordpress.com/glosario-y-definiciones/>. Con fecha de consulta en: 18 de noviembre de 2007.

<http://www.google.com>. Con fecha de consulta: 18 y 21 de noviembre de 2007.

<http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpypppZpEkOZFPxCnc.php#psicologia>. Con fecha de consulta: noviembre de 2007 - marzo de 2008

<http://www.sony.com>. Fecha de consulta: octubre de 2007 - febrero de 2008.

MARTÍNEZ, Evelio. *Evolución de la Tecnología Celular*

<http://www.eveliux.com/articulos/telefoniamovil.html>. Fragmento de Artículo extraído de: Revista NET; Derechos Reservados, Julio 2001. Fecha de consulta: 5 de noviembre del 2007.

<http://www.promas.cl/eggblog/photos/uploads/image/Medios%202.jpg>. Con fecha de consulta en: 21 de octubre de 2008.

UNESCO. United Nations Educational. *Cientific and Cultural Organization*. <http://www.unesco.org>. Fecha de consulta: 27 de octubre de 2006.

UNESCO. United Nations Educational. *Cientific and Cultural Organization*. <http://www.unesco.org>. Fecha de consulta: 27 de octubre de 2006.

3. FILMOGRAFÍA

COLON, Jorge. *Cansada de Besar Sapos*. México: Buena Vista Internacional. Duración: 95 min.



MEYERS, Nancy. *Alguien tiene que ceder*. E.U.A: Warner Brothers, Inc.; 2003. Duración: 126 min.

SINGER, Bryan. *X-MEN*. E.U.A: 20th Century Fox, 2000. Duración: 100 min.

ZEMECKIS, Robert. *El Naufrago*. E.U.A: Dreamworks. Home Entertainment, 2000. Duración: 143 min.

4. ESPECIALISTAS

MABARAK, Celis Adela. En Asignatura: Seminario de Titulación I. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Primera mención: 19 de abril del 2006.

CARREÓN, ELSA. En entrevista otorgada sobre el suicidio. México: Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco (UAM-X). Con fecha correspondiente al: 14 de marzo de 2008.