

## **SOBRE EL ESTATUTO EPISTEMOLOGICO DE LA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION HUMANA**

### **1. LA COMUNICACION COMO OBJETO CIENTIFICO**

El análisis de la comunicación aparece muy a menudo sesgado y entregado a la parcialidad. Tales reducciones cobran cuerpo al restringir el complejo «factum» social de la comunicación a la emisión, transmisión y recepción de mensajes, a un estricto proceso cognitivo. Igualmente, esta comarcanización tiene, por otros caminos, un desarrollo en la exclusiva consideración y atenuamiento a los lenguajes orales, verbales y escritos o a los lenguajes de la artificialidad, estudiados por la teoría de la información, la matemática, la cibernética y la teoría de sistemas. O se acentúan, hasta convertirlos en exclusivos, los medios orgánicos y técnicos, o se enfatiza en el contenido. La vieja polaridad del discurso del conocimiento, sujeto-objeto, hace aquí de nuevo presencia, constituyéndose en la última metamorfosis de aquella antigua reflexión sobre subjetividad y objetividad, entre «fenomeno» y «noumeno», entre experiencia e idealidad, entre «doxa» y «episteme».

Otras metodologías de la parcialidad son aquellas que estudian el proceso comunicativo como secundario, como existente en sí y por sí mismo, separado del proceso social. Otro extremo de la fragmentación es el que quiere superar la «enajenación» del fenómeno comunicativo, explicándolo sola y únicamente desde los factores socioeconómicos y de posiciones de clase.

Sobre tales parcelaciones del texto de la comunicación, hacemos nuestras algunas afirmaciones recientes. Para Lee Thayer «no cabe la menor duda de que el lenguaje convencional o compartido es un factor de la comunicación, pero incurriríamos en un error si ciñéramos nuestra comprensión del proceso de la comunicación a aquellos supuestos en los que se produce un intercambio racional, o puramente lingüístico, de ideas o de información»<sup>1</sup>.

R. Williams piensa igualmente «que cometemos un error al considerar la comunicación como algo secundario; muchas personas dan por entendido que primero se encuentra la realidad y luego, en segundo término, la comunicación»<sup>2</sup>.

H. M. Enzensberger, a propósito de las relaciones de poder y las de

1 Cf. *Comunicación y sistemas de comunicación* (Península, Barcelona 1975) p. 34 (en el prólogo, pp. 5-12, se analizan algunas de estas segmentaciones).

2 Cf. *Los medios de comunicación social* (Península, Barcelona 1971) p. 17.

la comunicación<sup>3</sup>, establece que «con una sola excepción, la de Walter Benjamin (y a su imagen, la de Bertolt Brecht), ningún marxista ha entendido la industria de la conciencia y sólo ha visto en ella su aspecto burgués y capitalista, sin darse cuenta de sus posibilidades socialistas. Este atraso teórico y práctico lo representa plenamente un autor de la talla de György Lukács. Incluso los trabajos de Max Horkheimer y de Theodor Wiesengrund-Adorno no están desprovistos de una nostalgia que se aferra a los primitivos medios burgueses»<sup>4</sup>.

E. Martín López quiere remontar esa deficiencia metodológica y epistemológica, invocando como necesario e imprescindible un discurso interdisciplinar. Discurso que tendrá su centro específico en la sociología. En esta disciplina precipitan, por la radicalidad humana y social del hecho de la comunicación, aspectos múltiples de la comunicación. Sólo desde un análisis sociológico se supera el obstáculo de la parcialidad y temática de la comunicación, como dato complejo y polisémico. Tal sociología de la comunicación humana establece su especificidad desde las siguientes realidades:

«La existencia de una dimensión comunicativa general a toda la vida social, que se concreta en múltiples relaciones y estructuras de comunicación.

La riqueza del fenómeno comunicativo, que incluye contenidos intelectuales, actitudinales, valorativos, operativos y hasta la mera transmisión de cosas y derechos formando un entramado de gran complejidad.

La importancia de las influencias ejercidas por la comunicación en la interacción personal, en la vida de los grupos e instituciones, en la organización interna de las sociedades globales y en las relaciones internacionales»<sup>5</sup>.

