



UNIVERSIDAD DE

LONDRES

Modelos y Teorías de la Comunicación

Bloque Básico

**Compilador:
Lic. Mayra Teresa Millán Tapia**

Licenciatura en Diseño Gráfico

Índice

Índice	1
Objetivo general	3
Tema 1. Antecedentes metodológicos	4
Objetivo de aprendizaje	4
Sinopsis	4
1.1 La comunicación como objeto de estudio científico	4
1.2 Formación de una teoría	7
1.3 Metodología para el estudio teórico de la comunicación	9
Resumen	12
Bibliografía	13
Tema 2. Teoría de la información como base de los modelos de comunicación	15
Objetivo de aprendizaje	15
Sinopsis	15
2.1 Conceptos generales	16
2.2 La información como entidad física	19
2.3 El concepto de bit	21
2.4 El concepto de redundancia	22
Resumen	26
Bibliografía	27
Tema 3. Teoría general de sistemas aplicada a la comunicación	29
Objetivo de aprendizaje	29
Sinopsis	29
3.1 Conceptos generales	30
3.2 Sistemas abiertos y sistemas cerrados	34
3.3 Entropía	38
3.4 La realimentación	39
3.5 La visión de la cibernética	41
Resumen	42
Bibliografía	43
Tema 4. Modelos clásicos de la comunicación	45
Objetivo de aprendizaje	45
Sinopsis	45
4.1 El modelo lineal de Shannon y Weaver	47
4.2 El modelo de Lasswell	50
4.3 La teoría funcionalista de la comunicación de masas: Lazarsfeld y Merton, la función de la comunicación de masas	51
4.4 La teoría crítica	53

4.4.1 La industria cultural y los efectos de los medios	54
4.5 El estructuralismo	56
4.5.1 Planteamiento general, el sistema social y su preservación, el papel de la comunicación de masas	56
4.6 Abraham Moles: La socio dinámica de la cultura	57
4.7 El enfoque semiótico	61
4.7.1 Las aportaciones de Umberto Eco, Roland Barthes y el análisis de la imagen	67
4.8 La escuela de Palo Alto. Bateson, Jakobson y la teoría de la comunicación humana	80
Resumen	82
Bibliografía	83
Tema 5. Modelos post – clásicos de la comunicación	85
Objetivo de aprendizaje	85
Sinopsis	85
5.1 Manuel Martín Serrano: Metodología para fundar una teoría de la comunicación	85
5.2 J. Habermas: Fundamentos de la teoría de la acción comunicativa	86
5.3 N. Luhmann y la teoría de sistemas: Los presupuestos teóricos; la sociedad como sistema autorreferente de comunicaciones, comunicación y Acción.	87
5.4 Marshall Mc Luhan.	87
Resumen	89
Bibliografía	91

Objetivo general

Al término del curso el estudiante enunciará las principales teorías y los modelos clásicos y contemporáneos de la comunicación; resaltando la importancia de cada uno de ellos.

Tema 1. Antecedentes metodológicos

Subtemas

- 1.1 La comunicación como un objeto de estudio científico
- 1.2 Formulación de una teoría
- 1.3 Metodología para el estudio teórico de la comunicación

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante identificará cuáles son las corrientes teóricas que dan origen al estudio de la comunicación y sirven como sustento a las principales corrientes teóricas contemporáneas.

Sinopsis

Como es sabido, el estudio de la comunicación es reciente. Las primeras teorías e investigaciones en comunicación, se dieron en Europa y Estados Unidos, por lo que para contextualizar los antecedentes metodológicos, se presentarán una serie de aportes teóricos tanto de la escuela norteamericana como de la escuela europea, a fin de que se conozca la base de las investigaciones y teorías que se llevan a cabo en nuestros días.

De esta manera, se comenta quienes son los principales teóricos que dieron origen a la investigación de la comunicación en Estados Unidos y su enfoque centrado en los efectos de los medios en los receptores.

Por otro lado, se presenta cuáles son las principales vertientes de investigación en Europa, que aunque como lo afirman algunos teóricos, tenían similitud con los trabajos realizados en Estados Unidos, éstas enfocan su atención en el desarrollo socio – político – económico y su relación con la manipulación de la conciencias.

Por último se hace referencia a la importancia del método científico en investigaciones del ámbito de la comunicación y que criterios deben seguirse para obtener conocimiento nuevo acerca de esta disciplina.

1.1 La comunicación como objeto de estudio científico

La comunicación como objeto de estudio científico.

Si bien es cierto que la comunicación es quizá el proceso fundamental que permitió el desarrollo social del hombre a través de los signos y el lenguaje, el estudio de ella es relativamente nuevo. Aunque ya los griegos hablaban de la retórica y planteaban un modelo de comunicación muy elemental, las investigaciones más profundas sobre la comunicación se elaboraron durante el siglo XX.

Para muestra, se cita a Wilbur Schramm, que en su texto **La investigación de la comunicación en Estados Unidos**, hace una serie de consideraciones:

La teoría y la investigación de la comunicación han atraído, por lo tanto, el interés de los psicólogos, sociólogos, antropólogos, políticos, científicos, economistas, matemáticos, historiadores, y lingüistas; y hombres de todas estas actividades y otras, han contribuido a una mejor comprensión de esta ciencia. (J. A. Paoli 1979, 63)

En este mismo artículo, Schramm afirma que: “La comunicación ha sido un estudio auxiliar, necesario para la comprensión del comportamiento humano y social y contributiva a otra teoría”. (J. A. Paoli, 1979,64)

Pese a este panorama Schramm comenta que puede considerarse como “padres fundadores” de la investigación de la comunicación en Estados Unidos a cuatro hombres de ciencia:

Paul Lazarsfeld: ...sociólogo educado en Viena, que llegó a Estados Unidos en 1932 y se interesó profundamente por las audiencias y efectos de los nuevos medios de comunicación colectiva. Cuando se inició en la investigación de esos medios, los radiodifusores y los publicistas de este país habían comenzado ya a medir las masas de los oyentes con el objeto de descubrir lo bien que trabajaba la radio, los auditorios que atraía y que opinión tenía de los que oían. (J. A. Paoli, 1979,64)

De esta manera Lazarsfeld consideró mucho más importante usar las mediciones de los auditorios para estudiar a este último que para estudiar el medio. Es decir, los programas que selecciona el público permite hacer inferencias acerca de este público así como de los programas que selecciona.

Otros aspectos importantes que consideró este fueron: “El siguiente paso consistía en descubrir por qué elegían los oyentes lo que elegían. Y luego, descubrir cómo usaban lo que obtenían de los medios de masas y que efecto tenían los medios sobre sus hábitos de votación, gustos y orientación general hacia la vida y la sociedad”. (J. A. Paoli, 1979, 64)

A manera de resumen se puede afirmar que Paul Lazarsfeld se especializó en la investigación de público por medio de la encuesta, y se interesado en los efectos de los mass media y su relación con la influencia personal.

Kurt Lewin: "... psicólogo de la escuela Gestalt, también educado en Viena... Lo que le interesaba primordialmente a Lewin era la comunicación de grupos y el efecto de las presiones de grupo, normas de grupo y papeles de grupo sobre el comportamiento y actitudes de sus miembros". (J.A. Paoli, 1979, 65)

La aportación de este teórico se basa en la comunicación intragrupal y el efecto que tiene la interacción de los miembros en ellos mismos. Por ejemplo, el ser humano es gregario por naturaleza, tiende a socializar y a formar grupos con personas afines a sus intereses. Pero en esa interacción, el individuo se encuentra sujeto a una serie de reglas e influencias que de una u otra manera, influyen y regulan su comportamiento.

Harold Lasswell:.. .político científico, educado en la Universidad de Chicago, por muchos años maestro en esa misma Universidad y en la de Yale... Fue uno de los iniciadores del estudio de la propaganda, de los análisis sistemáticos de la comunicación en naciones y sociedades y en el estudio de comunicadores políticos influyentes. Pero quizá será recordado por mayor tiempo en este campo debido a su desarrollo del análisis del contenido científico. (J.A. Paoli, 1979, 65)

Además de estas aportaciones; este autor creó un modelo de comunicación que hasta la fecha se conoce como el "Paradigma de Lasswell", cuya finalidad es determinar el *qué* de la comunicación, es decir el contenido del mensaje. Por ello se dice Lasswell desarrolló la técnica de análisis del contenido científico.

Karl Hovland: "...Educado en Yale como psicólogo... se interesó profundamente en la comunicación y cambios de actitud". Es decir su aportación consiste en "la teoría acerca de la forma de cambiar las actitudes por medio de la comunicación".

En resumen puede afirmarse que las cuatro vertientes que tomó el estudio de la comunicación fueron: a) investigación de los públicos, b) la comunicación de grupos y sus efectos entre los miembros de los mismos, c) el efecto del contenido de la comunicación y d) el cambio de actitudes a través de la comunicación.

Por otra parte, es importante comentar cuál fue el desarrollo de la investigación de la comunicación en Europa:

... existe, paralelamente, una investigación a la que cabe calificar de típicamente europea; se trata por ejemplo de las escuelas semiológicas y estructuralistas (en Francia y en Italia), de los estudios sobre la cultura contemporánea (en Gran Bretaña de las diversas orientaciones marxistas (en Europa del Este pero también en la del Oeste, sobre todo en la República Federal Alemana). (M. de Moragas, 1988 ,83)

Así pues, en Europa se establece un “fecundo debate sobre la importancia relativa de los factores materiales e ideológicos de la teoría de la comunicación...” (M. de Moragas, 1988, 87).

Es decir, a diferencia de la escuela americana en donde se estudia el efecto del contenido de los medios en la masa, en la escuela Europea, se analiza la importancia de los factores económicos e ideológicos como una forma de manipulación de la conciencia.

Para Kaarle Nordenstreng, la tendencia general de la investigación en la comunicación se reduce a dos tendencias estrechamente relacionadas:

- 1) Una tendencia global.
- 2) Una tendencia política.

La aproximación global parece implicar dos aspectos secundarios a saber:

- a) El acento puesto sobre el análisis de los procesos que recubren simultáneamente diferentes estadios de la comunicación;
- b) El acento puesto en el análisis del contexto que vincula el fenómeno particular de la comunicación a unos conjuntos socio-político-económicos más vastos. (M. de Moragas, 1988, 90)

Este mismo autor considera, que las sociedades occidentales industrializadas evolucionan históricamente y por ende se dificulta enormemente el control ideológico de las masas, por lo tanto dicho control, se hace estrictamente necesario con respecto al dominio del sistema socioeconómico:

...al revelarse como inadecuados los métodos tradicionales de control ideológico, ha sido necesario tratar de encontrar medios más eficaces para llegar al modo de pensar de las masas; de ahí la importancia otorgada actualmente a la “comprensión de los mensajes” y a “la audiencia pasiva” etc. Estas nuevas orientaciones en los procedimientos de comunicación de masas (comprendidas las actividades de “participación de los ciudadanos”) son indispensables para el orden social establecido con el fin de mantener a largo plazo su control mental y material sobre el conjunto de la población. (M. de Moragas, 1988, 92)

1.2 Formación de una teoría

Es necesario iniciar este apartado contextualizando de que principio parte la investigación de la comunicación en Estados Unidos, “... se trata de todas las formas en que se efectúa el intercambio de las ideas y en que éstas se comparten.

Así estamos hablando tanto de comunicación de masas como interpersonal.” (J. A. Paoli, 1979, 69)

En primera instancia, es preciso comentar que cuando el ser humano se comunica lo hace a través de signos y símbolos, pero para que éstos sean comprendidos por el receptor y el emisor, es decir, deben estar inmersos en un mismo contexto.

“... es uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación: que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos... A esta colección de experiencias y significados la llamamos marco de referencia y decimos que una persona puede comunicarse solamente en función de su propio marco de referencia”. (J. A. Paoli, 1979, 68)

Los mensajes están formados por signos que han sido combinados de acuerdo a un código socialmente establecido, sin embargo, se ha encontrado que los signos cuentan con un poseen un significado denotativo y otro connotativo. Así mismo el mensaje tiene un significado manifiesto y uno latente, como lo describe Schramm:

“Aunque parezca simple, un mensaje es una cosa muy complicada. No solamente sus signos tienen significados diferentes para diferentes personas, también tiene dos clases diferentes de significados. Uno de éstos es el significado denotativo: el significado común o de diccionario, que será aproximadamente el mismo para todas las personas... El otro es el connotativo: el significado emocional o evaluativo. Esto varía notablemente entre los individuos y aún con el tiempo para un mismo individuo”. Así mismo el autor comenta que un mensaje tiene un significado superficial o manifiesto y uno latente. Otra característica del mensaje es que habitualmente comprende varios mensajes paralelos”. (J. A. Paoli, 1979, 69)

Cuando el receptor recibe un mensaje, no solamente lo recibe por un solo canal, sino que paralelamente recibe otros estímulos que lo acompañan y que le permiten decodificar mejor la información. Un aspecto muy importante para el receptor es determinar quién emitió el mensaje, es decir, quién es el emisor:

“... el efecto de un mensaje depende de más de un solo canal; en realidad de muchos canales y claves que vemos o escuchamos simultáneamente. Y con cada mensaje viene una clave especialmente importante: el conocimiento de quien lo dijo, lo que nos ayudará a determinar si es de aceptar y si actuará en consecuencia”. (J. A. Paoli, 70, 1979)

“Así pues, el primer obstáculo que debe vencer el mensaje es el de ser seleccionado entre todos los mensajes competidores: si pasa esta prueba preliminar, puede ser aceptado o rechazado de la parte del receptor. Esto dependerá de la forma en que sea interpretado. Hemos dicho ya que un mensaje puede ser interpretado solamente en función de la experiencia con que cuenta el receptor –el marco de referencia-. Pero no hemos dicho lo

suficiente acerca de la forma en que un individuo almacena las experiencias de su vida. Desde la primera vez adquiere conciencia de su propia individualidad, almacena las cosas que cree y a las que le asigna valor, y éstas se vuelven cada vez más apreciadas e importantes para él". (J. A. Paoli, 1979, 70)

Es decir, aunada al marco de referencia, se encuentra la "historia de vida del individuo" y también a partir de ella selecciona los mensajes que le envía el receptor, es decir, no todos los mensajes son para todos los individuos de la sociedad, dada la interacción que tiene con otros individuos y grupos: "Pero existe todavía otro obstáculo que debe vencer el mensaje, si ha de lograr algo con un individuo. Debe enfrentarse a la prueba de las normas y creencias del grupo a quien pertenece el receptor... Casi cualquier mensaje importante que el individuo reciba será pertinente de acuerdo a los denominados grupos de referencia".(J.A. Paoli,1979,71)

Schramm considera que con todos estos factores comentados, puede inferirse lo siguiente: "... el cambio de actitud por la comunicación es un tema muy complejo... para lograr cualquier cosa de cierta importancia con un mensaje, el transmisor debe lograr que el receptor lo elija y lo atienda, que lo acepte y que pueda pasar la censura y las normas opuestas de los grupos apreciados". (J. A. Paoli, 1979, 72)

Otro aspecto que este mismo autor aborda es el denominado **feed – back**, que es un elemento muy importante a considerar en los modelos de comunicación: "Por retroalimentación, se entiende la información que proviene en retroceso, del receptor al transmisor, y le indica a éste cómo se desarrolla su mensaje". (J. A. Paoli, 1979, 72)

Por último Schramm comenta cual fue la perspectiva teórica con que se inició la teoría general de la comunicación:" La investigación en comunicación, en consecuencia, trata de cómo se puede ser efectivo en la comunicación, cómo ser comprendido, cómo ser claro, cómo usa la gente los medios efectivos de comunicación, cómo pueden entenderse entre sí las naciones, cómo puede usar la sociedad los medios con mayor ventaja y en general, cómo trabaja el proceso básico de la comunicación".(J.A. Paoli,1979,74)

1.3 Metodología para el estudio teórico de la comunicación

Es importante señalar que para Nordenstreng, la teoría de la comunicación y en general las investigaciones en este campo, tienen como origen el desarrollo y la evolución de los medios de comunicación, en particular de los mass – media.

Actualmente, la comunicación y los medios de comunicación presentan nuevas e interesantes perspectivas de estudio y por ende, es necesario mantenerse

actualizado y al tanto de las formas de comunicación que surgen en la sociedad y la forma en que se manifiestan ya sea de manera intrapersonal, interpersonal, intermedia o masiva. Incluso en disciplinas como la administración, la mercadotecnia, la publicidad o el marketing político, es posible encontrar múltiples posibilidades de estudio e investigación.

Para ello es preciso iniciar, comentando que Wimmer considera que existen cuatro fases de investigación:

- 1) Existe un interés por el medio mismo...
- 2) Comienza una vez que se ha desarrollado el medio... se acumula la información específica acerca de los usos y usuarios de la comunicación
- 3) ... Incluye investigaciones sobre los efectos sociales, psicológicos y físicos del medio,
- 4) ... se emplea la investigación para determinar cómo puede mejorarse el medio ya sea en sus usos o a través de los adelantos tecnológicos. (R. Wimmer, J. Dominick, 2000,6)

Estos pasos iniciales, son susceptibles de ser utilizados en estudios que abarquen cualquier tipo de investigación en comunicación.

“Toda investigación, ya sea formal o informal, empieza con una pregunta o propuesta básica sobre un fenómeno específico... algunas veces lo difícil es determinar cuál método de recopilación de datos proporcionará las repuestas más apropiadas a preguntas específicas”.(R. Winner, J. Dominick, 2000, 10)

Para ello, es preciso seleccionar el método adecuado de acuerdo al tipo de investigación en comunicación que se va a realizar, Kerlinger se refiere a cuatro métodos:

- a) **Método de la tenacidad.** Sigue la lógica de lo que es verdadero porque siempre lo ha sido.
- b) **Método de intuición.** O el acercamiento a priori. Una persona supone que algo es verdadero porque es “evidente por sí mismo” o “por ser lógico”.
- c) **Método de la autoridad.** Promueve una creencia en algo porque una fuente de su confianza, dice que es verdad.
- d) **Método científico.** Se acerca al aprendizaje en forma de series de pequeños pasos... esto significa que el método científico se corrige a sí mismo cuando los cambios en el pensamiento o en la teoría son apropiados en el momento que se descubren los errores de investigaciones pasadas. (R. Wimmer, J. Dominick, 2000,10)

Cabe señalar que este último es el método aceptado de manera general, ya que una investigación que no lo sigue no puede ser considerada como una aproximación científica. Son cinco los principios que distinguen al método científico:

- 1) **Científica.** Debe ser libremente de un investigador a otro.
- 2) **La ciencia es objetiva.** La ciencia intenta descartar las excentricidades de juicio que puedan cometer los investigadores... la investigación también requiere que la investigación científica se encuentra relacionada con los hechos, más que con la interpretación que se le dé.
- 3) **La ciencia es empírica.** Los investigadores se preocupan por un mundo que es conocible y potencialmente mensurable (empirismo deriva del término griego "experiencia"). Deben ser capaces de La investigación científica es pública. El avance científico depende de la información disponible sin reserva... la información de la investigación percibir y clasificar lo que estudian y de rechazar las explicaciones metafísicas y sin sentido de los acontecimientos.
- 4) **La ciencia es sistemática y acumulativa.** Uno de los primeros pasos para llevar a cabo la investigación consiste en revisar la bibliografía científica disponible sobre el tema... Esta revisión es muy valiosa porque identifica las áreas problemáticas y factores importantes que pueden ser relevantes para el estudio actual.
- 5) **La ciencia es predictiva.** La ciencia se preocupa por relacionar el presente con el futuro... Una teoría que genere pronósticos que sean sustentados por las referencias, puede ser utilizada para predecir otras situaciones. (R. Wimmer, J. Dominic, 2000, 13)

Finalmente se sugiere utilizar el proceso de investigación convencional, que consta de los siguientes pasos:

- Selección del problema de investigación.
- Revisión de investigaciones y teorías existentes.
- Elaboración de hipótesis.
- Elaboración del diseño de investigación.
- Recolección de información.
- Análisis e interpretación de resultados.
- Presentación de resultados.

Dado que toda investigación es perfectible, el estudio puede ser repetido en caso de ser necesario de acuerdo al desarrollo y resultados de la misma.

Resumen

La comunicación es un fenómeno social y antropológico de primordial importancia en el desarrollo de la civilización, de ahí su importancia como objeto de estudio.

Puede decirse que la investigación de la comunicación es reciente, pues los principales teóricos aparecen en las primeras décadas del siglo XX y se ha ido desarrollando a pasos agigantados, al igual que se han desarrollado en mass media.

El campo de estudio de la comunicación es tan vasto, que puede centrar su atención desde investigaciones acerca de los signos hasta medios de comunicación de masivos tan actuales como el Internet. Por ello es preciso conocer perfectamente los sustentos teóricos de la investigación en comunicación, así como el manejo del método científico que juntos permiten encontrar nuevos conocimientos y teorías en este campo tan extenso.

Bibliografía

- Bravo, José María, Introducción e Historia de la Cibernética, Ed. Grijalbo, México, 157 pp.
- Bertalanffy, Ludwig Von, Teoría General de los Sistemas, Ed. Fondo de Cultura Económica México, 3ª. Edición, 1995, 311 pp.
- César, Galeano Ernesto, Modelos de Comunicación, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.
- De Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Madrid, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 684 pp.
- De Morgas, Miguel, Teorías de la Comunicación, Ed. Gustavo Gil Madrid 362 pp.
- Florence, Toussaint, Crítica de la Información de masas, Ed. Trillas, 6ª. Edición, México, 2000, 95 pp.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Gernike, México, 158 pp.
- Gómez, Mont Carmen, Nuevas Tecnologías de Comunicación, Ed. Trillas México 1999 249 pp.
- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, Ed. Addison Wesley Longman México 1996 229 pp.
- Mc., Quail Denis, Introducción a las teorías de masas, Ed. Paidos, México, 1993 450 pp.
- Miege, Bernard, El Pensamiento comunicacional, Ed. Universidad Iberoamericana México 1996 131 pp.
- Paoli, José Antonio. Comunicación e información. México, Ed. Trillas - UAM, 1989, 138 pp.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Ed. Trillas, México 1990, 141 pp.
- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.

- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.
- Pignatari, Decio, Información, Lenguaje, Comunicación, Ed. Gustavo Gili México 100 pp.
- Sheinsohn, Daniel, Comunicación Estratégica, Ed. Macchi Grupo, Buenos Aires 1999 173 pp.
- Victoroff, David, La Publicidad y la Imagen, Ed. Gili, México 137 pp.
- Wimmer, R. Y Dominick J. Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores, 2000, 500 pp.

Tema 2. Teoría de la información como base de los modelos de comunicación

Subtemas

- 2.1 Conceptos Generales
- 2.2 La información como entidad física
- 2.3 El concepto de bit
- 2.4 El concepto de redundancia

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante desarrollará un criterio analítico, crítico y creativo sobre la teoría de la Información, en su interrelación y dinámica de los fenómenos sociales y conocerá la importancia del concepto de redundancia aplicado a los procesos sociales de la comunicación, involucrándose directamente en la vertiente revolucionaria de la era tecnológica de la información.

Sinopsis

El panorama plural de la información supone siempre un reflejo de la realidad, una percepción y una vinculación del sujeto con su entorno, pero al mismo tiempo una configuración interna de las percepciones sociales. Tal conocimiento implica una investigación a fondo, una actitud renovada y periódica del proceso informativo; sin dejar claro esta de lado un viaje de retorno de los elementos iniciales que permitan una evaluación de los diferentes ángulos sociales (por ejemplo tópico viene de una palabra griega, **topoi** que textualmente significa lugar. Son aquellos lugares comunes utilizados por el orador para lograr la adhesión de su público), por ello es necesario reflexionar sobre el constante devenir de la información.

El código general no constituye **todo el código**, ó dicho de otra manera, hay que distinguir el código, de la lengua (reglas de elaboración y combinación de signos en sentido general), y del habla (reglas de elaboración y combinación correspondientes a un determinado discurso), para distinguir y comprender los diferentes elementos de la base informativa.

Es necesario distinguir que la homogeneización de la información no es nunca absoluta; primero, porque las relaciones sociales son más amplias que los mensajes, y la posibilidad de confrontación por contradicciones evidentes esta siempre latente; segundo porque no existe una relación mecánica del estímulo-respuestas como lo sueñan los conductistas; tercero porque por la estructura de nuestra sociedad los mensajes no llegan a todos, a veces por una simple cuestión

de subdesarrollo y cuarto porque las habilidades de la información no son infalibles.

2.1 Conceptos generales

El ser nace, vive y muere. Su proceso biológico registra una constante relación. La comunicación social es aviso y trama en la existencia y coexistencia. El mundo se simplifica con la velocidad y la abreviatura. La gente tiene hambre de información.

Joseph Folliet señala tres grandes etapas en la historia de las relaciones humanas y su comunicación:

1. La civilización tradicional caracterizada por la transmisión oral y la memoria auditiva.
2. La civilización gráfica surgió con la escritura alfabética, uno de sus personajes propios e el letrado, la invención de la imprenta que impulso a la civilización con el librote masas y el periódico.
3. La civilización audio-visual especialmente desarrollada por radio, cine y televisión la información se recibe en imagen visual y/o sonora.

La información significa transmisión de cierto número de mensajes de afirmaciones verdaderas o falsas a un individuo que las recibe, las deforma, las acepta o las rechaza o bien permanece sordo por completo a toda recepción. Por tal motivo sola la información dará origen a una verdadera magistratura de la opinión y es el periodismo el encargado de transmitir noticias.

Comunicación profesional

Periodismo es la comunicación profesional de noticias y comentarios. Su origen y acento han sido rebasados por un desarrollo espectacular: la periodicidad es apenas un elemento definitorio; la denominación del diario como periódico se refiere solamente a un elemento del periodismo.

Los fenómenos de conversación, rumor y pregón – que continúan vigentes en la vida moderna, obviamente – multiplicaron y regularizaron lo relación noticiosa y de opinión con el periodismo que ya posee una técnica especial y puede considerarse una ciencia moderna.

Septién García define el periodismo como la “síntesis de conocimientos con el fin de divulgar y enjuiciar la conducta humana de importancia colectiva” o con más brevedad “la relación de la vida que está fluyendo ahora”. A su vez, Chávez

González establece que el periodismo es la información y el enjuiciamiento públicos, oportunos y periódicos de los hechos de interés colectivo”.

El análisis de los elementos contenidos en esta última definición señala:

- **Informar.** Dar a conocer, subrayar.
- **Enjuiciar.** Dar sentido, valorizar.
- **Público.** Comunicación abierta, con posibilidad – limitada por circunstancias de tiempo, espacio o de instrumentación – de ser poseída por todos.
- **Oportunidad.** Sucesos del momento, del día, de la temporada o época, la simultaneidad de radio y televisión ha revolucionado este elemento; hay temas con interés permanente.
- **Periodicidad.** Regularidad y sistema en la publicación, exhibición o emisión, la intensificación transmisora ha obtenido secuencia sin interrupción.
- **Hechos.** Lo que hace, dice o padece una persona, un grupo, una institución o la naturaleza.
- **Interés colectivo.** Despierta la participación – por lo menos la curiosidad – de la sociedad y sus grupos, en el acontecer común.

Este último punto es fundamental para la actividad periodística. Los factores de interés pueden determinarse por amistad, soborno, favor, miedo, prejuicio, rutina, humor; pueden igualmente manifestarse con escándalo, mentira y hasta silencio. Pero es indudable que junto a estas incidencias oscuras o extrañas existen estímulos objetivamente profesionales;

- a) Lo significativo que eleve, hunde, lesiona o fomenta.
- b) Lo extraordinario por grande, pequeño, trascendente y curioso.
- c) Los personajes o instituciones por su representación actividad.
- d) La actividad en tiempo: ayer, hoy, mañana; en este instante.
- e) La proximidad en espacio
- f) La identidad por afición, parentesco, nacionalidad, gusto
- g) La expectación: creciente, decreciente.
- h) El conflicto
- i) Lo cotidiano, por un tratamiento especial
- j) La amenidad
- k) El servicio concreto: pesquisa, empleo

Los cuatro medios instrumentales de la comunicación profesional son prensa, radio, cine y televisión. El primero es típicamente periodístico; los tres restantes

son periodísticos, en forma parcial, Las bases del periodismo están esencialmente en el apego o la verdad, como responsabilidad de conciencia; el servicio a la comunidad, como responsabilidad social; y el cumplimiento de los requisitos técnicos, como responsabilidad profesional.

Fuentes

La investigación periodística se nutre en las fuentes informativas. Todo mensaje debe proponer o responder a estas preguntas:

- **Qué.** El asunto, el tema, el suceso.
- **Quién.** Los actores, los pacientes, los espectadores
- **Cuándo.** El día, la hora, el minuto; la temporada o la época.
- **Cómo.** El proceso, el desarrollo.
- **Dónde.** El lugar, el escenario.
- **Por qué.** La causa.
- **Para qué.** La consecuencia, la explicación.

Las fuentes son centros donde ocurren acontecimientos, donde se emiten opiniones, donde se obtienen informes frecuentes. Conocer las fuentes significa conocer la realidad. Un cuadro amplio de las fuentes puede agruparlas en políticas, sociales, económicas y culturales. En la práctica periodística la división de fuentes es más extensa: presidencia, parlamento, partidos políticos, escuelas, empresas, centrales obreras, hospitales de emergencia, tribunales, centros religiosos, mercados, espectáculos. Etc.

Para la investigación de un asunto se pueden anotar cuatro recursos sustanciales:

1. Gentes

Las personas que dan opiniones, los protagonistas o testigos de los hechos, los expertos en una materia, los representantes o responsables.

2. Instituciones

Los organismos, las asociaciones, los cuerpos sociales que en su carácter colectivo asumen posiciones y externan puntos de vista sobre actividades generales o propias.

3. Lugares

La observación directa de los sucesos en el sitio donde ocurren es uno de los recursos periodísticos más fecundos y auténticos.

4. Documentos

Declaraciones, discursos, ponencias, monografías, libros, folletos, archivos, etc. Constituyen un material informativo principal o lateral muy valioso para la noticia.

Manchester examinó las fuentes informativas:

“El volumen del material que tienen a su disposición los estudios de la historia contemporánea hace que la preparación de una bibliografía sea una tarea exasperante. Este fenómeno deriva de la revolución operada en las comunicaciones. Existen todavía las viejas fuentes de información: cartas, diarios, memoranda, despachos del Departamento de Estado, listas oficiales; y, entre las fuentes secundarias, libros y artículos de periódicos. Pero, además, el historiador se enfrenta con un material no clasificado dentro de las fuentes tradicionales: películas de televisión, cintas magnetofónicas, fotografías aéreas de las ceremonias, mensajes de teletipo y microfilm y copias mimeográficas de notas taquigráficas no transcritas. Existe una interminable variedad de formas de presentar los datos. ¿Dónde, por ejemplo deben colocarse las notas derivadas de las observaciones del propio autor? Antes podía considerarse que esto era periodismo y no historia. Pero en la historia contemporánea, ambas disciplinas se funden”.

2.2 La información como entidad física

La teoría de la información es conocida también como Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información y de la Comunicación algunos teóricos y estudiosos llegan incluso a distinguir entre información y comunicación, lo que nos parece el eco de “otra distinción bastante arraigada y corriente, pero difícilmente sustentable, como es la distinción entre forma y fondo, entre forma y contenido. Por otra parte, el término <<comunicación>> viene teniendo aceptación más rápida por la masa media del público letrado, aunque sólo sea por resultar el tema de la <<incomunicabilidad>> entre los hombres uno de los tópicos clásicos de los filosofismos de la segunda posguerra.

Hoy, cuando la <<comunicación>> se va convirtiendo en tema trivial, es corriente que algunos intelectuales se pronuncien sobre comunicación de manera indiscriminada, cándidamente ignorantes, u olvidados, de que los hombres y los grupos humanos, como por otra parte los animales, sólo absorben la información que sienten como necesaria y/o les resulta inteligible. O, para decirlo con palabras de Norbert Wiener; no es la cantidad de información emitida lo importante para la

acción, sino más bien la cantidad de la información capaz de penetrar lo suficiente en un dispositivo de almacenamiento y comunicación, de modo que sirva como gatillo para la acción.

Es así como vemos multiplicarse en Brasil cursos de comunicación, incluso a nivel universitario, que no pasan, en su mayoría, de ser una mixtura degradante y degradada de psicologuismos, métodos audiovisuales y relaciones públicas. No sólo en los estratos inferiores de la cultura se observa el fenómeno de la traducción-degradación de la información, también los estratos superiores pueden revelarse como incapaces de crear, absorber o entender informaciones originales, tanto más cuanto se sabe que las informaciones de primer grado son informaciones sobre estructuras, y no informaciones sobre epifenómenos o sobre fenómenos sectoriales. Llegamos incluso a desconfiar de que, en ciertos casos, tal incomunicabilidad resulta de un exceso o saturación de comunicación a un solo nivel entre los miembros del mismo grupo o clase (por ejemplo: comunicación verbal, literaria, entre los intelectuales), con la consiguiente automatización de significados cuyo primer riesgo es la formación de slogan totémicos. Se trata de un problema económico-social, pero también de un problema de lenguaje. Por otra parte muchos creen que la clave de la cuestión yace en el inconsciente y parte hacia soluciones parasicológicas o sicodélicas.

Utilizamos la expresión teoría de la información en su significado más abarcador, es decir de modo que comprenda también la comunicación dado que no hay información fuera de un sistema de señales y fuera de un vehículo o medio apto para transmitir estas señales. El organismo se opone al caos, a la desintegración, a la muerte, como el mensaje al ruido.

Transponiendo la comprobación fundamental de Wiener a los medios de comunicación (los media entendidos como extensiones del hombre), un profesor de Literatura inglesa y Crítica literaria de la Universidad de Toronto se haría famoso a partir de 1964 con un libro titulado *Understandign Media*, cuya afirmación básica, que tanto vocerío habría de provocar en Estados Unidos, se expresa así: *The médium is the message* (El medio, el vehículo, es el mensaje). Según Marshall McLuhan, estamos asistiendo al fin de la era Gutenberg, al fin de la era iniciada con la creación del código genético y sistematizada por la invención de los tipos móviles de la imprenta, principal responsable, según él, de la destribilización de la cultura, del individualismo, del nacionalismo, del militarismo y de la tecnología occidental, hasta de la cadena de montaje de Ford (que hoy estaría superada). Con el circuito eléctrico, que posibilita la ionización o simultaneidad de la información, termina la era de la expansión (explosión) de las sociedades, y comienza la era de la <<implosión>> de la información: la información "compleja, antiverbal, se manifiesta en mosaico, discontinua y simultáneamente – y la televisión es su profeta. No importa saber lo que la televisión está lanzando al aire, ni si sus programas son de alto o de bajo nivel; es ella misma, en cuanto vehículo, lo que altera el comportamiento, condicionado la

percepción en el sentido del involucramiento general, de la participación (<<estar dentro>> - lema de los jóvenes de hoy), a pesar de la resistencia de las élites de formación literaria, que gustarían llevar a la televisión lo que llaman <<cultura, imponiendo soporíferos programas lineales. Quién habla de información y economía habla de cuantificación de la información.

¿Qué comunicamos? Información simple o compleja, a nivel de las relaciones humanas o sociales, o incluso a nivel biológico en la teoría de la comunicación y de la información lo que importa esencialmente es la medida del contenido de la información. Pero el tenor de información de las señales no es algo destacado de las propias señales, no es algo de lo que las propias señales sean meras portadoras, no como involucros o vehículos que se pueden cargar o descargar de su contenido. El tenor o tasa de información es una propiedad o potencial de las señales y esta íntimamente relacionado con la idea de selección y discriminación. La idea de información siempre va ligada a la idea de selección y preferencia. Información se refiere aquí no a que tip de información sino a cuanta información. Información es aquello que necesitamos cuando debemos formalizar una acción. De ello se sigue que no hay información posible fuera de un sistema cualquiera de signos y señales; de modo inverso a la introducción de un signo nuevo en el sistema implicará, en un primer momento, cierto grado de inteligibilidad de ese mismo signo frente al repertorio o sistema de signos existentes.

2.3 El concepto de Bit

Con las nuevas tecnologías de información se dan cambios que Crees Hamelink concibe como difícilmente revolucionarios.

Es verdad que estamos viviendo la transición de una sociedad industrial a una sociedad de la información. Se le denomina así porque en ella la tecnología de la información es la infraestructura primaria de toda la producción industrial así como de la distribución de bienes y servicios.

Ante cada una de estas tesis, Hamelink se pronuncia por un serio análisis; ¿son las nuevas tecnologías realmente tan nuevas?, ¿desde qué punto de vista puede hablarse de una revolución?, ¿representa la informatización un cambio histórico radical? Es verdad que los instrumentos de trabajo han cambiado, pero no se puede dejar de señalar que sigue existiendo un grupo oligopólico que controla las tecnologías y que el mercado internacional de compradores es monopsónico.

Hamelink señala que una revolución se da cuando cambian las estructuras de propiedad o las relaciones de fuerza de nuestra sociedad. Sin embargo, con las nuevas tecnologías “se refuerzan las formas existentes de control y desigualdad”, De aquí es de donde se van a transmitirse volúmenes ilimitados de mensajes con

una confiabilidad sin precedentes y a tan alta velocidad que el concepto de distancia pierde su significado.

En los países industrializados y en desarrollo se están computarizando un creciente número de actividades desde producción económica hasta trabajo secretarial, la aplicación de la computadora recibe más apoyos que protestas, y se favorece esa tendencia, lo que a su vez tiene importantes implicaciones culturales, ya que la computación proporciona nuevas formas de ganar terreno al medio. Ofrece una técnica que es la infraestructura básica de casi todos los procesos industriales; un lenguaje simbólico (el idioma de la computadora) que se extiende a casi todas las esferas sociales, como son: las formas centralizadas de control burocrático y las descentralizadas en la vida y el trabajo.

Estas nuevas técnicas símbolos constituyen la cultura binaria, la nueva religión de nuestra época, el absolutismo electrónico. Dado que los procesadores electrónicos de la información, solucionan todo tipo de problemas, eliminando dudas e inseguridades humanas.

La cultura binaria es la culminación lógica de la conciencia empírica – racional, opera con unidades excluyentes: 1 ó 0, encendido ó apagado. En suma la computadora como técnica optima de ordenamiento, racional y analítico de la realidad en su conjunto.

- La teoría de la información
- Planificación de la Información

La elección más simple entre dos posibilidades iguales es la alternativa si/no. Sirvan de ejemplos cara/corona y el interruptor cié la luz (abierto/cerrado). La cantidad de información producida por esta elección puede ser considerada como unidad básica y es denominada <<binary digit>> (dígito binario) o simplemente bit. Bit = medida unitaria de la información. En el código binario, esta alternativa básica viene dada por 1 y 0, teniendo en cuenta, principalmente, la condición de circuito eléctrico (abierto/cerrado, conectado/desconectado) y sus aplicaciones en el campo de la electrónica (computadoras electrónicas, en particular). No es por otra razón por lo que Marshall McLuhan considera la luz eléctrica como <<información pura>>

2.4 El concepto de redundancia

Por su propia naturaleza, la comunicación es una especie, de proceso variable y estadístico condicionado por la interdependencia de las señales, o sea, por las normas y reglas que las relacionan y que deciden sobre su grado de información. Las reglas sintácticas introducen redundancia en el mensaje, a fin de que su recepción correcta quede mejor amparada. Sólo esas leyes normas dan estructura

al sistema, de modo que permitan previsiones de comportamiento o de ocurrencia de señales. Por ejemplo: ¿por qué no se llama a la puerta menos de dos veces? Justamente para neutralizar el ruido ambiente, evitar la ambigüedad y garantizar la efectiva transmisión del mensaje. La redundancia puede ser entendida simplemente como repetición es causada por un exceso de reglas que confiere a la comunicación un cierto coeficiente_ de seguridad o sea, comunica la misma información más de una sola y única vez y , eventualmente, de modos diferentes. Por otra parte, cuanto mayor es la redundancia, mayor es la previsibilidad, es decir, señal redundante es señal previsible. La redundancia introduce en, el sistema una cierta capacidad de absorción de ruido y – de prevención, de error: por ejemplo, cuando queremos asegurarnos de lo acertado de una operación aritmética, la repetimos. Hay sistemas no – redundantes, sistemas integralmente informacionales, que agotan todas las posibilidades combinatorias de la fuente: los sistemas numéricos, por ejemplo. Si erramos en un número digito de un cálculo matemático, en un número de teléfono, en una fecha o en una dirección, tendremos información errada, pues el sistema no posee margen absorbente de ruido. A nivel analógico, podemos tomar como ejemplo el sistema de las llaves Yale; cuyo código, por necesidad, no puede poseer redundancia. No ocurre lo mismo con otros sistemas, como las lenguas; incluso en ellas hay índices diversos de redundancia. En este ejemplo: The Yellow Houses / Las casa amarillas, podemos observar la mayor redundancia del castellano, cuyas normas exigen la aposición de la señal del plural (s) en el sustantivo y en los atributos adjetivos, de manera que “es posible – eliminar una y hasta dos ss. Sin pérdida de información: La casa amarilla. Ya en inglés, donde la redundancia es menor, la señal de plural puede ser eliminada sin error en la información.

Es la redundancia lo que hace posible las abreviaturas y el prescindir de ciertas reglas gramaticales, así como la existencia de ciertos fenómenos lingüísticos como el juego de palabras. Claro es que la redundancia no puede ser entendida sólo como la mayor frecuencia de ocurrencia de ciertas señales, pues, como queda indicado, la forma, el orden y la propia cantidad en que ocurren pueden contrariar la expectativa inherente al sistema, ir contra o los patrones relacionales previstos o previsibles, constituyendo así información nueva (cuando no se caracterice simplemente como ruido o evento entrópico), como muchas veces se observa tanto en el arte como en la ciencia. Sirvan de ejemplo el famoso poema de Carlos Drummond de Andrade, No melo do caminho, y varias de las manifestaciones de la poesía concreta.

Humberto Eco, cuando estuvo en Brasil en 1966 para distinguir una serie de coloquios y pronunciar conferencias sobre comunicación de masas, observaba que en Brasil las personas se tratan más por el nombre que por el apellido, concluyendo ajustadamente, que siendo los apellidos brasileños –Silva, Pereira, Lima- muy redundantes, apelábamos a nombres de pila, más diferenciados,. Y todos sabemos a que extraños extremos nos han llevado esa necesidad. Viirgulino, Jesuino, etc. Aún ese mismo orden de comprobaciones, podemos ver

que el inicio de palabras informa más que su final pues los sufijos y desinencias contribuyen a una mayor redundancia y ambigüedad: es fácil reconstruir la palabra “intuición” si se nos proporcionan las cuatro primeras letras. De ahí que los diccionarios comunes se organizan por las entradas verbales, alfabéticamente y no por las terminaciones; si embargo, para los poetas que deseen metrificar y rimar los diccionarios analógicos de rimas, resultan más útiles, o igualmente útiles, pues se organizan por la amplitud de las palabras (incluso de sílabas) y por las terminaciones.

Vemos incluso que las palabras más breves, más utilizadas, informan menos, mientras que las más largas, menos usuales, poseen mayor tasa de información. En portugués como varias otras lenguas las consonantes forman el verdadero esqueleto informacional del sistema, pues informan más que las, vocales, si se propusiera al lector que descifrará el siguiente mensaje CPCBN realmente aceptará con la solución en poco tiempo, pero resulta más difícil si se le proporciona una cifra compuesta tan solo de la cadena de vocales del mensaje: OAAAA.

Así como la redundancia funciona como correctivo de la información, la abreviación funciona como antídoto en la relación a la redundancia; la taquigrafía es un proceso de escritura en el que se disminuye al máximo posible la redundancia; se usa con un mínimo de vocales, se excluyen partes de las palabras, etc., al fin de alcanzar un máximo de concisión sin que se destruya la información, teniéndose en cuenta la economía necesaria a un sistema de escritura rápida. Las siglas es también una forma de abreviatura, un recurso antiredundante; cuando se vuelven muy corrientes expresiones largas, se abrevian en forma de siglas. La Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), cuando se trata de palabras aisladas, se corta a partir de la terminación: **cinematógrafo/ cinema/ cine.**

En una conversación, la redundancia es mayor que en un intercambio epistolar, por ejemplo; por otro lado, la palabra hablada permite prescindir de muchas reglas gramaticales, pues otros recursos – gestos, entonación, contexto ambiental, etc., suplen la rigidez de las normas y abrevia e incluso elimina, mayores explicaciones, necesarias de la escritura para mayor claridad; la frase ¡Ud. Hizo esto? Adquiere tres significados distintos según se acentúa una u otra palabra.

Es el tono (pitch) lo fundamental en el chino hablado, muy redundante. Otro ejemplo: las abreviaturas por economía y beneficiándose de las leyes en la redundancia es particularmente utilizadas en los telegramas.

El paso de las siglas al logotipo (siglas o nombre del diseño especial) y a la marca, constituyen un paso más en el sentido de la abreviatura: un mensaje digital que tiene a lo analógico (véase las marcas – logotipos de Esso, Coca – Cola, Volkswagen, etc.). Las banderas, emblemas y distintivos obedecen al mismo

proceso de formación de mensajes analógicos, de acuerdo con un código preestablecido, que se va ampliando en el uso pragmático en la medida misma en que aquellos tipos de mensajes se van transformando en signos – síntesis.

Hay dos casos extremos de no comunicación, o incomunicación, y se refieren a la imprevisibilidad total, de las señales. Por ejemplo, si puedo prever todo lo que una persona me va a decir, el mensaje es totalmente redundante y puedo abstraerme de oírlo o ella de decirlo; al contrario, si no puedo prever nada de lo que va a decir, en caso de que alguien se dirigiera hacia a mi en una lengua que desconozco totalmente – la comunicación también es imposible. En ambos casos no hay posibilidad de intercambio de información.

Preguntando un día sobre lo que hallaba en cierto libro recién publicado; Oswald de Andrade respondió “No lo ley y no me gusto” la frase se hizo famosa y enriqueció el catálogo de boutades waidianas, sin embargo, es perfectamente justificable desde el punto de vista de la Teoría de la redundancia total. Es también la baja temperatura informacional de un mensaje o sea, su gran redundancia lo que permite la llamada lectura en diagonal, que según se dice practicaba el presidente Kennedy. El signo nuevo tiende a producir aislamiento e, “ininteligiblemente” al primer abordaje, por su rareza e inesperado o por el hecho de ser más “dispendioso”, (para el sistema nervioso, por ejemplo). Su absorción se hace a base del repertorio y en la dinámica del interprete (podemos también entender repertorio como “memoria”, e interpretante como conjunto de los “programas” posibles del receptor del mensaje). Ya decía Nietzsche: “Conocer es traducir algo que no se conoce en términos de lo que ya se conoce”. Los llamados fenómenos fisiognomónicos sirven para ilustrar el proceso, que no deja de tener relación con los procesos estocásticos referidos anteriormente: distinguir formas de animales, cosas y gente en las nubes o en un muro no dejan de ser una forma de “traducción” en el sentido Nietscheriano y no en el sentido de las teorías de la información.

Resumen

El fundamento de las teorías comunicacionales, que nos sustentan a los distintos modelos son la esencia teórico conceptual del devenir en las aproximaciones en la materia. La información como una entidad concreta que nos remite y al despegue de los estudios interdisciplinarios de los fenómenos individuales y colectivos, en creciente profundización en aras de la comprensión e implicaciones de su desarrollo.

Bibliografía

- Bravo, José María, Introducción e Historia de la Cibernética, Ed. Grijalbo, México, 157 pp.
- Bertalanffy, Ludwig Von, Teoría General de los Sistemas, Ed. Fondo de Cultura Económica México, 3ª. Edición, 1995, 311 pp.
- César, Galeano Ernesto, Modelos de Comunicación, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.
- De Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Madrid, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 684 pp.
- De Morgas, Miguel, Teorías de la Comunicación, Ed. Gustavo Gil Madrid 362 pp.
- Florence, Toussaint, Crítica de la Información de masas, Ed. Trillas, 6ª. Edición, México, 2000, 95 pp.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Gernike, México, 158 pp.
- Gómez, Mont Carmen, Nuevas Tecnologías de Comunicación, Ed. Trillas México 1999 249 pp.
- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, Ed. Addison Wesley Longman México 1996 229 pp.
- Mc., Quail Denis, Introducción a las teorías de masas, Ed. Paidos, México, 1993 450 pp.
- Miege, Bernard, El Pensamiento comunicacional, Ed. Universidad Iberoamericana México 1996 131 pp.
- Paoli, José Antonio. Comunicación e información. México, Ed. Trillas - UAM, 1989, 138 pp.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Ed. Trillas, México 1990, 141 pp.
- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.

- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.
- Pignatari, Decio, Información, Lenguaje, Comunicación, Ed. Gustavo Gili México 100 pp.
- Sheinsohn, Daniel, Comunicación Estratégica, Ed. Macchi Grupo, Buenos Aires 1999 173 pp.
- Victoroff, David, La Publicidad y la Imagen, Ed. Gili, México 137 pp.
- Wimmer, R. Y Dominick J. Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores, 2000, 500 pp.

Tema 3. Teoría general de los sistemas aplicada a la comunicación

Subtemas

- 3.1 Conceptos generales
- 3.2 Sistemas abiertos y cerrados
- 3.3 Entropía
- 3.4 Retroalimentación
- 3.5 La visión de la cibernética

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante conocerá y discriminará las aportaciones de la Teoría general de los sistemas a comprensión del desarrollo científico y en especial a su aplicación a la comunicación.

Sinopsis

La teoría de sistemas es ante todo un campo matemático que ofrece técnicas, en parte novedosa y detallada, estrechamente vinculada a la ciencia de la computación y orientada a la resolución de problemas. Interesante es notar que esta teoría ha impactado y trascendido muchas veces, en los distintos campos de conocimiento; desde la Física pasando por las Ciencias Sociales y por ende al de la comunicación. Es tan profundo su alcance destacándose más que en el estudio de los elementos en el de sus relaciones; desde la interacción enzimática en una célula hasta la estructura y dinámica de los sistemas sociales.

La Teoría de los Sistemas se hace necesaria, dada la complejidad de nuestra sociedad y su avance tecnológico, imponiéndose a las actitudes de naturaleza holista e Inter y transdisciplinaria.

Se constituye en un nuevo paradigma científico, en una visión orgánica del mundo como una gran organización que se puede dividir en tres partes:

- a) La ontología de los sistemas, que trata de entender como están plasmados los sistemas en los distintos niveles del mundo de la observación.
- b) La epistemología de los sistemas, las raíces del conocimiento, que difiere de otras epistemologías, una perspectiva que el hombre con su dotación y servidumbre biológica, cultural y lingüística, ha creado para vérselas con el universo al que esta adaptado merced a su evolución e historia.

- c) La filosofía de los sistemas se ocupara de las relaciones entre el hombre y el mundo, es decir trasciende el aspecto mecanicista y matemático, retoma el aspecto humanístico con bases cibernéticas y de enfoque social, con una forzosa reorientación del pensamiento científico.

Su historia es larga consolidándose paulatinamente en la ciencia contemporánea, no aislando problemas en contextos estrechos e ir ampliando el estudio de las interacciones en contextos más globales. Al repasar la evolución de la ciencia moderna nos topamos con un fenómeno sorprendente: han surgido problemas y concepciones similares en campos muy distintos independientemente. Se pueden utilizar principios generales a sistemas en general, sin importar que sean de naturaleza física, biológica o sociológica.

Tocante a los sistemas cerrados y abiertos se establece la posibilidad de estudiar los elementos de la naturaleza y sociedad como ámbitos de intercambio de energía e información. En unos es de carácter limitado y en otros el intercambio es vasto. De ahí que se desprenda la correlación entre la naturaleza animada y la inanimada con base a lo cerrado y lo abierto. Este aspecto nos remite al grado de organización y desorganización en los sistemas.

Expresamente en el campo de la comunicación estos procesos se sustentan en la información, donde se vincula otro concepto básico de la teoría de la comunicación y el control es el de la retroalimentación que enfatiza sobre la autorregulación o el llamado mantenimiento homeostático de un estado característico o la búsqueda de una meta, basada en cadenas causales circulares y en mecanismos que devuelven información, acerca de desviaciones con respecto al estado por mantener la meta por alcanzar.

Por ultimo la cibernético es la ciencia de la dirección y comunicación entre los organismos vivos y en las maquinas, por tanto se halla en la esfera de distintas disciplinas. Pudiéndose rescatar los distintos paralelismos y analogías entre el organismo vivo y la maquina, dejando de ser un procedimiento y pasa a ser un método de análisis.

3.1 Conceptos generales

Se diría que el presente volumen requiere algunas notas de introducción, que aclaren su alcance, contenido y método de presentación.

Abundan los textos, monografías, coloquios, etc., dedicados a los <<sistemas>> y la <<teoría de los sistemas>>. La <<ciencia de los sistemas>> - o alguno de sus muchos sinónimos – se está volviendo rápidamente parte de los planes de estudio universitarios establecidos – Se trata, más que – nada, de una innovación en ingeniería en el sentido amplio del vocablo, requerida por la complejidad de los

<<sistemas>> en la tecnología moderna, por las relaciones entre hombre y maquina, la programación y consideraciones análogas que no se hacían sentir en la tecnología de hace unos años, pero que son ineludibles en las complejas estructuras tecnológicas y sociales del mundo moderno, en este sentido, la teoría de los sistemas es ante todo un campo matemático que ofrece técnicas, en parte novedosas y muy detalladas, estrechamente vinculadas a la ciencia de la computación, y orientado más que nada por el imperativo de vérselas con un nuevo tipo de problema.

Lo que tiende a quedar a oscuras entre estos cambios – por importantes que sean es el hecho de que la teoría de los sistemas representa un amplio punto de vista que trasciende grandemente los problemas y los requerimientos tecnológicos, una reorientación que se ha vuelto necesaria en la ciencia en general, en toda la gama de disciplinas que va de la física y la biología a las ciencias sociales y del comportamiento y hasta a la filosofía – Con distintos grados de éxito y de exactitud interviene en varios dominios y **anuncia una nueva visión que trata de vencer la superespecialización.**

El presente texto aspira a contribuir en los dos aspectos que se acaban de esbozar: ofreciendo al estudioso de la ciencia de los sistemas una visión ampliada, y al lector general un panorama de este adelanto, indudablemente característico del mundo presente e importante para él. Aunque se da clara cuenta de sus limitaciones y peros, el autor se decide a ello por contarse entre los primeros que implantaron la teoría general de los sistemas, hoy campo importante de investigación y aplicación.

Como observó atinadamente Simón (1965), la introducción a un campo en rápido desenvolvimiento consiste en gran medida en su historia conceptual. De ahí que no sea quizá inapropiado el hecho de que esta obra consista en estudios escritos en un periodo de unos treinta años. Así el libro no expone la teoría de los sistemas como una doctrina rígida (y hasta el presente no lo es), sino en su evolución y el desarrollo de sus ideas; esperamos que esto sirva de base para mayor estudio e investigación”.

Con esta intención, los estudios fueron dispuestos en orden lógico antes que cronológico y se revisaron escrupulosamente, sin pasar, con todo, de eliminar repeticiones, mejorar levemente el estilo y hacer trasposiciones oportunas. Intencionalmente no se modificó el contenido a la luz de cosas averiguadas más tarde. Fue imposible evitar del todo las repeticiones, pues a veces se presentaban las mismas ideas en diferentes contextos, pero esperamos no haber salido del nivel tolerable. Acaso esto, a fin de cuentas, no sea tan indeseable para quién busque la idea general o su aplicación a determinado campo.

A continuación de este prefacio se indica la procedencia de los trabajos. Con fines de evaluación del material presentado y por razones de prioridad que no tardarán

en verse claras, resumiremos así algunos datos principales. El capítulo v (1940) introdujo la <<teoría del organismo como sistema abierto>>. Junto con la labor de Burton (1939), fue el enunciado original de un concepto que ganó creciente importancia y aplicación. Esta publicación casi no la conocieron los científicos británicos y estadounidenses; de ahí que sea reproducida entera, aunque mucho podría añadirse, según se aprecia en parte en los capítulos vi (1964) y vii (1967). Análogamente, en el capítulo ni se reproduce el primer anuncio de la teoría general de los sistemas (1945), abreviado y algo trastocado, pero fiel en lo demás al original. El Apéndice (reseña de una plática dada en (1947) se reproduce como testimonio temprano, muy anterior al surgimiento académico o tecnológico de la teoría de los sistemas y de términos y temas afines. El capítulo v es una revisión en lenguaje no técnico (1958); los capítulos i y iv procuran poner la historia al día.

El autor desea extender su agradecimiento a muchas personas e instituciones que facilitaron el trabajo aquí expuesto. Agradece al Doctor George Branti, editor de Geoge Braziller, Inc., haber sugerido la publicación y contribuido valiosamente a ella. Se agradece la autorización de editores que fueron los primeros en publicar los ensayos, y también a instituciones como el National Research Council y el National Cancer Institute of Canadá, el Canadá Council, el University of Alberta General Research Committee y otros, que patrocinaron parte de la labor aquí descrita. La secretaria del autor, la señora Elizabeth Grundau, se encargó de las distintas fases del manuscrito, ayudó en la bibliografía y en la biblioteca y tradujo los capítulos publicados originalmente en alemán, o sea que hizo mucho más de lo que la incumbía. Por último, debo agradecer a mi esposa, María Von Bertalanffy, por su ayuda y crítica infatigables cuando fueron escritos los ensayos. Sin el estímulo de colegas demasiado numerosos, para ser citados, el autor, ante tropiezos y obstáculos, no habría llevado adelante el propósito de implantar y desarrollar la teoría general de los sistemas.

- **Teoría de los conjuntos**

Las propiedades formales generales de sistemas, sistemas cerrados y abiertos, etc., pueden ser axiomatizadas en términos de teoría de los conjuntos (Mesarovic, 1964; Maccia, 1966). En elegancia matemática este enfoque se compara favorablemente con las formulaciones más burdas y más especiales de la teoría <<clásica>> de los sistemas. Los nexos entre la teoría axiomatizada de los sistemas (o sus inicios actuales) y los problemas reales de sistemas son un tanto tenues.

- **Teoría de las gráficas**

Muchos problemas de sistemas conciernen a sus propiedades estructurales o topológicas antes que a relaciones cuantitativas. Se dispone de más de un acceso al respecto. La teoría de las gráficas, en especial la de las gráficas dirigidas (diagráficas), elabora estructuras relacionales representándolas en un espacio topológico. Ha sido aplicada a aspectos relacionales de la biología (Rashevsky, 1956, 1960; Rosen, 1960). Matemáticamente se vincula

al álgebra de matrices; por el lado de los modelos, a la teoría de los sistemas por compartimientos son subsistemas parcialmente <<permeables>>, y desde aquí a la teoría de los sistemas abiertos.

- **Teoría de las redes**

A su vez, está ligada a la teoría de los conjuntos, las gráficas, los compartimientos, etc., y se aplica a sistemas tales como las redes nerviosas (p.eje. Rapoport, 1949 – 1950).

La cibernética es una teoría de los sistemas de control basada en la comunicación (transferencia de información) entre sistemas y medio circundante, y dentro del sistema, - y en el control (retroalimentación) del funcionamiento del sistema en consideración al medio. Según mencionamos y volveremos a discutir, el modelo tiene extensa aplicación pero no ha de identificarse con la <<teoría de los sistemas>> en general”. En biología y otras ciencias básicas, el modelo cibernético conviene para describir la estructura formal de mecanismos de regulación, por ej. Mediante diagramas de bloques y de flujo. Así se logra reconocer la estructura reguladora aún cuando los genuinos mecanismos permanezcan desconocidos y sin describir, y el sistema sea una <<caja negra>> definida sólo por entrada y salida. Por razones parecidas, el mismo esquema cibernético puede aplicarse a sistemas hidráulicos, eléctricos, fisiológicos, etc. La compleja y sutil teoría de los servomecanismos en tecnología ha sido trasladada sólo en grado limitado a sistemas naturales (cf. Bayliss, 1966; Kalmus, 1966; Milsum, 1966).

- **La teoría de la información**

En el sentido de Shannon y Weaver (1949), se basa en el concepto de información, definido por una expresión isomérica con la entropía negativa de la termodinámica. De ahí la esperanza de que la información sirva de medida de la organización (cf. P. 42; Quastier, 1955). En tanto que la teoría de la información ganó importancia en ingeniería de comunicaciones, sus aplicaciones a la ciencia no ha llegado a ser muy convincente (E. N. Gilbert, 1966). La relación entre información y organización, teoría de la información y termodinámica, sigue siendo un problema decisivo.

- **La teoría de los autómatas (ver Minsky, 1967)**

Es la teoría de autómatas abstractos con entrada, salida y posiblemente ensayo – y – error y aprendizaje. Un modelo general es la máquina de Turing (1936). Expresado en su manera más simple., un autómata de Turing es una máquina abstracta capaz de imprimir (o borrar) las marcas <<1>> y <<0>> en una cinta de longitud infinita. Es demostrable que cualquier proceso, de la complejidad que sea, puede ser simulado por una máquina, si este proceso es expresable mediante un número finito de operaciones lógicas. Todo lo que sea posible, lógicamente (es decir, en un simbolismo algorítmico) también

puede ser construido – en principio, aunque es claro que en modo alguno siempre en la práctica – por un autómatas, o sea una máquina algorítmica.

- **Teoría de los juegos (Von Neumann y Morgenstern, 1947)**
Representan un enfoque diferente pero puede agregarse a las ciencias de sistemas por ocuparse del comportamiento de jugadores supuestamente <<racionales>> a fin de obtener ganancias máximas y pérdidas mínimas gracias a estrategias apropiadas contra el otro jugador (o la naturaleza). Tiene así que ver esencialmente con un <<sistema>> de <<fuerzas>> antagónicas con especificaciones.

Metas de la teoría general de los sistemas

Tales consideraciones se resumen así:

En varias disciplinas de la ciencia moderna han ido surgiendo concepciones y puntos de vista generales semejantes. En tanto que antes la ciencia trataba de explicar los fenómenos observables reduciéndolos al juego de unidades elementales investigables independientemente una de otra, en la ciencia contemporánea aparecen actitudes que se ocupan de lo que un tanto vagamente se llama totalidad, es decir, problemas de organización de fenómenos no descomponibles en acontecimientos locales, interacciones dinámicas manifiestas en la diferencia de conductas de partes aisladas o una configuración superior.

3.2 Sistemas abiertos y cerrados

Para el análisis de los sistemas, generalmente se recurre a los siguientes conceptos:

- **Input.** Son los recursos que el sistema toma de su medio ambiente. Estos recursos son los que le posibilitan el funcionamiento. Para la comunicación estratégica es fundamental la información que el sistema empresa toma del supra y del macrosistema.
- **Transformación.** Es el proceso mediante el cual, los input son convertidos en output. La información que el sistema empresa recoge de su entorno, es procesada a través de un conjunto de operaciones técnicas.
- **Output.** Son el producto resultante de la operación de transformación; el sistema luego los descarga en su medio ambiente.

El sistema empresa convierte recursos de emisión en mensajes que serán comunicados a los distintos públicos.

Coordinación. Para el logro de sus fines, el sistema empresa habrá de coordinarse en la búsqueda de una cooperación armónica entre cada una de sus acciones comunicacionales.

Feed – Back. Es toda la información que el sistema ponga en el medio para que luego vuelva a él, desde luego, cargada de nuevos datos.

Estructura. Son todos los componentes que conforman a un sistema determinado, y las relaciones que entre ellos mantienen.

Modelo de comunicación estratégica

Todo modelo de comunicación posee la limitación de ser una abstracción, imposibilitada de evidenciar la totalidad de los elementos intervinientes en el proceso de comunicación.

Podríamos trazar un paralelismo de los que sucede con un mapa, el que no es otra cosa que una abstracción de una determinada zona geográfica. Si bien el mapa no la representa tal cual es, en la extensión de todos y cada uno de sus elementos, igualmente hace posible la lectura inteligible de la región a través de los elementos más relevantes.

El modelo de Comunicación Estratégica, es un mapa que enuncia los elementos más relevantes del proceso comunicacional corporativo, considerados como tales a partir de su particular perspectiva.

El modelo de Comunicación Estratégica, es un modelo de comunicación sistémico contingente, principalmente interesado en la afectación mutua de los elementos que lo componen, y el que entiende a la comunicación como un proceso complejo, dinámico y continuo.

En una primera aproximación al modelo de Comunicación Estratégica ® podemos identificar:

- Un sistema: **empresa**
- Un suprasistema: su **medio ambiente inmediato** –
- Un macrosistema: su **entorno general**

El sistema empresa forma – parte de un sistema mayor o suprasistema, que es el ambiente inmediato en el que la empresa opera y en el que interactúa con otras organizaciones de un modo directo.

Suprasistema

La teoría general de los sistemas no persigue analogías vagas y superficiales. Poco valen, que junto a las similitudes entre fenómenos siempre hallan también diferencias. Es consecuencia del hecho de que en ciertos aspectos puedan aplicarse abstracciones y modelos conceptuales coincidentes a fenómenos diferentes.

Estas consideraciones conducen a proponer una nueva disciplina científica, que llamamos teoría general de los sistemas. Su tema es la formulación de principios valiosos para sistemas en general, sea cual fuere la naturaleza de sus elementos componentes y las relaciones reinantes entre ellos. De esta suerte, la teoría general de los sistemas es una ciencia general de la totalidad y sus metas principales son:

- a) Hay una tendencia general hacia la integración en las varias ciencias naturales y sociales.
- b) Tal integración parece girar entorno a una teoría general de los sistemas.
- c) Tal teoría puede ser un recurso importante para buscar una teoría no exacta en los campos no físicos de la ciencia.
- d) Al elaborar principios unificadores que corren verticalmente por el universo de las ciencias, nos acerca a la unidad de la ciencia.
- e) Esto puede conducir a una integración que hace mucha falta en la instrucción científica.

Sistemas cerrados y abiertos

Como ejemplo de los sistemas cerrados esta la física clásica, que se consideran aislados del medio circundante en oposición a los sistemas abiertos que mantienen intercambio con el medio ambiente.

Esta teoría ha aclarado muchos fenómenos oscuros en física y biología, y ha conducido asimismo a importantes conclusiones generales, de las cuales sólo mencionaré dos.

La primera es el principio de equifinalidad. En cualquier sistema cerrado, el estado final esta inequívocamente determinado por las condiciones iniciales: p. Ej. El movimiento en un sistema planetario, donde las posiciones en un tiempo; o en un equilibrio químico, las concentraciones finales de los compuestos reaccionantes dependen naturalmente de las concentraciones iniciales. Si se alteran las condiciones iniciales o el proceso, el estado final cambiará también.

No ocurre lo mismo en los sistemas abiertos. En ellos puede alcanzarse el mismo estado final partiendo de diferentes condiciones iniciales y por diferentes caminos. Es lo que se llama equifinalidad, y tiene significación para los fenómenos de la regulación biológica. Quienes estén familiarizados con la historia de la biología recordarán que fue precisamente la equifinalidad la que llevó al biólogo alemán Driesch a abrazar el vitalismo, o sea la doctrina de que los fenómenos vitales son inexplicables en términos de la ciencia natural. La argumentación de Driesch se basaba en experimentos acerca de embriones tempranos. El mismo resultado final – un organismo normal de erizo de mar – puede proceder de un cigoto completo, de cada mitad de un cigoto de estos, o del producto de fusión de dos cigotos.

Lo mismo vale para embriones de otras muchas especies; incluyendo al hombre, donde los gemelos idénticos provienen de la escisión de un cigoto. La equifinalidad, de acuerdo con Driesch, contradice las leyes de la física y sólo puede deberse a un factor vitalista animista que gobierne los procesos previniendo la meta: el organismo normal por constituir. Sin embargo, puede demostrarse que los sistemas abiertos, en tanto alcancen un estado uniforme, deben exhibir equifinalidad, con lo cual desaparece la supuesta violación de las leyes físicas.

Otro aparente contraste entre la naturaleza inanimada y la animada es lo que fue descrito a veces como violenta contradicción entre la degradación kelvianiana y la evolución darwiniana, entre la ley de la disipación en física y la ley de evolución en biología. De acuerdo con el segundo principio de la termodinámica, la tendencia general de los acontecimientos en la naturaleza física apunta a estados de máximo desorden y a la igualación de diferencias.

Entropía

Su concepto surge inicialmente en la termodinámica para indicar la medida estadística de la pérdida de energía en ciertos procesos físicos irreversibles. Hay una pérdida, un consumo de energía y el proceso es irreversible lo que parece indicar tendencias preferenciales de la naturaleza, que tendería a estados más uniformes y a no a menos uniformes. Serían tendencias entropicas al propio sistema, que de esa forma tendería a una uniformidad térmica.

N. Wiener fundador de la cibernética generalizó el concepto de entropía relacionándolo con el de información. Wiener dice que mientras la entropía aumenta el universo y todos los sistemas aislados tienden naturalmente a deteriorarse y a perder su carácter distintivo.

Esta teoría ha aclarado muchos fenómenos oscuros en física y biología, y ha conducido asimismo a importantes conclusiones generales por ejemplo. En cualquier sistema cerrado el estado final está determinado por las condiciones iniciales. Por

tanto el cambio de entropía en sistemas cerrados es siempre positivo hay continuidad, destrucción de orden.

En los sistemas abiertos sin embargo, no sólo tenemos producción de entropía debido a procesos irreversibles, sino también entrada de entropía que bien puede ser negativa. Tal es el caso en el organismo vivo que importa complejas moléculas ricas en energía libre.

Así, los sistemas vivos entendiéndose en un estado uniforme, logran evitar el aumento de entropía y hasta pueden desarrollarse hacia estados de orden y organización creciente pero, la entropía como ya sabemos es una medida del desorden de ahí que la entropía negativa o información sea una medida del orden o de la organización, ya que la última en comparación al azar, es un estado improbable.

3.3 Entropía

Principios básicos que rigen a los sistemas

- **Entropía.** Todo sistema también está afectado por una tendencia hacia el desorden, hacia su desorganización. Cuanto mayor es la entropía menor es la información que el sistema recibe y, por consiguiente, mayor la incertidumbre. La entropía puede ser:
 - **Positiva.** Los sistemas tienden al caos y a la incertidumbre.
 - **Negativa.** Los sistemas tratan de evitar su destrucción; lograr la supervivencia a partir de la búsqueda del orden.
- **Homeostasis.** Es un principio de equilibrio que regula a todo el sistema, así como también a todos sus componentes estructurales. Este equilibrio no es estático sino dinámico.
- **Interdependencia.** Se refiere a las relaciones que existen entre todos los elementos del sistema, y entre éste y su medio. Estas relaciones serán pues intrasistémicas – entre los elementos del sistema – y / o intersistémicas – entre el sistema y su medio – Si hubiera un cambio que afectase a parte del sistema o particularmente a algunos de sus elementos, todo el sistema se verá afectado.
- **Incertidumbre.** Es la probabilidad incierta de que un hecho ocurra, esto genera incertidumbre. La incertidumbre, en tanto falta de predictibilidad, es generadora de un cierto desorden e inestabilidad.

3.4 La retroalimentación

Concepto de feed – back como posibilidad de corregir una conducta a partir de la respuesta de receptor, reconoce antecedentes muy interesantes. En la segunda guerra mundial la RAF británica tomó cierta ventaja sobre la Luftwaffe alemana, a partir de la incorporación del radar. Lo propio ocurrió con los destructores aliados que integraron en su sistema de armas el sonar, lo que les permitió ubicar mejor a los submarinos alemanes y japoneses. Ahora bien, ¿de dónde deriva la idea de radar y del sonar? Los ingleses son observadores de la naturaleza y de la observación de unas maravillosas y perfectas máquinas volantes cuya misión es deglutir toneladas de insectos copian al murciélago. Lo que en verdad copian del murciélago es su posibilidad de ecolocación o localización por ecos, la que tiene lugar a través de la emisión de vibraciones de alta intensidad que pueden llegar a más de 20 kilociclos de frecuencia. Estas vibraciones o sonidos se producen en el laringe, la emisión de sonidos se verifica a través de la boca.

Ahora bien, los géneros *Lonchorhina* e *Histiotus*; este último se encuentra en la región del Río de la Plata. Existe en la entrada del oído de estos mamíferos, una estructura membranosa denominada 'trago' y dotada de una gran sensibilidad, relacionada con la captación de ondas ultrasónicas, mediante las que se guían durante el vuelo y que les permiten evitar obstáculos; son también un elemento imprescindible para la captura de insectos. Normalmente puede evitar, en completa oscuridad, impedimentos tan poco significativos como un hilo de alambre de dos milímetros de espesor, aun en la eventualidad (existe el mito de que todos los murciélagos son ciegos) de que se los privara de la visión. El primero que se preocupó por averiguar la forma en que ciertos animales se guían por la noche fue el científico italiano Lázaro Spallanzani (1795), observando que los búhos y lechuzas, así como otros seres, confiaban en sus grandes ojos para la visión nocturna, pero que en total oscuridad quedaban inhabilitados para actuar. Al investigar el comportamiento de los murciélagos, se sorprendió al comprobar que éstos se mantenían activos en la más impenetrable oscuridad, volando normalmente en procura de sustento. Las investigaciones demostraron la incapacidad de orientación a que se ven sometidos estos animales cuando se les taponan los conductos auditivos. Las manifestaciones sonoras de los murciélagos no se limitan a los ultrasonidos, sino que también utilizan frecuencias audibles al oído humano que son fácilmente percibidas.

El **feed – back** puede ser **positivo o negativo**. Si A recibe una comunicación y corrige su conducta de acuerdo con lo que ha recibido de B, se ha dado una retroalimentación o **feed – back negativo**.

La retroalimentación positiva existe cuando aumenta la tendencia, por ejemplo: si un conferencista está hablando muy rápido, y las preguntas vienen en tropel, será **feed – back positivo** si aumenta la velocidad. Contrariamente, el feed – back

negativo ocurre cuando el conferencista **modifica** su conducta expositiva disminuyendo la velocidad, en virtud del alboroto provocado.

Retroalimentación negativa significa **control y seguridad**. Es importante mantener la estabilidad, porque, de lo contrario, el sistema llega a una potencia tal que se destruye.

Este concepto nos interesa muy especialmente, porque es clave para comprender la interacción humana y la personalidad, lo cual es un proceso de aprendizaje; justamente, el feed – back es uno de los elementos esenciales del aprendizaje.

El estudio de la comunicación es fundamental para el examen de la personalidad. Lo revela J. Ruesch en el campo de la sicopatología. Hay variantes en los cuadros nosográficos según las pautas de comunicación, de acuerdo con el modo en que es percibido, evaluado y transmitido el mensaje.

Reiteramos aquí el concepto de **afrentización** de retorno, haciendo referencia a los sistemas autorregulados, o sea, los sistemas cuya acción depende del resultado de la misma acción. Eso no quiere decir que sean sistemas totalmente cerrados, porque la acción se efectúa sobre el mundo exterior, y el resultado de ese cambio sobre el mundo externo es lo que se incorpora como dato para una ulterior regulación de la acción de ese sistema.

El ruso K. Anojin nos presenta un esquema sobre la actividad refleja. En el mismo expone, en primer lugar, una **síntesis aferente**, que debe ser entendida como el conjunto de estímulos que se derivan de una determinada situación; esta síntesis aferente actúa sobre el cerebro, esto es, va del mundo exterior al interior por una serie de caminos como el visual, el táctil, el olfativo, el auditivo, etcétera.

El cerebro es de esta forma un órgano de comando, que indica las acciones fallidas a corregir.

Finalmente, diremos que para algunos autores alemanes, el concepto de *feed-back* es semejante a empatía.

En alemán es '**einführung**' ("endopatía"), que consiste en experimentar lo que el otro experimenta, en percibir el efecto que mi conducta causa en el otro ("sentir con").

No debemos confundir empatía con identificación. En la empatía hay una cierta distancia, mientras que en la identificación no hay distancia (no vamos a referirnos aquí a las diferentes categorizaciones de identificación: primaria, secundaria, transferencial, etc., según los distintos autores). En la empatía no hay una real identificación; uno no es el otro, siente como el otro.

3.5 La visión de la cibernética

La cibernética es, según la definición de N. Wiener, la ciencia de la dirección y comunicación en los *organismos vivos* y en las máquinas. El académico soviético A. N. Kolmogórov, en su prefacio al libro de W. Ross Ashby *Introducción a la cibernética*, define del siguiente modo el contenido de esta disciplina científica: "La cibernética se ocupa de estudiar los sistemas de cualquier naturaleza capaces de percibir, conservar y transformar información y utilizarla para la dirección y la regulación".

Esta ciencia, que sirve de base para la construcción funcionamiento de los sistemas autodirigidos, independientemente de su pertenencia al mundo orgánico o al campo de la técnica, se desarrolla en la actualidad con gran rapidez y dispone de extensa bibliografía, así como de numerosos investigadores, que se van ampliando continuamente.

Hay que señalar también que la cibernética se halla dentro de la esfera de intereses de la biología, la fisiología, la psicología, la técnica, la física, la sociología, la filosofía y la lingüística, hecho que se ha visto confirmado concretamente en los congresos internacionales de cibernética, celebrados en el transcurso de los últimos años en Bélgica y Francia.

En la Unión Soviética, hubo un tiempo en que algunos filósofos, actuando con extrema ligereza, incluyeron la cibernética en categoría de disciplina pseudo científica, en cuyo desarrollo solamente estaba interesada la burguesa. Sin embargo, la práctica de los últimos años se ha encargado de mostrar la equivocación de semejantes concepciones.

Wiener propuso emplear el vocablo cibernética para denominar la rama de la ciencia encargada de efectuar la dirección y la comunicación en los organismos vivos y en las máquinas.

Resumen

El estudio, análisis e interpretación en el ámbito general y en particular al referido a la comunicación, con sus aportaciones y repercusiones para responder a las crecientes necesidades de resolución de problemas en el fenómeno comunicativo y sus diversas implicaciones.

Es la teoría general de los sistemas aplicado a la comunicación un componente insoslayable en el campo y con hondas repercusiones en el devenir de nuestra ciencia. Conocer sus principios, como el de la entropía, sistemas cerrados y abiertos etc., heredados de las matemáticas y enriquecidos por los enfoques sociológicos nos da la pauta para profundizar en nuestro campo de estudio.

Bibliografía

- Bravo, José María, Introducción e Historia de la Cibernética, Ed. Grijalbo, México, 157 pp.
- Bertalanffy, Ludwig Von, Teoría General de los Sistemas, Ed. Fondo de Cultura Económica México, 3ª. Edición, 1995, 311 pp.
- César, Galeano Ernesto, Modelos de Comunicación, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.
- De Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Madrid, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 684 pp.
- De Morgas, Miguel, Teorías de la Comunicación, Ed. Gustavo Gil Madrid 362 pp.
- Florence, Toussaint, Crítica de la Información de masas, Ed. Trillas, 6ª. Edición, México, 2000, 95 pp.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Gernike, México, 158 pp.
- Gómez, Mont Carmen, Nuevas Tecnologías de Comunicación, Ed. Trillas México 1999 249 pp.
- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, Ed. Addison Wesley Longman México 1996 229 pp.
- Mc., Quail Denis, Introducción a las teorías de masas, Ed. Paidos, México, 1993 450 pp.
- Miege, Bernard, El Pensamiento comunicacional, Ed. Universidad Iberoamericana México 1996 131 pp.
- Paoli, José Antonio. Comunicación e información. México, Ed. Trillas - UAM, 1989, 138 pp.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Ed. Trillas, México 1990, 141 pp.
- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.

- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.
- Pignatari, Decio, Información, Lenguaje, Comunicación, Ed. Gustavo Gili México 100 pp.
- Sheinsohn, Daniel, Comunicación Estratégica, Ed. Macchi Grupo, Buenos Aires 1999 173 pp.
- Victoroff, David, La Publicidad y la Imagen, Ed. Gili, México 137 pp.
- Wimmer, R. Y Dominick J. Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores, 2000, 500 pp.

Tema 4. Modelos clásicos de la comunicación

Subtemas

- 4.1 El modelo lineal de Shannon y Weaver
- 4.2 El modelo de Lasswell la teoría hipodérmica y los primeros acercamientos empíricos.
- 4.3 Teoría funcionalista de la comunicación de masas: Lazarsfeld y Merton, la función de la comunicación de masas.
- 4.4 La teoría crítica
 - 4.4.1 La industria cultural y los efectos de los medios.
- 4.5 El estructuralismo.
 - 4.5.1 Planteamiento general, el sistema social y su preservación, el papel de la comunicación de masas.
- 4.6 A. Moles teoría estructural de la comunicación.
- 4.7 El enfoque semiótico.
 - 4.7.1 Las aportaciones de Humberto eco, Rolan Barthes y el análisis de la imagen.
- 4.8 La escuela de Palo Alto. Bateson, Jacobson y la teoría de la comunicación humana.

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante analizará a través de la revisión, comprensión y profundización, los diferentes modelos de estudio de la comunicación desarrollando un criterio analítico y crítico de la realidad.

Sinopsis

El impacto social de la comunicación de masas se halla en las explicaciones sociológicas de masa, al principio del siglo XX. Con los factores relativos a los procesos de urbanización y división del trabajo, debilitando al grupo primario, tanto que lo comunicacional los influiría masificándolos. En términos generales coexistieron 2 tendencias teóricas relativas al impacto de los medios, la primera que obtendría su importancia para privilegiar a las clases minoritarias; la segunda crítica del papel de los medios que luchan por impedir el cambio de la estructura social en perjuicio de las clases mayoritarias.

En la **teoría hipodérmica** que tiene como punto de partida la proposición del moldeamiento de las conciencias de las masas, en el sentido de uniformar criterios ideológicos que sirvan a intereses específicos. Nuevas aportaciones fueron

haciendo que se declinara esa postura, en especial del funcionalismo, entre otros apuntalada por Merton.

Relativo a las teorías funcionalistas y los acercamientos empíricos la sociedad se concibe como un sistema interdependiente tendiente a un equilibrio que es indispensable para que continuara el sistema social, satisfaciendo sus necesidades. La investigación empírica, fundada en el funcionalismo, se basaba en estudios prácticos cuyo protagonismo principal fue Paúl Lazarsfeld, y se concreto en el análisis del receptor, descuidando la investigación de los medios como productores.

El análisis funcional de Lasswell proponía estudiar la comunicación desde su estructura y funciones, estas últimas denominadas:

1. Supervisión del entorno
2. Correlación
3. Transmisión de cultura y
4. Entretenimientos.

Merton, estudioso de las estructuras sociales descubre entre sus elementos, los medios de comunicación de masas. La necesidad de los protagonistas para su funcionamiento de moldear a la sociedad, imponiendo normas, proponiendo a la colectividad un mismo prisma de interpretación de la realidad y de la historia. Plantea también el fenómeno de la narcotización, una especie de persuasión política para generar la omisión y acción que fomente ciertos intereses.

En la teoría de la sociedad de masas e integración se gesta la propuesta de que los miembros de esta sociedad no están integrados o no saludablemente, habría que agregar que la comunicación tiende a proporcionar un medio común, simbólico y continuo a los individuos que de otra manera quedaría aislados.

Respecto a Shannon y Weaver lanzan una teoría matemática de la comunicación en función de la cibernética. La información como unidad cuantificable que no tiene el cuenta el contenido del mensaje, esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función del medio. En contraste A. Moles en su obra nos muestra la existencia de mecanismos socioculturales en la que usa el método de las analogías como sistema intelectual para el dominio de la realidad. Los medios masivos son generalmente grandes empresas regidas por intereses de tipo financiero que se alimentan con las novedades de tipo culturales, señalando 4 elementos que componen el ciclo sociocultural:

1. El creador
2. El micro medio
3. La mass media
4. La macro media.

Semiótica: signo

Un signo puede ser definido como toda cosa que sustituye a otro de modo que desencadene en relación a un tercero, un complejo análogo de reacciones. Desde Pierce se ha tratado de establecer los principios de la semiótica, de tal que se han llegado a clasificar en: icono, símbolo, y sus niveles del signo en sintáctico, semántica y pragmático.

En relación al estructuralismo su fuente es el estudio lingüístico de Saussure, a partir de su modelo existe una discusión para delimitar este campo teórico o como semiología o como semiótica. Sobre Humberto Eco nos propone un modelo para la reinterpretación de los mensajes visuales. Que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social, ello es tan fundamental que desde un ángulo antropológico, se presentan dos clases de fenómenos:

1. Los comunicativos que constituyen el núcleo primario de toda relación social y
2. La fabricación y empleo de objetos de uso, por un lado y el de intercambio parental en otra

En suma toda cultura de ha de estudiar como un fenómeno de comunicación. En le tenor semiótico R, Barthes nos aporta una síntesis terminológica de carácter provisional con fines didácticos, recurriendo a sistemas de signos sociales que le permitieron aplicar elementos teóricos – lingüísticos de Saussure y encauzarlos o adaptarlos a su estudio.

Finalmente un aspecto el de la reunión anual de Palo Alto en 1954 donde se cuaja el proyecto de una sociedad dedicada al estudio de la teoría general de los sistemas promoviendo el isoformismo de conceptos en varios campos enriqueciéndose y promoviendo la unidad de la ciencia.

4.1 El modelo lineal de Shannon y Weaver

En 1948, Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que LASWELL elaboró su fórmula de cinco elementos. Se trata de un modelo de comunicación o, mas exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las maquinas, especialmente, las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de *información*, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos en general (noticias que nos traen a diario la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el *contenido* del mensaje.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje independiente de su significación. Esta teoría permite, sobre todo, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio. Esta capacidad se mide según el sistema binario (dos posibilidades, 0 o 1) – **en bits (binary digits)** asociados a la **velocidad** de transmisión del mensaje, pudiendo esta velocidad ser disminuida por el **ruido**.

Claude Shannon dice que el tiempo necesario para transmitir información es proporcional a la cantidad de información transmitida sea, si se transmite más información, será necesario mayor tiempo. El tiempo que mida entre la aparición de la serial y la presión sobre la tecla es proporcional al logaritmo en base 2 de la cantidad de estímulos posibles.

En esto tenemos una cualidad psíquica, que depende del grado de indeterminación del estímulo esperado y de la probabilidad de aparición del mismo; a estímulo más probable, la respuesta es más fácil; en cambio, si el estímulo es menos probable, el tiempo será mayor siguiendo así una proporción logarítmica. Aquí se habla de que la percepción de una señal es un proceso de identificación; el sujeto identifica imágenes con otras imágenes que tiene "preparadas" para percibir (principio económico que se encuentra en el origen del prejuicio). Por eso, si una persona nos habla en una lengua o jerga desconocida para nosotros, tenemos dificultad para captar el significado del signo aunque capturemos los sonidos; es el '*aparato aceptor*' o modelo de referencia del que nos habla K. Anojin.

En condiciones iguales, el tiempo de reacción de un individuo, ante una elección, depende de varias causas:

- **Primero.** De la diferenciación de los estímulos, es decir, a estímulos más diferenciados, el tiempo de reacción será menor.
- **Segundo.** La compatibilidad entre el estímulo y la respuesta: cuando la codificación y la decodificación se efectúan por mecanismos similares, el tiempo de reacción será menor.
- **Tercero.** En el entrenamiento, un individuo puesto en la misma situación para una determinada elección tardará menos tiempo en la medida en que el proceso se vaya cumpliendo regularmente de igual manera.
- **Cuarto.** El mensaje fáctico, tiene como objetivo principal el control del circuito que permite la comunicación (¿escuche, me oye?=-).
- **Quinto.** El lenguaje metalingüístico se propone explicitar los términos que utiliza (sirva de ejemplo lo que estamos haciendo en este momento).

- **Sexto.** El mensaje poético, que no se limita al terreno de la poesía, Jacobson entiende como poético toda comunicación en donde el acento queda situado en el mensaje por propia cuenta, o sea, toda comunicación en donde los signos han sido tratados con especial cuidado.

El modelo de Shannon se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

Los elementos de Shannon y Weaver

- Fuentes.** El elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, el parlante de radio o televisión.
- El transmisor.** Es el emisor técnico, esto es. el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.
- El canal.** Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de microonda por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.
- El receptor.** También aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor.

Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario.

Es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

- El destinatario.** Constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de persona-audiencia de radio o de TV.
- El ruido.** Es un perturbador, que parásita en diverso grado la señal durante su transmisión: "nieve" en la pantalla de TV, "fritura" o "lloro" en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un

cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, del receptor, del mensaje, etcétera.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad.

No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado. Dicho modelo explica poco sobre la comunicación humana.

No obstante, análisis más detenidos muestran que en realidad no es mucho más que un modelo E-R ampliado.

4.2 El modelo de Laswell

La formula descriptiva del proceso de comunicación

En 1948, el profesor Laswell, de la Universidad de Yale en los Estados Unidos, publicó, en la revista *The communication of ideas*, un artículo que tuvo el gran mérito de plantear claramente los elementos que entran en juego en un proceso de comunicación. LASWELL proponía allí una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas programadas **¿Quién – dice qué – por cuál canal – a quién – con qué efecto?** Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales.

Significación de los elementos de la fórmula

- a) **Quién.** "quién" es el **emisor**, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación. Laswell incluyó en esta denominación todas las categorías de emisores: desde el simple periodista que escribe una nota hasta las agencias internacionales periodísticas o publicitarias.
- b) **Dice qué.** se trata aquí del **mensaje**. Laswell se detiene principalmente en el análisis de la información contenida en el mensaje en términos estadísticos, esto es, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.
- c) **Por cuál canal.** se trata de los **medios** usados para transmitir el mensaje. Laswell introdujo la noción de *análisis* de medios, es decir, la investigación del o de los mejores canales capaces de conducir el mensaje al o a los receptores.

- d) **A quién.** en relación con el análisis de medios, el estudio del **receptor** es para Laswell, sobre todo, cuantitativo.
- e) **Con qué efecto.** se trata del **impacto** que Laswell concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, conducido por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado. Este será, por ejemplo, el análisis del impacto de un mensaje publicitario en determinada región del mercado en Iruimos de volumen de ventas, imagen, posicionamiento, etc.

Precisiones aportadas a la fórmula

La fórmula de Laswell fue el punto de partida de varias mejoras y precisión de otros investigadores. Así Bkaddock, en un artículo titulado "An extensión of the Laswell", formula propuso las siguientes precisiones a las preguntas-programadas:

¿Quién – dice qué – a quién – en cuáles circunstancias – por cuál canal - con que fin – y con qué efecto?

Sí bien esta nueva formulación aporta precisiones no es menos lineal que la primera dado que esta asociada al famoso sistema estímulo-respuesta (E-R) que a teñido todos los primeros estudios.

Uno de los más interesados en este tema de la comunicación fue precisamente un ingeniero de la empresa Bell: Claude Shannon.

Llamar a la teoría de Shannon; "teoría de la información", como se ha hecho normalmente no es del todo correcto. Aunque, si alguna vez hubo una teoría de la comunicación, la de Shannon es candidata más que válida. Entiende la comunicación como un "proceso de transferencia de información". Shannon proporcionó nuevas dimensiones a la construcción de un modelo de comunicación humana, aunque era básicamente un modelo físico de las comunicaciones radiales y telefónicas.

4.3 Teoría funcionalista de la comunicación de masas: Lazarsfeld y Merton, la función de la comunicación de masas.

La mayoría de los autores coinciden en señalar que las primeras teorías *formales* sobre el impacto social de la comunicación de masas se encuentran en los planteamientos filosóficos y sociológicos referentes a la sociedad de masas, desarrollados principalmente en las primeras tres décadas de este siglo, pero con antecedentes en el siglo XIX.

Las teorías de la sociedad de masas se caracterizan por considerar que el crecimiento de las sociedades industriales ha erosionado los vínculos sociales y familiares de los individuos, masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios y de referencia. Según Swingewood (1981: 2-3) los siguientes factores, entre otros, influyeron en la generación del concepto de la sociedad de masas:

- a) La división del trabajo
- b) La organización industrial a gran escala.
- c) La producción automatizada de mercancías.
- d) Las densas concentraciones de población urbana.
- e) El crecimiento de las ciudades.
- f) El aumento de movimientos políticos masivos basados en la extensión del voto a las clases trabajadoras.

De lo anterior surge la imagen de las audiencias como conglomerados de individuos pasivos, aislados, manipulables, irracionales e ignorantes. La masificación y el aislamiento de las personas, según esta perspectiva, las hacía extremadamente susceptibles de ser influenciadas por los medios masivos de comunicación.

Durante la segunda mitad del siglo XIX en Europa y Estados Unidos -en claro contraste con la prensa elitista y literaria de un principio- empiezan a cundir los periódicos para las clases populares, gracias a los procesos de alfabetización que habían logrado dichos países. A principios del siglo XX, el cine se había vuelto un medio de entretenimiento masivo y la radio iniciaba su impresionante despegue en la década de los veinte.

Surgimiento y desarrollo de las teorías de la comunicación de masas

Los teóricos de la sociedad de masas, partiendo de una concepción elitista que privilegiaba a las bellas artes o alta cultura, menospreciaban la cultura de masas por carecer de complejidad y de refinamientos estéticos en forma y contenido. Los contenidos vulgares y estandarizados de dichos medios -según ellos- no podían más que afectar en forma negativa las estructuras sociales de sus países.

Estas teorías de la sociedad de masas, pese a compartir características como las anteriores, se dividían en términos generales en dos tendencias claramente diferenciadas: la postura aristocrática de filósofos y ensayistas como Nietzsche, T. S. Eliot y Ortega y Gasset, y la posición crítica de los miembros de la denominada Escuela de Frankfurt: Adorno, Horkheimer y Marcuse.

El enfoque aristocrático

Tiene sus antecedentes en las críticas sociológicas de Alexis de Tocqueville a la democracia norteamericana de mediados del siglo XIX, en las que planteaba que la alta cultura estaba amenazada por la naturaleza monótona y rutinaria de la vida en una sociedad industrial, y en los planteamientos de Federico Nietzsche, en especial en su obra **El ocaso de los dioses**. Para Nietzsche, el mejor sistema social era aquel basado en una rígida jerarquización de clases, donde los preeminentemente *espirituales* fungían como los líderes, los **fuertes en músculo y temperamento** constituían una clase en segundo nivel y donde los **mediocres** aparecían en lo más bajo de la escala social. Como explica Swingewood (1981: 19), la amenaza a la sociedad moderna, según Nietzsche, provenía de abajo, del **hombre común**, hombre masificado que debía ser enseñado a conocer y aceptar su lugar **natural** para que la cultura tradicional no pereciera por el barbarismo.

Teoría e investigación en la comunicación de masas

En esta teoría, la comunicación masiva se consideraba sumamente poderosa. Se creía que era capaz de moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adoptaran casi cualquier punto de vista que el comunicador se propusiera.

DeFleur (1976: 169) señala que la teoría de la aguja hipodérmica asumía que "ciertos estímulos, hábilmente elaborados, llegarían a través de los medios a cada uno de los miembros individuales de la sociedad de masas, que cada uno de ellos los percibiría del mismo modo que sus iguales, y que ello provocaría en todos una respuesta mas o menos uniforme".

Después de la Primera Guerra Mundial; continúa De Fleur, prevaleció la convicción acerca del poderío de la comunicación de masas y de su capacidad para moldear la opinión pública, así como para hacer que los receptores adoptaran "casi cualquier punto de vista que el comunicador se propusiera".

De la omnipotencia de los medios a las funciones y la influencia personal.

La declinación de la teoría de la aguja hipodérmica en los estudios comunicacionales y su sustitución por enfoques más optimistas, a partir de los años treinta, se debe principalmente a tres razones:

4.4 La teoría crítica

La escuela de Frankfurt puede situarse como la expresión crítica del marxismo, tuvo la intención de constituirse en una variante filosófica del economismo soviético. Sus componentes: Marx Horkheimer Adorno, Walter Benjamín y

Marcuse entre otros. Fundaron en Alemania 1924 el Instituto de Investigación social, que se trasladó a los Estados Unidos con el advenimiento.

Produjeron un trabajo de orientación marxista, sobre la naturaleza de las nuevas industrias culturales y el papel que las nuevas tecnologías educativas tienen en la época del capital.

Su punto de partida es un análisis global del desarrollo capitalista, una suerte de maquinación autorregulada a la que rigen relaciones económicas y tecnológicas inflexibles monopolio económico que producen niveles radicales de alienación en los individuos y en los grupos sociales que pasan hacer integrados más haya de toda iniciativa autónoma, en un mundo automático, racionalizado y totalmente dominado por reglas y poderes que escapan a la voluntad de sus mismos creadores. En su libro Dialéctica del Iluminismo acuña el concepto de industria cultural designación con la que tratan de sustituir la de cultura de masas, en la que advierten una ambigüedad semántica induce a creer que se trata de una cultura producida por las propias masas. El concepto de industria cultural vértebra y organiza sus principales exploraciones sobre las nuevas funciones culturales que se imponen en procesos de generalizada expansión dentro de las ciudades capitalistas.

Industria, cultura, alienación de las masas es el trinomio teórico a partir del cual intenten explicar la tendencia progresiva de superestructuras culturales hacia el control de los diferentes grupos sociales y en particular de las clases subordinadas, integrándolos a un modeló mecanizado de sometimiento a las partes dominantes.

Con la consolidación de los poderes opresivos se afianza a la vez la articulación profunda de los campos culturales despojados, en este movimiento de homogenización, de sus particularidades y de sus posibilidades de ser expresión diversa y plural.

Por consiguiente el espacio de la cultura de masas se concibe como una totalidad articulada, como un sistema regido por las leyes del mercado que uniforman lo diverso, estandarizan y cuestionan lo intrínsecamente heterogéneo y regulan la pluralidad de las expresiones culturales.

4.4.1 La industria cultural y los efectos en los medios

'Durante décadas se ha descrito como cultura de masas el contenido típico producido y difundido por los medios de comunicación de masas, aunque el término se aplica a un espectro mucho más amplió de artefactos. Tiene incluso una connotación ampliamente peyorativa, sobre todo a causa de sus asociaciones con las preferencias culturales de los «incultos» o los que no tienen capacidad de diferenciación. Sin embargo, como ocurre en la forma soviética («cultura de las

masas»), puede tener una connotación positiva por la misma razón que las masas pueden, desde un punto de vista democrático, verse como fuente o agente de un cambio social progresista. Sin embargo, en estos casos la cultura a la que se hace referencia es en general bastante distinta de aquella a la que se alude con la expresión «cultura de masas» en la sociedad capitalista.

Se han realizado intentos de definir la cultura, o la cultura, de los medios de comunicación de masas, de una manera objetiva así Wilenki la compara con la noción de «alta cultura», que:

Se referirá a dos características del producto:

- 1) Es creada por, o bajo la supervisión de. Una élite cultural que opera en el marco de una tradición estética, literaria o científica...
- 2) Se le aplican sistemáticamente patrones críticos independientes del consumidor de su producto. La «cultura de masas» se referirá a **productos** culturales manufacturados **exclusivamente para el mercado de masas**. Las características asociadas, no intrínsecas a la definición, son la estandarización del producto y la **conducta masificada** en su utilización.

La comparación debería fortalecerse con la inclusión de otra forma cultural, la de la cultura folclórica o cultura que proviene del pueblo y que puede preceder a (o bien ser independiente de) "los medios de comunicación de masas y la producción de la cultura a escala masiva. La cultura folclórica originaria se redescubrió en el siglo XIX, en el mismo momento en que se precipitaba hacia un rápido proceso de desaparición. En principio se producía sin ninguna conciencia específica, utilizando diseños, temas y materiales tradicionales, e incorporándose de este modo a la vida cotidiana. A veces, la élite la ha ignorado debido a su simplicidad, su falta de elegancia, o su asociación con la vida campesina o de «clase baja», y la protección oficial solía llegar demasiado tarde para salvarla como tradición viva. Por otro lado, también ha sido fuente de rejuvenecimiento para tradiciones artísticas cultas, como ocurrió con muchas variedades de **art nouveau** a comienzos del siglo xx, cuando su contribución se reflejó en las formas, los materiales, los temas y los valores. La clase obrera urbana, cantera de los primeros clientes de la nueva cultura de masas, probablemente se había alejado ya de sus raíces referentes a la cultura folclórica. Los medios de comunicación de masas se han inspirado en algunas corrientes de la cultura popular y las han adaptado a las condiciones de la vida urbana, para proporcionar ciertas formas de cultura, especialmente de ficción y música, allí donde su presencia era escasa.

Bauman (1972) no describe la cultura de masas en términos evaluativos o estéticos, sino como el inevitable resultado de procesos prácticamente universales de la sociedad moderna: la aparición del mercado, la supremacía de la organización a gran escala y la disponibilidad de la nueva tecnología para la producción cultural hasta cierto punto, el debate acerca de la cultura de masas no

es más que una parte del largo proceso de afrontar las consecuencias que para las antiguas concepciones artísticas tienen las nuevas posibilidades de reproducción. Sin embargo, a pesar del incremento del relativismo en lo que se atañe a los patrones culturales y la aparente irrelevancia o falta de lógica de muchas objeciones a la «cultura de masas», lo que continuamos llamando cultura sigue siendo un elemento importante en las concepciones de una sociedad válida o de un modo de vida deseable, y los medios de comunicación de masas siguen proporcionando talleres donde esto se forja, así como canales para distribuirlo.

Tipos comparados de cultura

Tal vez el mejor modo de esclarecer los atributos de la cultura de masas es a menudo se citan sea establecer una comparación, en cuestiones esenciales, entre los dos tipos alternativos de cultura a los que se hace referencia como «alta cultura» y «cultura folclórica». De acuerdo con esta presentación, la cultura de masas hubiera sido posible gracias a los medios de comunicación de masas. Estos se han dedicado a «colonizar» en contenido y formas tanto a la alta cultura como a la cultura folclórica. Es la cultura folclórica la que se ha visto más perjudicada, pues ha perdido su audiencia en favor de los medios de comunicación de masas, y las habilidades de las que depende han dado pruebas de menor capacidad de resistencia que las empleadas en la alta cultura, que, además, está institucionalmente mejor protegida.

4.5 El estructuralismo

El análisis de los mensajes visivo-verbales en los medios de comunicación de masas, se puede plantear desde un punto de vista estructuralista que tiene su fuente en el estudio lingüístico de Ferdinand de Saussure a partir de su modelo teórico, se ha desarrollado en Europa una disciplina que estudia la comunicación. Dentro de esta corriente general ha habido una discusión para delimitar este campo como semiología o semiótica.

En el enfoque semiológico se estudian los signos como reductibles a las leyes del lenguaje. En la semiótica se rebasa esta perspectiva, para considerar también los hechos socioculturales como signos.

4.5.1 Planteamiento general, el sistema social y su preservación, el papel de la comunicación de masas

En este campo, en lo que respecta a estudios particularmente referidos podemos señalar 2 tendencias.

En primer lugar, los estudios que se concentraron en torno a la categoría de imperialismo cultural, llamada también por otros autores imperialismo de los medios y que han abordado las nuevas estrategias del bloque imperialista.

Estos trabajos han reunido cantidad de evidencias empíricas en torno a los rasgos que la estructura transnacional de poder ha asumido durante las últimas décadas, la utilización que dichas estructuras hacen de las modernas tecnologías y la llamada “cultura de masas”.

Los principales estudios indican, que el desarrollo tecnológico (satélites, computadoras y otras innovaciones) están en condiciones de revolucionar el conjunto de los círculos de comunicación y la producción ampliada de significaciones ideológicas, con efectos considerables sobre los países subordinados. En lo que respecta a Armand Mattelart, llama la “estructura del poder espacial”.

En segundo lugar, están los estudios que han profundizado en la estructura del poder de los medios de comunicación en distintos países latinoamericanos. Al respecto, existe ya una considerable acumulación de trabajos empíricos que permite cotejar, a partir de las distintas realidades nacionales. La dependencia cultural y tecnológica se da, como es obvio, con distintos matices y asumiendo diversas modalidades en cada formación social. La presencia dominante del bloque externo se manifiesta también en las cifras de programación extranjera que cubren los espacios televisivos y de cine.

Mediante este tipo de estudios se han podido verificar (por lo menos desde el punto de vista cuantitativo) el grado de internacionalización de los modelos culturales imperialistas en los mercados nacionales, y la relación que los grupos económicos transnacionales mantiene con los grupos locales de poder. En América latina se asiste a una creciente privatización de los aparatos de producción cultural, o por lo menos, a la discusión acerca de la conveniencia de privatizar estos aparatos.

Además esta produciendo en algunos países, una ampliación de los conglomerados dedicados a la producción cultural e informativa con lo cual y en razón de la progresiva concentración, aumenta la tendencia a la monopolización cultural

4.6 Abraham Moles: La socio dinámica de la cultura

En 1967, en su libro **Socio dinámica de la cultura**, el profesor Abraham A. Moles nos muestra la existencia de mecanismos socioculturales, intentando reunir los aspectos que contribuyen al estudio y el manejo de esos mecanismos. A tal fin,

utilizó el **método de las analogías** como sistema intelectual para el dominio de la realidad.

El método que él utilizó rescataba la cibernética, en tanto ella está en concordancia con la teoría de los sistemas. El método se basa en el desarrollo de un modelo de carácter mecanicista: *el ciclo* sociocultural.

A partir del momento en que los medios de comunicación social se han transformado en los canales principales de *difusión* de la cultura, una política se vuelve necesaria, ya que los medios de comunicación, si lo desean, pueden **orientar, filtrar, manipular** los mensajes que deben difundir.

Esta política cultural se fundamenta a partir del estudio del ciclo sociocultural.

El ciclo sociocultural está íntimamente ligado a la noción de *creatividad*: las ideas nuevas se construyen a partir de ideas anteriores para influir y condicionar a su vez las creaciones que aparecen día a día.

Dado que se habla de cultura de masas, se hace referencia automáticamente de la difusión por medios masivos de mensajes culturales numerosos, dirigidos a una masa de **individuos anónimos** que forman el campo social. Los mismos mensajes están compuestos por elementos simples, signos, fragmentos de conocimientos a los que se designa con el nombre de "culturemas". Los medios masivos son generalmente grandes empresas regidas por intereses de tipo financiero que se alimentan con las novedades culturales.

La idea de socio dinámica viene del hecho de una interacción permanente entre "la cultura y el medio portador, y los creadores que provocan la evolución".

La cultura es en sí misma un entorno artificial que el hombre se crea en el seno de sus actividades. MOLES, para dar un poco de precisión a esta definición general, habla de dos tipos de cultura:

La cultura individual, la del señor José. Está constituida por el entorno artificial que él se ha creado, por su educación, por los objetos y seres con los cuales él se rodea, por los reflejos motores ya establecidos ante ciertas situaciones, que son el reflejo de su personalidad.

La cultura colectiva, la de la sociedad formada por un gran número de José, Pedro, Juan, etc., cultura perteneciente a los grupos sociales institucionalizados y registrada en las diferentes memorias del mundo: bibliotecas, museos, pinacotecas, discotecas, cinematecas, videotecas, galerías, etcétera.

Elementos y funcionamiento

Cuatro elementos fundamentales componen el ciclo sociocultural: Creador, el micro – medio, los mass media y el macro – medio; éstos imprimen un movimiento dinámico según el siguiente esquema:

- **El creador**

Es un individuo o un grupo, descubridor o inventor de *ideas nuevas*. Puede ser un artista, un investigador científico, un pianista o aun un pistolero en busca de ideas nuevas para asaltar un banco. La novedad consiste en la presión original de elementos de cultura ya circulando por el mundo (los "culturemas"), que el creador llega a identificar y a utilizar de tal modo que una idea nueva nace de esta identificación. Es de hacer notar que el creador forma parte de un entorno de cultura de masas, aun si bien él mismo posee una cultura personal. La creatividad no es una rara virtud, dado que cada uno de nosotros la posee en dosis personales. Mientras tanto, para que una idea nueva viva, es necesario que sea difundida y que el creador ofrezca su idea original al micro-medio.

- **El micro – medio**

Es un grupo o varios grupos de especialistas que analizan cuidadosamente los frutos de la creatividad. El creador es incapaz, solo, de poner su idea novedosa a disposición de todo el mundo. Se dirigirá entonces, en primer lugar, a esta "sociedad intelectual" que es el micro – medio y que procederá a un primer **filtro**. El micro-medio es algo así como un **subconjunto** de la sociedad global que se ha tratado de caracterizar como "ciudad de intelectuales", cuya función es la de "manipular las ideas, los hechos culturales, sin explotarlos". Este subconjunto está marcado, notablemente, por ciertos lazos que unen a sus miembros; éstos son, por ejemplo, las revistas muy especializadas – literarias, deportivas, artísticas, científicas, políticas, etc. –, que no forman parte de lo que se denomina medios masivos, los cuales, sin embargo, se alimentan de ellas en gran medida.

- **Los mass media**

Es entonces en el seno del micro – medio donde los medios masivos van a nutrirse por intermedio del **marco sociocultural**, que es un filtro formado por todo el saber de la humanidad. Este saber está constantemente alimentado por acontecimientos exteriores y acumulativos, de donde viene su carácter histórico. Los hechos y los acontecimientos destacables, interesantes para el público y que respondan a las exigencias y a las normas de los organismos de difusión tomados por los representantes de los medios masivos. Estos elementos se vuelven entonces mensajes más accesibles al gran público. Serán más agradables, más conmovedores o más espectaculares, según el caso, en función de una determinada cantidad de *valores* que les vienen del

exterior y que permiten a los **mediadores** tomar la *decisión* de difundirlos entre el público: el macro – medio.

- **El macro – medio**

Después de esta manipulación, los medios masivos ponen los mensajes en circulación, los difunden por los canales que alcanzan la mayor cantidad posible de personas. A fin de hacer los mensajes más "digeribles", mejor presentados, se los reviste de una buena dosis de **redundancia** (verbalización superflua, repeticiones, adornos estilísticos, etc.), con el objeto de que sean percibidos por la mayor cantidad posible de receptores. Estos eligen, entre esos **productos culturales**, aquellos que desean, pero la potencia de los medios es tal, que la sociedad de masas (el gran público) está bombardeada de modo permanente, y a menudo inconscientemente, por mensajes que vienen a incrementar *su* cultura y que conforman una **cultura de masas**.

Todo este conjunto es entonces consumido, en un grado más o menos grande. Es finalmente, a partir de los "cultúremas" aportados por la sociedad de masas, que los creadores van a "crear" las "ideas nuevas". Y el ciclo recomienza.

Wilbur Schramm escribió en 1959 que la investigación de la comunicación es "una de las grandes encrucijadas donde muchos pasan, pero pocos se detienen. Los estudiosos llegaron a este campo desde sus propias disciplinas, trayendo valiosas herramientas e intuiciones, y, más tarde, como Laswell, lo convirtieron en tema central de aquéllas" y por semejanza. Contigüidad: presencia del signo tigre y del mensaje verbal en un mismo espacio delimitado. Semejanza: el signo CETRAS, en tinta cada vez más intensa, repetido tres veces, se deja contaminar por el rayado blanco, ceniciento, negro de la piel del animal. En el segundo anuncio, ya se proporciona el vocabulario, la clave léxica, con el fin de identificar al tigre con el agente-corredor de la empresa: «Cuenta con él en la Bolsa de Valores. Atento, vigilante, extremadamente ágil y vigoroso, el perito de Invesco es su más auténtico representante en la Bolsa de Valores.» La originalidad de la campaña parece haber provocado un impacto bastante fuerte, pues su proceso fue imitado luego, en otros sectores y dentro de la misma faja – lenguaje zoológico... Un **shopping center** de Copacabana recurrió a la figura de un guepardo, cuyo roznar codificado aparece con un asterisco que introduce la «traducción»: «La orden es hacer trizas los precios altos». Obsérvese que, al mismo nivel verbal, comparece una articulación de naturaleza analógica, un vínculo sintáctico por medio de la figura retórica llamada «paronomasia» (en este caso semejanza doble: fonémica y visual): «La feria continúa (siendo) una fiera en Copacabana». La paronomasia, que ordena la formación de los juegos de palabras, no es sólo una figura retórica: es un proceso básico de la sintaxis analógica en cualquier lenguaje. Y sólo por esto se puede medir el grado de ignorancia de nuestros críticos literarios que tienden a mostrarse reticentes ante cualquier juego de palabras que aparezca en una obra literaria...

En el caso antes descrito, un signo icónico se transforma en símbolo – síntesis de un mensaje complejo; la denotación, o sea el referente léxico primario, es dominado por los referentes segundos, por la connotación pragmática y convencionalmente arbitrada (proyectada). Pero la originalidad del proceso en sí (proyectado o «natural») reside en el hecho de que se trate de un proceso elemental, primario y primordial, fundamental y fundamente, inherente a la propia estructura del lenguaje.

En conclusión, la teoría estructuralista de Moles pretende descomponer el universo en trozos de conocimiento, y ser capaz, a partir de esto, de construir un repertorio, para luego componer un modelo o un simulacro de ese mismo universo. La filosofía de la comunicación establecerá el desciframiento del universo... al considerar que el mundo que nos circunda es una especie de emisor global de mensajes... que obedecen a un código: las leyes de la naturaleza.

4.7 El enfoque semiótico

Al menos hipotéticamente, la palabra **signo**, a través del latín **signum**, viene del étimo griego **secnom** raíz del verbo «cortar», «extraer una parte de» (en aquel idioma) y que dio en español, por ejemplo, **sección**, **seccionar**, **sectario**, **secta** y, posiblemente, **siglo** y **sigla**. Del derivado latino son numerosas, y expresivas, las palabras que surgieron en nuestra lengua: **señal**, **signo**, **seña**, **insignia**, **insigne**, **diseño**, **diseño**, **significar**, etc.

La raíz primitiva parece indicar que «signo» sería algo que debía de referirse a una cosa mayor, de la cual había sido extraído: una hoja con relación a un árbol, un diente con relación a un animal, etc. En esta acepción, «signo» presentaría un estrecho vínculo con dos de las más usuales dentro de las llamadas **figuras de retórica**: la **metonimia** (por la cual se designa un objeto por una palabra designativa de otro: «Diez velas surcaban la bahía») y **sinécdoque** (por la cual se emplea la parte por el todo. o el todo por la parte etc.: «Se posaron en mí dos ojos maravillosos»). Claro que las figuras de retórica son aplicables también a los lenguajes no-verbales: en la publicidad, en la danza, en la decoración, en el cine, en la televisión, etc.

Pero lo que me parece tentador son las relaciones que se pueden establecer entre **diseño**, **designio** (tan patentes en la palabra inglesa **design**) y **significado**, pues esas relaciones parecen confluir hacia el entendimiento 'de'«signo» como «proyecto signifiante», como «proyecto enderezado a un fin signifiante».

Consideremos, por ejemplo, en el campo del diseño industrial, el prototipo como signo (diseño, propósito, significación), para comprobar que no es arbitrario extender al mundo de los productos industrializados la visión del lenguaje, tanto

más cuanto que **diseño, propósito y significación** pueden emparejarse, por este orden, a los niveles **sintáctico, semántico y pragmático** del signo, cuya explicación veremos inmediatamente.

Definición

De todos modos, conviene retener la idea de signo como cosa que sustituye a otra. Así procede Charles Morris, uno de los estudiosos del lenguaje al nivel del comportamiento, basado en las experiencias de Pavlov sobre los reflejos condicionados. De la misma manera que el sonido de una campanilla va provocando paulatinamente en un perro una secuencia de reacciones semejantes a las que antes le había provocado la vista del alimento (al que había sido condicionado el sonido), un signo puede ser definido como toda cosa que sustituye a otra de modo que desencadene una relación a un tercero un complejo análogo de reacciones. O dicho de otro modo, y para adoptar la definición de la semiótica, Charles Sanders Peice (1839 – 1914): signo o «representante» a toda – cosa – que – sustituye a otra representándola para alguien, bajo ciertos aspectos y en cierta medida.

Semiótica, Semiología, Estructuralismo.

Pierce, filósofo, lógico y matemático norteamericano, fue el primero en intentar una sistematización científica del estudio de los signos, al establecer los principios de la Semiótica o Teoría de los signos, que desarrolló a través de artículos y ensayos a lo largo de más de cuarenta años. Su amplia obra, que versó sobre muy diversos tópicos, sólo empezó a conocerse y ser recopilada recientemente. Hasta entonces se hallaba dispersa en forma de artículos, comunicaciones y manuscritos. A él se debe, por otra parte, la acuñación de la palabra **pragmatismo**, que con William James y Dewey caracterizaría, en buena parte, el pensamiento y el comportamiento americanos. Incluso así, su obra viene inseminando el pensamiento y los métodos de numerosos estudiosos de primer plano, entre ellos Morris, Ogden, Richard y Román Jakobson («formalista» ruso, hoy radicado en Estados Unidos, el más eminente creador representante de la Lingüística estructuralista).

En Europa los estudios sobre signo y lenguaje vienen ganando gran impulso de unos años a esta parte, especialmente gracias al trabajo desarrollado por la Ecole Pratique des Hautes Études (Centre d'Études de Communications de Masse), de París, que edita la revista *Communications*, en la que colaboran de manera destacada, entre otros, R. Barthes, Edgar Morin; en Italia Humberto Eco siguen la misma orientación de Saussure. En Europa la semiótica es llamada semiología y se presenta intensamente marcada por el *partis pris* lingüístico de sus orígenes, como se puede observar por la nomenclatura de sus nociones principales: denotación, connotación, significante y significado.

Clasificación de los signos

Con relación al referente, es decir a la cosa a la que se refiere o designa el signo puede ser clasificado en:

- a) **Icono**, cuando mantiene una relación directa con su referente, o la cosa que produce el signo. Ejemplo, suelo mojado, indicio que llovió; huellas indicio del paso de una animal o una persona.
- b) **Índice**, cuando posee una semejanza con su referente, por ejemplo, una fotografía, una estatua.
- c) **Símbolo**, cuando la relación con el referente es arbitraria, convencional. Las palabras habladas o escritas son en su mayoría símbolos. Cuando pronuncio los fonemas que corresponden a mesa, por ejemplo el sonido complejo que emitió designa un determinado objeto. La palabra escrita, dibujada -mesa- que representa aquellos fonemas, por tratarse de un signo.

K. Langer, por ejemplo llama señal a lo que aquí se llama índice, en esta misma aceptación, por otra parte calle mojada, señal de que llovió.

Niveles del signo

Un proceso sónico puede ser estudiado en tres niveles:

Primer nivel. Sintáctico, cuando se refiere a las relaciones formales de los signos entre sí.

Segundo nivel. Semántico, cuando engloba las relaciones de significado entre signo y referente (es el nivel denotativo, del significado primero ó léxico, o sea, ya consignado en diccionario o código).

Tercer nivel. Pragmático, nivel que implica la relación de significante con el interprete, o sea, con aquel que utiliza los signos (en términos lingüísticos es el nivel de la connotación, de los significados de flagrados por el uso efectivo del signo).

Es preciso señalar que en el uso corriente la semántica, disciplina que estudia los significados, abarca también el nivel pragmático.

Intérprete e interpretante

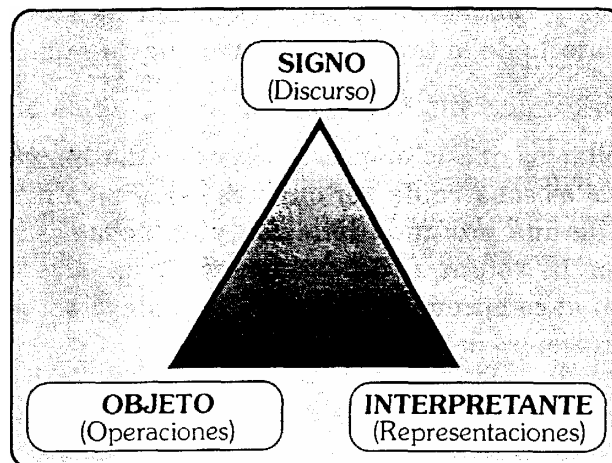
Aunque la expresión Persiana “interpretat”, sea normalmente traducida como interprete, conviene aclarar que interpretante no designa solo al interprete o usuario del signo, si no más bien a una especie de supersigno o supercódigo individual o colectivo, que reelabora constantemente su repertorio de signos, en

confortación con la experiencia, confiriendo a los signos, en última instancia, su significado real, práctico. El interpretante no es así una cosa sino más bien el proceso relacionar por el cual los signos son absorbidos, utilizados y creados.

La Semiosis

Para explicar el fenómeno de la imagen desde un punto de vista más técnico, apelaremos al proceso denominado semiosis.

La semiosis es la resultante de la cooperación de los tres soportes del proceso semiótico: un signo, su objeto y un interpretante, que coadyuvan en el proceso de producción de sentido y construcción de la realidad.



Soportes del Proceso Semiótico y su correlación con la teoría de los discursos

Hay una dimensión significativa del discurso corporativo, que es la que lo constituye en una experiencia real y verosímil. Es una dimensión que transforma las señales en evidencias.

Cuando afirmamos que la comunicación estratégica trabaja en la configuración de la imagen corporativa estamos afirmando que no se trabaja sobre objetos concretos, sino sobre discursos imaginarios, la dimensión significativa del discurso corporativo.

La semiosis corporativa se produce en forma espontánea los públicos asignan significados a los significantes, independientemente de la voluntad de la empresa.

La Comunicación estratégica es una semiosis técnicamente asistida, una semiosis artificial; ya que mediante "su intervención, se intenta una manipulación voluntaria

del discurso corporativo, y evitar de este modo, el libre juego de significantes, propios de las semiosis espontáneas.

La Comunicación estratégica es una especie de "super yo" corporativo, que actúa sobre la conducta comunicacional de la empresa, reprimiendo la espontaneidad de los [mensajes, para evitar de este modo, identificaciones poco claras, divergentes o contradictorias.

- I. La Comunicación estratégica es una programación semántica, que consiste en seleccionar ciertos significantes (**discurso**), que vehiculicen eficazmente (**operaciones**) los sentidos pretendidos (**representaciones**), en la búsqueda de una determinada dinámica interaccional entre la empresa y sus públicos (**pragmática**).

La Semiosis Corporativa

La empresa emite diversos mensajes, ya sea voluntaria o involuntariamente, explícita o implícitamente. Esta diversidad de mensajes ha de coordinarse para lograr efectividad a nivel semántico, sintáctico y pragmático.

- El nivel semántico refiere al significado de los "símbolos – mensajes".
- El nivel sintáctico atiende las cuestiones relativas a codificación, canales, ruido, redundancia y capacidad de canal.
- El nivel pragmático es el que se ocupa de las consecuencias que tienen en la conducta de aquellos que son afectados por el proceso comunicativo.

Estos tres niveles son separados sólo conceptualmente, pero han de ser entendidos como niveles independientes.

El proceso mediante el cual una empresa genera y comunica el discurso de su identidad, motivando una lectura determinada – imagen –, se denomina "semiosis corporativa".

La Comunicación estratégica interviene para generar una semiosis técnicamente asistida, un proceso semiartificial, en el que se diseñan significados previamente, para luego regular la asignación de significantes pertinentes.

Proponemos a la comunicación estratégica como una hipótesis de trabajo que permita gestionar el proceso comunicativo, mediante la búsqueda de una coherencia significativa, para lo que será necesario:

- Coherencia entre lo que se pretende comunicar y lo que se comunica;
- Coherencia entre lo que se comunica implícita y explícitamente;
- Coherencia entre los propósitos y los medios para alcanzarlos;
- Coherencia entre lo que se declara y lo que se actúa.

La cuestión del significado

Este esquema, de Ogden y Richards, constituye una simplificación de relación triádica establecida por Peirce para los signos en general: la idea de «referencia» o «pensamiento» absorbe las ideas de «interpretante» y «base». Ogden y Richards lo establecieron principalmente a la vista del problema del significado en los signos verbales: la línea punteada indica que no hay ligazón directa entre el signo y el referente, o mejor, que la relación es sólo convencional y que sólo adquiere significado en función del interpretante. Aunque los signos de naturaleza analógica (indiciales e icónicos) no se encuadren perfectamente en esa situación, no hay duda de que ésta puede ser extendida también a ellos, una vez que el problema del significado queda claramente definido como una función del interpretante. O, como dirían Wittgenstein y Carnap:

«el significado es el uso»

Ya Korzibsky, fundador de la semántica general, se preocupó de establecer una escala en los grados de abstracción del signo, buscando «dar un sentido más puro a las palabras de la tribu» (Mallarmé):

Acontecimiento espacio – temporal (estructura atómica o relaciones estructurales del objeto) el objeto (referente) el signo o rótulo que designa el objeto descripción del objeto inferencias de la descripción otras inferencias y abstracciones.

Para Korzibsky, el no confundir los grados de abstracción – saber en qué grado de abstracción se está hablando – constituye la medida saneadora básica para alcanzar el significado preciso en la utilización de los signos, impidiendo, en primer lugar, que confundamos el signo con su referente y, en segundo lugar, que nos veamos llevados a prestar una indebida atención al discurso vacío y al bla – bla – bla. Otra medida práctica propuesta por Korzibsky en este sentido es la de colocar la fecha debida junto al nombre de una persona cuya frase estemos citando (Getúlio Vargas, 1930: <<Hagamos la revolución antes de que la haga el pueblo>>), a fin de evitar la tendencia a considerar una personalidad (o una fase de la historia) como un todo único, coherente y no contradictorio. Ingeniero, matemático, semántico y conde polaco, nacionalizado norteamericano. Korzibsky, en su trabajo básico (*Science and Sanity*, 1933), denuncia la lógica aristotélica declarando que todos los asuntos deben siempre terminar en forma abierta, con un etc. Y éste es justamente el nombre de la revista trimestral publicada por la Sociedad Internacional de Semántica General, cuyo presidente es S.I. Hayakawa. En su trabajo *Le Langage et la Société* (Gallimard, 1966), Henri Lefevre ataca duramente a los korzibskianos, especialmente Hayakawa y a Stuart Chase, acusándolos de transformar la Semántica General en una panacea para todos los males del mundo.

Texto y contexto

Aunque la palabra *texto* tenga como referente «conjunto verbal», podemos extenderla a los signos en general, definiendo texto, como un proceso de signos que tienden a eludir sus referentes, convirtiéndose en referentes de sí mismos y creando un campo referencial propio. Así entendido, el texto se mueve como una estructura sintáctica, la que comúnmente llamamos «forma». Por **contexto**, entendemos un proceso de signos cuya coherencia o unidad es suscitada directamente por el referente (cosa o situación a la que los signos se refieren). Estaríamos aquí más dentro del nivel semántico-pragmático a que ordinariamente llamamos «contenido». Claro que la demarcación entre los niveles sólo es nítida a efectos de metalenguaje crítico y analítico; en la realidad concreta, los niveles se interrelacionan isomórficamente (**isomorfismo** = proceso de identificación fondo-forma).

4.7.1 Las aportaciones de Humberto Eco, Ronal Barthes y el análisis de la imagen

Umberto Eco, partiendo de las proposiciones básicas de Ferdinand de Saussure en materia lingüística y evaluando críticamente las aportaciones de lingüistas contemporáneos como Odgen y Richards, Pierce, Hjelmslev, etc., nos propone un método nuevo para la interpretación de los mensajes visuales. Eco, pues, desarrolla más ampliamente la semiología que fue prevista por Saussure como la disciplina que habría -de estudiar "la vida de los signos en el seno de la vida social", y esa a establecer en sus estudios la **semiótica** al ir más allá y precisar: "no se trata sólo del estudio de los signos, pues en el sentido Saussuriano se dejarían fuera de este campo semiológico aspectos tales como la cibernética y la música, entre otros.

El campo específico de la semiótica está compuesto por todos los procesos culturales en los cuales se da un proceso de comunicación; es decir, por todas aquellas manifestaciones en las que están en juego agentes humanos que se ponen en contacto unos con otros sirviéndose de convenciones sociales. En efecto, si se observa la cultura desde un ángulo antropológico, se presentan dos clases de fenómenos: comunicativos, que constituyen el núcleo primario de toda relación social, y la fabricación y empleo de objeto de uso, por un lado; y el intercambio parental (entre parientes), por otro. Ambos son fenómenos constitutivos de toda cultura, al igual que el lenguaje. Por lo tanto, desde la perspectiva semiótica, **toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación.**

La semiótica pretende demostrar que, bajo los diversos procesos culturales hay **sistemas** constantes que permanecen ocultos. Esas constantes, en el caso de los medios de comunicación o mensajes, tienen características comunes que

permanecen invisibles y se manifiestan de diferentes formas en el mensaje. Los sistemas constantes son equivalentes a las estructuras. Para Eco, la estructura "es un modelo construido en virtud de operaciones simplificadoras que permiten unificar fenómenos diversos bajo un único punto de vista".

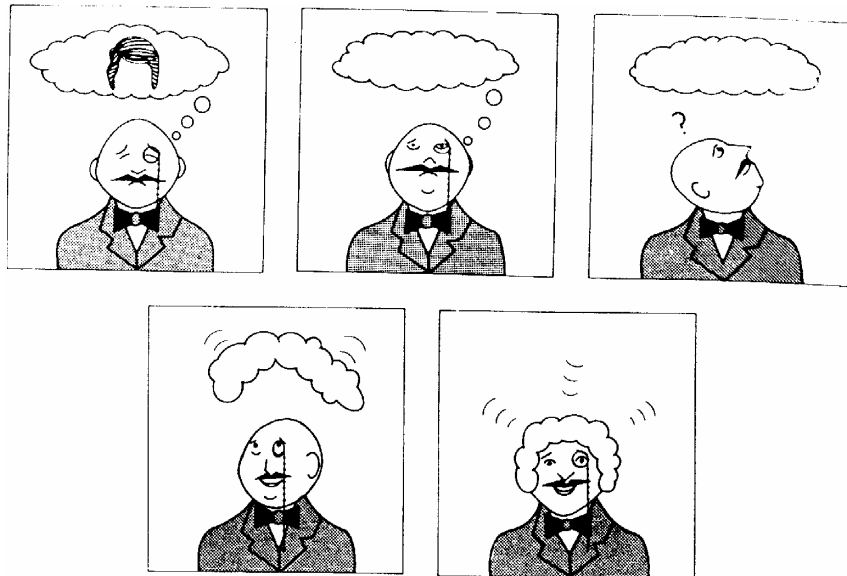
Sólo *el sistema* o forma de organización de la estructura cuyas partes fundamentales se diferencian entre sí o se oponen por exclusiones binarias, hace comprensible y comunicable una situación originaria en la fuente, que de otra manera escaparía a nuestro control. Las **unidades del sistema** se diferencian y se reconocen por su posición en la estructura, por la manera en que se combinan unas con otras. Tanto las funciones como las propiedades de las unidades, son las mismas que existen en la tradición lingüística de Ferdinand de Saussure. Para él, **la estructura es un sistema** en el que el valor de cada uno de sus componentes se haya establecido o determinado por sus posiciones y diferencias dentro del mismo. Esta estructura sólo aparece cuando se comparan entre sí fenómenos diversos, reduciéndolos a un mismo sistema de relaciones. Su forma cambia a través de los personajes, objetos, objetos – personajes, situaciones, lugares, etc.

Independientemente de los cambios, la estructura tiene elementos que, aunque parezcan contradictorios, son iguales, permanentes e invariables, de tal manera que el todo del mensaje (radiofónico, televisivo, impreso, cinematográfico o de otra naturaleza), al tener un determinado orden, provocará diferencias y semejanzas que, cuando no aparecen, habrá que descubrirlas para encontrar, por este medio, el significado de la estructura.

Las unidades de análisis del mensaje pueden ser: todo el mensaje en cualquier medio (prensa, radio, cine, T. V., etc.), o las partes que lo integran: personajes, letras, encuadres, situaciones. Dichas partes adquirirán sentido por las relaciones que se establezcan entre ellas.

En la siguiente tira cómica encontramos cinco viñetas descritas por la imagen. Se lee de izquierda a derecha, como la lectura del periódico. Todas las viñetas tienen una coherencia lógica, y son a la vez independientes e interdependientes una de la otra. Por sí mismas o aisladas, cada una no significa nada, tienen significado sólo por relación de unas con otras.

Una estructura es, por ejemplo, el juego del ajedrez, que incluye desde las piezas que lo componen, hasta las reglas que lo rigen, el sistema binario funciona con base en dos; alternativas únicas.



Modelo de análisis estructural de los mensajes

El libro **La estructura ausente**, de Umberto Eco, nos proporciona los elementos fundamentales para el análisis de la comunicación sobre la base de "códigos" que están ya dados en la estructura visivo-verbal del mensaje y que son comunes tanto a la transmisión del mensaje, como a su descodificación por el receptor o espectador.

Como ejemplo, elaboramos un modelo que pueda servir de base para el análisis de cualquier mensaje del mismo tipo. Hemos elegido un anuncio aparecido en una revista mexicana. El desarrollo del análisis es semejante al propuesto por Eco» en relación con el jabón Camay.

Desde el punto de vista semiótico encontramos la siguiente estructura interna del mensaje:

- **Registro visual** o imágenes contenidas en el anuncio: una mujer y tres hombres conversan reunidos en torno a una mesa en un restaurante. Por las características del decorado se trata de un lugar elegante. Han terminado de comer y saborean el café. Dos de los hombres y la mujer están de frente. El tercer hombre se encuentra de espaldas. Por la actitud de los demás, éste es quien habla. Se dirige, de manera especial a la mujer.

Está un codo sobre la mesa y adelanta un poco el torso. Su posición, la luz que destaca sus rasgos y el sitio que ocupa entre los dos hombres, le confieren un lugar central en la composición. Los hombres que la rodean son mucho mayores

que ella y sin embargo el aspecto de ésta no es el de una jovencita. Su atuendo y arreglo son sobrios. La blusa blanca, el saco gris.

Podemos notar que en este primer cuadro del anuncio prevalece la función estética del mensaje. La composición y el encuadre están pensados en todos los detalles. Toda la escena denota movimientos.

Las denotaciones de la imagen surgen de la descripción de aquellos objetos o personas que objetivamente están presentes; todos los elementos que podemos nombrar con sus características.

En cambio **las connotaciones** son las sugerencias, las asociaciones que la imagen propicia dentro de un contexto cultural específico; son las ideas que surgen a partir de lo observado: es bello, tiene prestigio, es agradable, es cálido, es amistoso, en suma, el significado cultural de esa imagen, lo que la trasciende sin dejar de pertenecerle.

El **icono** (hombre de cabello cano) connota; respetabilidad, elegancia, escucha atento, interesado, objetivo, con la distancia que le otorga la experiencia. El segundo personaje masculino connota elegancia y un interés mayor por la plática. Parece observar las reacciones de la mujer. Del tercer personaje masculino lo único que sabemos es que viste de la misma manera que los otros dos: un traje gris y la conservadora camisa blanca. La mujer, en cambio, concentra la mayor parte de las connotaciones. Es bella (los rasgos pertenecen a la raza blanca), es elegante y discreta (no hay ningún elemento ostentoso en un atuendo. Sus joyas son delicadas). Sin embargo, la connotación más importante proviene de su actitud. Es una mujer activa; discute con los hombres en un nivel de igualdad; su conversación es interesante (los otros la escuchan con atención), su mirada es incluso un poco retadora. No es ni cursi, ni opaca. Es una mujer "de mundo", es decir, desenvuelta y segura de sí.

El tipo especial de encuadre, que se refiere a códigos cinematográficos admitidos, nos lleva a interpretar la imagen como la secuencia de una conversación.

El segundo cuadro contiene dos iconos: el perfil de un hombre y el de una mujer. El primero en la parte de arriba y el segundo abajo. El perfil del hombre casi roza el cuello de la mujer, mientras el de ella se encuentra en una posición horizontal, ligeramente echado hacia atrás. El perfil del hombre está incompleto; no se observan los ojos. El de la mujer ocupa un espacio mayor. Hasta aquí las denotaciones.

En cuanto a la connotación, el cuadro sugiere un acercamiento erótico entre ambos personajes. La acción está regida por la iniciativa masculina: él se acerca a ella, mientras que la mujer recibe pasivamente – con los ojos cerrados – la caricia del hombre.

En el perfil de la mujer del segundo cuadro podemos reconocer a la mujer del primer cuadro gracias a las joyas que la adornan: pequeños aretes de oro y una fina gargantilla también de oro.

Hay todavía un tercer icono. Un frasco de perfume con el nombre Chimère. El logotipo es también un icono puesto que rebasa los márgenes del frasco y sirve para fijarlo de manera enfática.

Con base en las anteriores denotaciones, interpretamos que los personajes que revisten categoría antonomástica ⁷ son elegantes y refinados y además se convierten en modelos a imitar, objetos de posibles identificaciones y proyecciones, porque están llenos de connotaciones que la opinión común establece como prestigiosas y ejemplares: belleza, gusto, cosmopolitismo, erotismo, etc. En cierto sentido, las imágenes y de manera especial la de la mujer, no viene precedida por el cuantificador universal – todos –, pero sobrentiende una forma reducida del mismo tipo "todas las que son como yo", desde el momento en que la proyección o la identificación se ha realizado. Una vez más la antonomasia sobrentendida establece: "este ejemplar singular es todas ustedes, o todo lo que deberían o podrían ser".

El sentido final del anuncio se produce por la interacción de los tres cuadros: la conversación, el acercamiento erótico y el perfume.

La modelo, mujer activa y autosuficiente, respetada, goza de un trato igualitario en el mundo. Su posición es privilegiada (en torno a ella gira la reunión, los hombres están atentos a lo que dice y hace). Esa misma mujer, en el trato íntimo con un hombre, retoma a la posición tradicional destinada a su sexo: la pasividad, la aceptación. Su actitud es totalmente contraria a la del primer cuadro. Aquí no toma la iniciativa, por el contrario, de sujeto pasa a objeto. La transición entre ambos cuadros está dada por el frasco de perfume. En ambas situaciones está presente. La mujer que lo use podrá ser aceptada en la sociedad, en el mundo exterior. Pero también en el ámbito doméstico como simple mujer, tan femenina y pasiva como todas las mujeres.

A nivel tópico y entimemático de las mismas connotaciones de base se desprenden campos de lugares en cadena entre los que podemos citar: "las mujeres agresivas, bellas, elegantes, se pueden imitar, porque su actitud social no les quita su condición de objetos eróticos y de pasivos receptores de las caricias de un hombre en la intimidad". Naturalmente, los campos tópicos y entimemáticos se aclaran y determinan, una vez que el registro visual se ha puesto en contacto con el verbal. De hecho, un examen de los argumentos del registro verbal nos confirma plenamente nuestra interpretación.

- **Descripción del registro verbal o mensaje escrito.** Todas las palabras del anuncio: "Chimére. Para el mundo es discreta y elegante. Pero de cerca es algo más". La función es la de confirmar o *anclar lo* que ya la imagen nos había dicho. El segundo mensaje: "Pero de Cerca es algo más", es más ambiguo que el primero y remite más a la imagen para completarlo.
- **Relaciones entre los dos registros.** El registro verbal fija simplemente los significados que se desprenden del registro visual. Por tanto, es redundante en relación con la imagen. Sobre todo la segunda frase: "Pero de cerca es algo más", depende de manera sustancial de los iconos. Ese "algo más" totalmente ambiguo, adquiere su sentido cuando el receptor observa los dos rostros y la relación erótica que se desprende de la actitud de los personajes. En este ejemplo, ambos registros se encuentran en una situación de mutua dependencia. Lo único que el texto aporta a la imagen en significado es la función otorgada al perfume y el tipo de perfume de que se trata.

Roland Barthes

Roland Barthes publica **Elementos de semiología** que, más que otra cosa, son unas síntesis terminológicas de carácter provisional con fines didácticos. Saussure concibió la posibilidad del estudio de los sistemas de signos en la vida social, al que denominó semiología.

Con este enfoque, Roland Barthes ha recurrido a sistemas de signos sociales que le permitieran aplicarlos elementos teóricos – lingüísticos de Saussure y encauzarlos o adaptarlos a su estudio. Así, Barthes examina el sistema del vestido y trata de descifrarlo. Sin embargo, este sistema resulta muy pobre y entra a otro, éste si pletórico de significaciones: el de *la moda*. Originalmente el vestido constituye un sistema de signos, pero no deja de ser rudimentario y comporta pocos significados, Barthes explica que dicho sistema de signos, como otros, es paupérrimo, pero que la función del lenguaje es tomarlo a su cargo para hacer un lenguaje poético, imaginario, ideológico.

Cuando el lenguaje entra como regulador en el sistema de signos de la ropa, aparece lo que propiamente se llama la moda. Así, el lenguaje convierte a la ropa en nomenclaturas, pero sobre todo en una verdadera retórica que se despliega en los escritos de moda. Podría decirse que la moda no es un sistema semiológico puro, porque se da como un sistema de signos con mezcla de lenguaje; a este estudio de sustancias mezcladas de lenguaje se le da el nombre de **translingüística**. En el caso de la ropa y de la moda, el uso real del vestido debería determinar su compra, según el cálculo económico del consumidor; sin embargo, entre el uso real del vestido y la compra, está un campo intermedio denominado la moda.

Esto significa que dentro de la estructura de los sistemas de signos que elabora la sociedad aparecen los reguladores (dinamos condicionadores) del comportamiento humano, es decir, los medios de comunicación.

En las siguientes hojas, se presentan unos ejercicios acompañados de unas lecturas, los cuales le permitirán asimilar con mayor amplitud los conocimientos vistos hasta este momento:

Instrucciones

- a) Lee el texto 8.
- b) Anota las diferencias entre lengua y habla.
- c) Da ejemplos de lengua y habla.
- d) Define la diferencia entre significante y significado.

TEXTO 8

En el ejemplo anterior, la moda juega el papel de publicidad, pero esta publicidad contiene necesariamente palabras, las cuales implican un lenguaje que hay que describir. Por ello, se analizarán los mundos intermedios de los significados explícitos y simbólicos, es decir, **los idiolectos** que terminan formando una lengua. El idiolecto es el lenguaje hablado por un solo individuo, el juego completo de sus hábitos en un momento determinado. Ampliando el significado, el idiolecto es el lenguaje de una comunidad lingüística, es decir, de un grupo de personas que interpretan del mismo modo todos los enunciados lingüísticos; por ejemplo, la publicidad en el mundo occidental, los valores de la religión católica, las señales de tránsito, etc. Es indudable que al acercamos más a la palabra, el mundo con sus leyes económicas, políticas, sociales y culturales penetra en el lenguaje.

Habría que recordar aquí dos nociones teóricas que Barthes utiliza en sus **Elementos de semiología**; lengua y habla.

La **lengua** es un contrato social. El individuo por sí solo no puede crearla ni modificarla; es, en síntesis, un **sistema**.

Por el contrario, el **habla** es un acto individual de selección y actualización; el individuo utiliza todos los elementos de la lengua que necesita para expresar su pensamiento personal; es decir, la lengua posee las normas, leyes o reglamentos que instituyen o facilitan el habla; posee los elementos para la expresión, en tanto que el habla realiza la combinación de esos elementos.

Respecto al **significado**, Barthes nos dice que no es una cosa, sino una representación psíquica de la cosa. El significado de la palabra **buéy** no es el animal, sino su imagen psíquica. Por otro lado, el **significante**, dice Barthes, es un mediador cuya definición no puede ser separada de la del significado. Al significante le es necesaria la materia o sustancia, es decir, el significante sería precisamente la imagen acústica.

Instrucciones

- a) Lee el texto 9.
- b) Explica los problemas de la selección del objeto de estudio y enumera los conceptos que es necesario tener en cuenta para la selección de análisis de dicho objeto.
- c) Define y da ejemplos de mensajes lingüísticos o literales.
- d) Define y da ejemplos de mensajes denotados o denotativos.
- e) Define y da ejemplos de mensajes connotados.

TEXTO 9

La semiología trata de estudiar el modo de organización de los componentes de un objeto, esto es, de sus significantes y, consecuentemente, de sus significados.

Ahora bien, surge un problema teórico – práctico en el análisis semiológico de los objetos: la delimitación de los objetos mismos que se van a analizar. Según Barthes, existen dos niveles generales en el estudio de los problemas: el que se refiere a la selección propia del objeto de entre todo un cúmulo posible de objetos de estudio y la delimitación interior del objeto, que, según el estructuralismo y la semiología, tiene por finalidad señalar diferencias y semejanzas, para lo cual hay que dividir el todo de la estructura en elementos que permitan el estudio dicotómico de sus partes. En el primer problema, dice Barthes, el criterio de delimitación propiamente dicho puede dejarse guiar, en principio, por la **unidad de sustancia**, en segundo, la delimitación interior del objeto, parte de conceptos teórico – metodológicos apuntados en los **Elementos de semiología**, y que serán ejemplificados para su mejor asimilación y utilización.

Supongamos que se quiere analizar un objeto-mensaje emitido por cualquier medio de comunicación visual. Para este caso específico, habría que partir de lo que el autor en cuestión dice en "La retórica de la imagen",¹² donde explica que existen tres mensajes en los códigos visuales: el lingüístico, el denotativo y el connotativo.

1. Mensaje lingüístico o literal

Actualmente en las comunicaciones de masas parece evidente que el mensaje lingüístico está presente en todas las imágenes: como título, como leyenda, como artículo de prensa, como diálogo de película, como fumetto, (globito en el que aparece el texto en las historietas). Las funciones del mensaje lingüístico son:

- a) **De anclaje**, es decir, el mensaje lingüístico hace que el observador elija una de las múltiples significaciones que puede ofrecerla imagen.
- b) **De relevo**, es decir, el mensaje lingüístico releva al lector de la necesidad de elegir uno de los significados. El mensaje lingüístico debe hacer que el lector elija ciertos significados e ignore otros; ayuda a identificar pura y simplemente los elementos de la escena que le interesa destacar al autor del mensaje visual. Quizá por ello, dice Barthes, aún estamos en una sociedad no de la imagen, sino de la escritura. La importancia fundamental del anclaje, es su función ideológica.

2. Mensaje denotado o denotativo

El mensaje denotado es la composición plástica, la descripción verbal o enunciación de los elementos que conforman todo el objeto de análisis; es la abstracción de todos y cada uno de los componentes, sin ampliarlos con significaciones, simbolismos o lo que el mensaje pudiera significar para un espectador en un momento determinado; es la descripción de los objetos contenidos en un mensaje visual. Para el espectador este mensaje no es manifiesto, sino latente, ya que el consumidor común no separa el mensaje denotativo del mensaje connotativo; se concreta asimilarlo a partir de la connotación y se fija un poco en la pura denotación.

3. Mensaje connotado

Este mensaje, por el contrario, contiene todos los significados posibles del contenido, los cuales se pueden enunciar con expresiones como: "esto me da la sensación de tal cosa", o "esto parece decir tal". Es la interpretación de los elementos presentes en la imagen. Es un mensaje compuesto; simbólico y cultural.

Barthes, en su artículo "La retórica de la imagen", explica estos tres mensajes a partir del análisis práctico de un contenido publicitario.

Tomando en cuenta la posible dificultad práctica de este tipo de análisis, proponemos un ejemplo semejante extraído de una revista mexicana para que sirva de **modelo**.

Seleccionamos un mensaje publicitario muy parecido al que Barthes analizó. Los elementos manifiestos y latentes del contenido son más próximos a nuestros códigos culturales mexicanos. Considerando las necesidades de este módulo, más que un análisis propiamente tal, se hará una separación de los tres mensajes, con la finalidad de ejemplificar didácticamente las intenciones de este apartado.

Análisis semiológico de una imagen

El objeto seleccionado es una imagen publicitaria del brandy **Three Barréis**, aparecido en una revista norteamericana.

Primer mensaje; mensaje literal o lingüístico

Sabemos que la finalidad del mensaje lingüístico en relación con la imagen puede ser de dos tipos: con relación a la imagen: de **anclaje**:

Fija el significado, es redundante y reduce la polisemia del mensaje visual; o de *relevo*: a través del texto reinterpretemos lo icónico.

En este anuncio el mensaje lingüístico aparece en primer plano. Dice: "Three Barrels. Rare old French Brandy" (Tres barriles. Brandy francés añejo de producción limitada). El mismo título se repite, como logotipo, en la etiqueta que envuelve a la botella. Este segundo nombre aparece en un código cultural identificado de antemano por los posibles consumidores, como el nombre de un brandy fino, francés. La calidad del tipo de brandy se ve reforzado por una etiqueta sobre la botella que ostenta tres estrellas y la leyenda: "France". Sobre la etiqueta hay todavía otro mensaje literal que repite el tema:

"Producced, aged and bottled in France" (producido, añejado y embotellado en Francia).

Segundo mensaje o mensaje denotado

En el anuncio se aprecian dos tipos de iconos. Al frente, en primer plano, observamos una botella. Detrás de ésta, sobresaliendo un poco más de la mitad de su superficie, una copa que contiene un poco de líquido color naranja. La copa es transparente. La botella es oscura en la parte de abajo, mientras que el cuello es de un verde tierno. La etiqueta es de color oro y café oscuro.

El segundo icono, colocado como fondo para la botella y la copa, consiste en la reproducción de una tela pintada al óleo. El motivo es un embarco de varios barriles. Sobre la playa podemos ver a cinco hombres, una lancha de tamaño mediano y cinco barriles de madera. Tres hombres empujan el bote hacia el mar. Éstos parecen vestir un uniforme. El cuarto personaje es quien dirige la acción. Su atuendo parece ser de civil. Botas, larga capa negra, un sombrero alto con una hebilla al frente. Tras él un militar. Está vestido de rojo, usa un sombrero que nos recuerda a los soldados de Napoleón. Observa la maniobra en silencio. Atrás el mar. En el fondo un barco de vela. En el cielo, la luna en cuarto menguante, entre las nubes que amenazan con oscurecer del todo la escena. La luz que ilumina las olas y la playa proviene de la luna.

Tercer mensaje o mensaje connotado

Este mensaje proyecta un simbolismo, una ideología, los valores que la publicidad maneja para introducirse en la preferencia del consumidor. Tal mensaje simbólico, *cultural*, se establece cuando una relación de semejanza y diferencia obtenida por las asociaciones que la escena es capaz de propiciar, lleva al espectador a realizar conexiones y a trasladar cualidades del primer icono (botella y copa) al segundo icono (pintura), o viceversa.

En el caso del anuncio que nos ocupa, las relaciones que se pretende establecer son las siguientes:

La pintura, en tanto objeto que proviene de un conjunto de obras privilegiadas por su carácter artístico, presta al brandy, por su relación de cercanía con él, el prestigio de ser considerado también como **una** "obra de arte". En nuestra sociedad mercantilizada, la obra de arte, más que ser la expresión de la creatividad de los hombres, constituye un objeto codiciable que otorga a quien lo consume cierto *status* de excepción, de buen gusto, de refinamiento. El publicista intenta pues proponer al lector la similitud que puede existir entre el consumo del cuadro y el consumo del licor anunciado.

Ahora bien, las asociaciones siguen propiciándose a través de la antigüedad de la pintura y de la escena que representa. La edad del cuadro nos remite a la edad del brandy. El mensaje lingüístico nos había dicho ya que se trata de un licor *añejo*. Como la pintura fue elaborada hace por lo menos un siglo, el brandy, supondrá el consumidor, tiene que ser bastante viejo.

La tercera asociación que la composición nos lleva a establecer es la de su nombre: **Tres barriles** y los barriles que efectivamente vemos sobre la playa en la tela. A través de dicho mecanismo, el licor adquiere su **historicidad**. Se trata, o pudiera tratarse, de un brandy de raigambre antigua, cuya historia es tan antigua como la época en que es trasladado en un barco de vela, dentro de toneles de madera. ¿**Tres barriles** fué primero envasado en verdaderos barriles, es tan

antigua su producción como la escena del cuadro? La elaboración del brandy es tradicional y tiene a la vez una larga experiencia que le otorga un mayor prestigio.

Por último, el brandy goza de una ventaja étnica: es francés. También por una convención social y cultural tendemos a considerar a los licores hechos en Francia como de la mejor calidad. El prestigio de la industria francesa del alcohol es utilizado por todos los licores elaborados en ese país, buenos o no. Pero lo francés le viene al brandy, en este anuncio, por partida doble. El mensaje lingüístico lo ostenta como perteneciente a tal nacionalidad, pero el cuadro también nos remite a Francia. El militar, ataviado como soldado de Napoleón, nos remite de inmediato al general, a la grandeza de Francia, a su afán de conquista, a su lugar en Europa. Es decir, el anuncio no nos hace pensar en cualquier tipo de cualidad atribuida a lo francés. Elige cuidadosamente aquellos contenidos que satisfagan los requisitos de un **corpus** ideológico. La tradición del expansionismo, del país colocado en sus etapas de mayor gloria, en suma, estamos ante la ideología de una burguesía que sólo recurre al pasado en busca de mitos que legitimen su dominación presente.

El ejemplo anterior pretende mostrar cómo los conceptos teóricos desarrollados por Roland Barthes y sus análisis concretos, pueden sentar las bases para desarrollar una metodología semiológica que ayude a estudiar los contenidos fundamentales de mensajes de la sociedad de consumo. Las sociedades como la nuestra se encuentran plagadas de signos de todo tipo y por todas partes. La semiología tiene un amplio campo de trabajo y los semiólogos ya establecen y organizan cada vez más esta ciencia de los signos o semiología, como la denomino Saussure.

Por otra parte, la imagen es una palabra a la que se le asignan variados significados. La etimología del vocablo "imagen", viene del latín *imago*, y significa imitación o semejanza con la realidad.

En la noción de imagen, opera un prejuicio visualista tal que, al pronunciarla, la primera representación que se nos hace, es la de un hecho exclusivamente visual; cuando en verdad hay tantas clases de imágenes como medios existen para construirla.

La imagen es una representación figurada, en forma de figura visual, sonora, poética, literaria, fija, animada, material, mental, etc., de un modelo original. Es decir que por definición, imagen es aquello que es fiel a lo original.

La imagen ha de ser entendida como un hecho subjetivo, un registro o representación que se forma en la mente de la persona que la percibe.

Todo ente de existencia real o ideal es generador de imágenes en quienes lo perciben, por lo que la realidad no sólo se compone de cosas, sino también – y fundamentalmente – de imágenes.

El imaginario

Lo real y objetivo es un aspecto externo a la persona, que les vivenciado a partir de la percepción que esa persona tiene de lo real. Es decir que, el mundo externo del que tomamos conciencia es una realidad mediatizada por nosotros.

La recreación que hacemos del mundo externo, da origen al mundo interno. Cada uno de nosotros no reacciona ante una realidad neutral, sino que nuestra reacción está inducida por la percepción que de esa realidad poseemos. Esta percepción constituye, para cada uno de nosotros, la realidad.

La realidad de cada ser humano se constituye básicamente de símbolos.

Los símbolos tienen un papel fundamental en el pensamiento humano, pero ha de tenerse en cuenta que todo símbolo introduce en la señal, elementos capaces de confundir. Si bien es cierto que una imagen vale más que mil palabras, no es menos cierto además, que una imagen pueda representar mil cosas diferentes.

En el sentido de ideas transmitidas – percibidas, las imágenes son símbolos, por lo cual su casuística pertenece a la del universo simbólico. Entendemos por imagen al total de percepciones e interrelaciones de pensamiento, que cada persona asocia a una entidad. El conocimiento de cada ser humano está basado en un conjunto de imágenes que conserva de la experiencia con diversas entidades. Puesto que la persona actúa en base a su conocimiento subjetivo, su comportamiento dependerá en gran parte, de las imágenes que habiten en su mundo interno.

4.8 La escuela de Palo Alto. Bateson, Jakobson y la teoría de la comunicación humana

Escuela importante que esta constituida por Gregori Batenson, Paul Watzlawick y Don Jackson a la cabeza ellos trabajan con una dirección influida por aportes de la antropología y la psiquiatría, desarrollando la pragmática de la comunicación humana.

G. Bateson. Afirma que el concepto de comunicación, o mejor dicho, la comunicación, no se refiere solamente a la transmisión de un mensaje, sino que influye en todos los procesos a través de los cuales la gente entra en relación y se influye mutuamente.

Esta idea de entrar en relación, esta marcándonos tanto en un nivel teórico como pragmático una visión que amplifica el espectro y de la que se deduce que el concepto de comunicación no puede deducirse solamente a los fenómenos masmediáticos y telecomunicativos.

Lo que queremos destacar es la existencia de formas comunicativas que implica proximidad entre protagonistas, sean estas grupales, sectoriales e individuales. Con ello estaríamos reconceptualizando los hechos de comunicación y alineándonos en la distribución compleja de actos que se producen en la red social, protagonizados por individuos y sectores que establecen espacio de acción comunicativa en diferentes situaciones y contextos. De ahí deriva que los hechos y situaciones en los que se produce un acto de comunicación pueden ser múltiples y aún imposibles de tipologizar; lo que importa es la existencia de una situación de intercambio, las diversas formas que estos intercambios asumen y los tipos de relación social que se producen.

R. Jakobson. Este lingüista distingue seis funciones básicas en la comunicación verbal. La mayor parte de los mensajes verbales asumen simultáneamente varias de estas funciones no obstante aunque rara vez un mensaje desempeña una sola función, suele ser fácil discernir las funciones que desarrollan una actividad preponderante. Así se logra establecer una clasificación a partir de las funciones determinadas como dominantes.

Así se distinguen:

1. El mensaje referencial o denotativo, que ante todo tiende a dar información sobre el referente, es decir sobre la realidad del mundo a la que alude el mensaje.
2. El mensaje expresivo o emotivo, centrado en el emisor, pretende expresar en cambio la actitud de sujeto con respecto a lo que dice, las intersecciones constituyen una forma gramatical de máxima pureza expresiva.
3. El mensaje conativo o implicativo, se orienta escénicamente hacia el destinatario (su expresión gramatical preferencial es el vocativo o el imperativo).
4. El mensaje fáctico, tiene como objetivo principal el control del circuito que permite la comunicación (¿escuche, me oye?).
5. El lenguaje metalingüístico se propone explicitar los términos que utiliza (sirva de ejemplo lo que estamos haciendo en este momento).
6. El mensaje poético, que no se limita al terreno de la poesía, Jakobson entiende como poético toda comunicación en donde el acento queda situado en el mensaje por propia cuenta, o sea, toda comunicación en donde los signos han sido tratados con especial cuidado.

Resumen

Las llamadas “teorías de la comunicación social” surgen como ramas específicas de la sociedad funcionalista estadounidense, dentro de lo que podríamos definir como una “teoría del orden social” en la medida que sus objetivos consisten, fundamentalmente en obtener el conjunto de evidencias necesarias para legitimar la supuesta racionalidad.

Ciertamente, el modelo Lasswell “para describir adecuadamente un acto de comunicación nos dice que es necesario contestar a las preguntas: quién/ dice qué/ por qué canal/ con que efecto”

El llamado “análisis del contenido” (estudio específico de los mensajes) estuvo fuertemente marcada por la necesidad de evaluar la repercusión y el impacto de discursos publicitarios y políticos, lo decía Merton “una de las primeras misiones de análisis de contenido es proporcionar pistas para las reacciones probables a la propaganda” por lo tanto uno de los objetivos consistía en medir los efectos del discurso.

Sin embargo los contenidos teóricos y la perspectiva ideológica son básicamente antagónicos en uno y en otro caso: legitimación del orden constituido por parte del funcionalismo, crítica radical de las desigualdades materiales y simbólicas de clase por parte de las llamadas “teorías críticas” quien nos habla de los mensajes producidos por la industria cultural por consiguiente el espacio cultural de “masas” ya que esta se concibe como una totalidad articulada, como un sistema regido por las leyes del mercado que uniforma lo diverso, estandariza y cohesiona lo heterogéneo y regula la pluralidad de las expresiones culturales.

La estructura del poder ante la dominación cultural fue concentrado en el estudio del imperialismo cultural llamada también imperialismo de los medios, donde se abordan técnicas de dominio. La utilización de esta estructura hace de las modernas tecnologías la llamada “cultura de masas”.

Según Jacobson, la intención deliberada del emisor de influir en el receptor a través de mecanismos de persuasión.

Bibliografía

- Bravo, José María, Introducción e Historia de la Cibernética, Ed. Grijalbo, México, 157 pp.
- Bertalanffy, Ludwig Von, Teoría General de los Sistemas, Ed. Fondo de Cultura Económica México, 3ª. Edición, 1995, 311 pp.
- César, Galeano Ernesto, Modelos de Comunicación, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.
- De Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Madrid, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 684 pp.
- De Morgas, Miguel, Teorías de la Comunicación, Ed. Gustavo Gil Madrid 362 pp.
- Florence, Toussaint, Crítica de la Información de masas, Ed. Trillas, 6ª. Edición , México , 2000, 95 pp.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Gernike, México, 158 pp.
- Gómez, Mont Carmen, Nuevas Tecnologías de Comunicación, Ed. Trillas México 1999 249 pp.
- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, Ed. Addison Wesley Longman México 1996 229 pp.
- Mc., Quail Denis, Introducción a las teorías de masas, Ed. Paidos, México, 1993 450 pp.
- Miege, Bernard, El Pensamiento comunicacional, Ed. Universidad Iberoamericana México 1996 131 pp.
- Paoli, José Antonio. Comunicación e información. México, Ed. Trillas - UAM, 1989, 138 pp.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Ed. Trillas, México 1990, 141 pp.
- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.

- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.
- Pignatari, Decio, Información, Lenguaje, Comunicación, Ed. Gustavo Gili México 100 pp.
- Sheinsohn, Daniel, Comunicación Estratégica, Ed. Macchi Grupo, Buenos Aires 1999 173 pp.
- Victoroff, David, La Publicidad y la Imagen, Ed. Gili, México 137 pp.
- Wimmer, R. Y Dominick J. Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores, 2000, 500 pp.

Tema 5. Modelos post – clásicos de la comunicación

Subtemas

- 5.1 Manuel Martín Serrano: Metodología para fundar una teoría de la comunicación
- 5.2 J. Habermas: Fundamentos de la teoría de la acción comunicativa.
- 5.3 N. Luhmann: La teoría de sistemas: los presupuestos teóricos; la sociedad como un sistema Autoreferente de comunicaciones, comunicación y acción.
- 5.4 Marshall Mc Luhan

Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante reflexionará y analizará los recientes aportes comunicacionales, aplicando sus fundamentos en una visión crítica del modelo social vigente en la humanidad.

Sinopsis

La comunicación en todas sus formas sirve de instrumento para obtener una determinada imagen de la sociedad, y de ahí sigue que el modo en que se realiza la comunicación en la sociedad es fruto de la imagen social. Los medios de comunicación social son una extensión de los sistemas, jugando un papel en diferentes innovaciones de las ciencias provocando actitudes de modernización.

Las nuevas teorías buscan la comunicación para implementar funciones compatibles.

El carácter cognoscitivo y el arte de comunicación del emisor – receptor determinan si el mensaje es percibido y aceptado, estas teorías de la comunicación describen en un sentido amplio los papeles que juega la comunicación en la sociedad.

Las alternativas que pueden ser usadas con criterios plurales, para examinar el estado de los sistemas de comunicación.

5.1 Manuel Martín Serrano: Metodología para fundamentar una teoría de la comunicación

Actualmente es común hablar de la comunicación como el nervio de la sociedad, el lazo esencial entre los individuos, los grupos y las instituciones. Así la teoría de

la comunicación tiende a cubrir una amplia gama de niveles y funciones. A riesgo de un exceso de simplificación (ya que hay muchas interconexiones entre los niveles), estas teorías serán discutidas dentro de dos categorías. La primera es en el nivel de la comunicación como función social. Este es el macro nivel, en el cual la comunicación se considera en términos de sus amplias funciones en la sociedad.

El segundo nivel puede concebirse como nivel del proceso de la comunicación y sus efectos. Este nivel incluye aquello que con frecuencia se ha llamado la comunicación humana, que trata acerca de los problemas de cómo opera la comunicación con los individuos y los grupos.

Es digno de tomarse en cuenta que la comunicación es interdisciplinaria excepcionalmente. Sobre la comunicación hay teorías y conceptos. En comunicación hay estudiantes investigadores. Pero mucha parte de la teoría de la comunicación se ha elaborado sobre la base de otras disciplinas y de quienes actúan y han trabajado en ellas: Ciencia Política, Economía, Sociología, Antropología. Como en las otras áreas de teorías analizadas aquí solamente serán tratadas las líneas más salientes de la teoría, si bien esto será suficiente para extraer algunas implicaciones para la planificación de la comunicación.

5.2 J. Habermas: Fundamentos de la teoría de la acción comunicativa

Habermas afirma que por acción comunicativa entiende una interacción simbólicamente mediada. Se orienta de acuerdo con normas intersubjetivas vigentes que definen expectativas recíprocas de comportamiento y que tienen que ser entendidas y reconocidas por lo menos por dos sujetos agentes.

Mientras que la validez de las reglas técnicas y de las estrategias dependen de la validez de enunciados empíricamente verdaderos o analíticamente correctos, la validez de las normas sociales solo se funda en la intersubjetividad del acuerdo sobre intenciones y solo viene asegurada por el reconocimiento general de obligaciones.

En este sentido las relaciones de poder, a diferencia de los sistemas simbólicos de interacción, se convalidan en el orden que imponen la mediación de una racionalidad dirigida hacia fines.

La línea divisoria que traza Habermas concierne a un todo al problema general de la comunicación: la razón técnica, se impone sobre la razón interactiva de la vida cotidiana, de la conciencia práctica, de las interacciones afectivas, éticas y dialógicas. Los mecanismos instrumentales, la acción racional con respecto a fines se presentan como una estructura sustitutoria y se encamina hacia el

funcionamiento de un sistema regulado. Pues ahora la primera fuerza productiva: el progreso científico técnico sometido a control, se convierte el mismo en fundamento de la legitimación.

5.3 N. Luhmann y la teoría de los sistemas: Los presupuestos teóricos; la sociedad como sistema autoreferente de comunicaciones, comunicación y acción

La teoría de los sistemas generales, y su aplicación a través de análisis de temas y planificación de sistemas, es una tradición teórica y aplicada. En una visión global del análisis de sistema, en el que se describe un modelo de seis pasos, como un análisis y una conciencia en las técnicas incluyendo decisión, entrevistas, creatividad, análisis de costo, técnicas de costo y beneficios. Es el valor especial que enfrentan los planificadores al poner puntos de sistema de organización para llevar a cabo funciones de comunicación, en modelado y simulación, el hincapié en el enfoque analítico para comprender problemas que deben manejar los planes. Dar comienzo a un esfuerzo para cambiar un sistemas complejo construyendo modelos y simulaciones del problema de su contexto social; ellos acrecentaran la probabilidad de éxito a largo plazo, disminuirá el riesgo de efectos inesperados de carácter negativo, y ayudaran a conservar los escasos recursos nacionales.

La discusión de simulaciones como una técnica de planificación pone énfasis en la simulación humana, como un expediente como el que la que toman decisiones pueden obtener experiencia personal con y dentro de los modelos dinámicos. El análisis de los sistemas aplicados a problemas en el medio ambiente, dando a los planificadores una perspectiva analítica del problema y una serie de técnicas para usarse en la realización de esta perspectiva.

La variedad de modelos proporcionados da a los planificadores una serie de procedimientos alternativos, sobre que escoger dado los recursos que dispone en tiempo, dinero, tecnología y datos.

5.4 Marshall Mc Luhan

Permanentemente asistimos a nuevos cuestionamientos de sus teorías y a un esfuerzo paralelo para adaptarlas a la evolución de la sociedad, como un profeta con sus exploraciones con el medio y el mensaje que para él tienen tendencia a confundirse.

1. El medio es el mensaje: Mc Luhan es verdaderamente un autor controvertido ya que provoca el entusiasmo o la hostilidad. Algunos lo toman como un

profeta, otros como un impostor. Mientras tanto, todos están de acuerdo en que atrae multitudes, y los medios le han consagrado una gran cantidad de espacio comentando su obra.

La fórmula “El medio es el mensaje” constituye su tema central, esta frase no es siempre del todo popular, porque afirmar que son los medios en sí mismo y no los contenidos que ellos conducen los que influyen en el comportamiento va en contra de toda una tradición metodológica. Sin embargo utiliza imágenes para apoyar su punto de vista: el ferrocarril aceleró el progreso social creando nuevas ciudades, nuevas relaciones sociales, independientemente de las cargas que transportaba. Entonces el medio importa más que el contenido.

2. La era prealfabética: para McLuhan el hombre, antes de saber leer y escribir vive en tribu práctica artesana y se desarrolla en un espacio acústico donde todas las relaciones son simultáneas.
3. La galaxia Gutenberg (1961): la idea central en ella es que el alfabeto fonético lleva en sí mismo lleva en sí mismo su propio mensaje, independientemente de lo que el que escribe quiera expresar. Para él la escritura fonética, más tarde la imprenta, ha lanzado al hombre occidental sobre el camino del progreso científico, pero al mismo tiempo lo ha disminuido profundamente en sus relaciones humanas: “la pluma de ganso pone fin a la palabra...”

El tribalismo, la intercomunicación del hombre y la naturaleza, la comunicación simultánea, el “todo a la vez y al mismo tiempo comienza a debilitarse”. El nacimiento del alfabeto trae la individualización.

4. La galaxia Marconi (1967): con el telégrafo aparece esta galaxia que según McLuhan engendró la “nueva y extravagante forma del periódico moderno”.

Toda página de un diario telegráfico es un mosaico surrealista compuesta de parcelas de humanidad. Al mismo tiempo, “la interdependencia reemplaza a la individualidad de la galaxia Gutenberg.

5. Para comprender los medios: emplea metáforas para explicar sus nuevos conceptos: así después de 3000 años de explosión... el mundo occidental implota.”

La noción de explosión implica una liberación en cadena de elementos, mientras que la implosión es de alguna manera, una fusión, fenómeno mucho más violento. Le agrada igualmente utilizar la noción de extensión: la calle es una prolongación del pie; el libro una prolongación del ojo; el circuito eléctrico (como la T. V.) la prolongación del sistema nervioso de igual modo, la noción de aceleración debida a la rapidez de los cambios en nuestro mundo moderno, (nos hace mirar al

presente en un retrovisor). La concepción de McLuhan en cuanto a los medios; es muy grande; para comprender a los medios estudia 30 medios (autopista, automóvil, avión, reloj, dinero, TV., radio, cine, teléfono etc.), que divide en dos grupos: los medios calientes, que exigen poco o nada de participación del usuario, por ejemplo la radio y los medios fríos, que exigen del hombre una participación más intensa por ejemplo la t.v.

Resumen

Las teorías o imágenes de las funciones sociales de la comunicación pueden ayudar a los planificadores a encuadrar las amplias cuestiones que guían la determinación política y las decisiones sobre la asignación de recursos ayudando a importantes cuestiones sobre ¿por qué? deberíamos interesarnos.

En la investigación social, en desarrollar sistemas de teletipo que relacionan las áreas rurales con las grandes ciudades; entre otras.

La teoría del proceso de comunicación señala que se debe diseñar estrategia de mensaje para distribuirlos por medio de canales selectos o de medios con el fin de obtener determinados efectos.

Parece particularmente importante la idea de las finalidades de la comunicación en el creciente nivel de información, por el conocimiento de determinadas ideas, tomando los efectos psicológicos de la comunicación, especialmente en lo que se refiere a la percepción y al significado y al estudio de las actitudes, valores o conducta de los individuos o grupos.

Bibliografía

- Bravo, José María, Introducción e Historia de la Cibernética, Ed. Grijalbo, México, 157 pp.
- Bertalanffy, Ludwig Von, Teoría General de los Sistemas, Ed. Fondo de Cultura Económica México, 3ª. Edición, 1995, 311 pp.
- César, Galeano Ernesto, Modelos de Comunicación, Ed. Macchi Buenos Aires 1997 143 pp.
- De Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Madrid, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 684 pp.
- De Morgas, Miguel, Teorías de la Comunicación, Ed. Gustavo Gil Madrid 362 pp.
- Florence, Toussaint, Crítica de la Información de masas, Ed. Trillas, 6ª. Edición, México, 2000, 95 pp.
- Guajardo, Horacio, Teoría de la Comunicación Social, Ed. Gernike, México, 158 pp.
- Gómez, Mont Carmen, Nuevas Tecnologías de Comunicación, Ed. Trillas México 1999 249 pp.
- Lozano, Rendón José Carlos, Teoría e Investigación de la Comunicación de masas, Ed. Addison Wesley Longman México 1996 229 pp.
- Mc., Quail Denis, Introducción a las teorías de masas, Ed. Paidos, México, 1993 450 pp.
- Miege, Bernard, El Pensamiento comunicacional, Ed. Universidad Iberoamericana México 1996 131 pp.
- Paoli, José Antonio. Comunicación e información. México, Ed. Trillas - UAM, 1989, 138 pp.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, Introducción a la pedagogía de la comunicación, Ed. Trillas, México 1990, 141 pp.
- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.

- Prieto, Castillo Daniel, El discurso autoritario y comunicación alternativa, Ed. La red de Jonas, México, 181 pp.
- Pignatari, Decio, Información, Lenguaje, Comunicación, Ed. Gustavo Gili México 100 pp.
- Sheinsohn, Daniel, Comunicación Estratégica, Ed. Macchi Grupo, Buenos Aires 1999 173 pp.
- Victoroff, David, La Publicidad y la Imagen, Ed. Gili, México 137 pp.
- Wimmer, R. Y Dominick J. Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores, 2000, 500 pp.