Es altamente significativo que uno de los más destacados representantes de la investigación en comunicación desde el estructuralismo, la cultura de masas y la vida cotidiana hable así sobre la recuperación de esa fundamental dimensión:

«La palabra comunicación, tiene, pues, como raíz la idea de una puesta en común y no es abusivo preguntarse si la palabra comunidad, tan extensamente empleada por los filósofos de las ciencias humanas, está vinculada a la idea de lo que las gentes tienen en común, o bien si no sería más prudente unirla al

3 K. Nordstrem, 'Las nuevas tendencias de la teoría de la comunicación', en M. de Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (Gustavo Gili, Barcelona 1979) pp. 85 y ss. Sobre ello: H. Holzer, *Sociología de la comunicación* (Akal, Madrid 1978) pp. 71-166.

4 Cf. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* (Anagrama, Barcelona 1972) pp. 49-50. Una aportación al estudio de las «interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad» es la obra de M. Martín Serrano, *La producción social de comunicación* (Alianza, Madrid 1986) (especialmente, pp. 37-157).

5 E. Martín López, *Sociología de la comunicación* (Apuntes de la Cátedra de Sociología de la comunicación humana), (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense) pp. 15-16. Quien desdobra y da razón de estas afirmaciones en su análisis de las relaciones sociales y de la sociedad global: *Sociología general*, I. *La sociología como ciencia de las relaciones sociales* (Multioffset, Barcelona 1969) pp. 87-187 («El conocimiento del otro», «La valoración del otro», «La acción social») y *La sociedad global* (Per, Barcelona 1970) espec. pp. 61-195. Línea de investigación abierta por el profesor Lissarrague Novoa, espec. en: *Bosquejo de teoría social* (Imnassa, Madrid 1966) pp. 11-34, 109-247.

acto de comunicación, definido éste, a su vez, a partir de lo que las gentes tienen en común. Una observancia que equivale a decir que no hay obligatoriamente comunidad si las personas tienen algo en común, pero que ésta sólo se manifiesta a partir de actos visibles, los de la comunicación, reveladores necesarios de la existencia de elementos comunes entre los seres»<sup>6</sup>.

La comunicación, que para Cooley era «el mecanismo a través del cual las relaciones humanas se desarrollan»<sup>7</sup>, en cuanto fenómeno social es objeto obligado de la sociología; interesando además a ésta el análisis de las aportaciones de otras disciplinas o campos del saber al estudio de la comunicación. Tal interés es doble para la sociología, ya que así concreta y perfila su particular atencimiento al fenómeno social de la comunicación y, por otra parte, sintetiza —quehacer tan propio suyo— las conclusiones de otra saber y las hace operar al interno de la propia teoría.

La comunicación es objeto de estudio por parte de muy diversas disciplinas. El término «comunicación» no designa una denotación significativa única y bien delimitada, sino que señala un campo semántico complejo y polisémico de muchas significaciones<sup>8</sup>. Clarívidentemente, el profesor A. Moles clasificó las relaciones comunicativas en: «self media», como opuestas a los «intermedia», comunicación de persona a persona, comunicación próxima, comunicación unidireccional, comunicación fría y comunicación semiótica<sup>9</sup>.

6 A. A. Moles, 'El muro de la comunicación', en M. de Moragas (ed.), *Sociología...*, p. 93.

7 Cf. *Social Organization* (Scribner's, New York 1916) p. 61. Sobre ello, igualmente: E. Leach, *Cultura y comunicación. La lógica de la conexión de símbolos* (Siglo XXI, Madrid 1978) p. 65; E. Martín López, *Sociología de la comunicación...*, pp. 1 y ss. «El individuo está ligado a los demás al mismo tiempo que es independiente de ellos. De este hecho nacen los símbolos y los mitos que son parte del lenguaje y que sirven de puente sobre el vacío entre los seres humanos para establecer de nuevo un enlace mutuo». Cf. R. May, 'Los símbolos del lenguaje y la violencia', en J. A. Boffill, y otros, *Epistemología de la comunicación* (Fernando Torres, Valencia 1976) p. 50.

8 M. Yela, 'Psicología de la comunicación', en *La comunicación, problema social* (Ed. Asociación Cultural Hispanoamericana, Madrid 1979) p. 41. Sobre esta complejidad y la especificidad de la comunicación humana: C. Cherry, *On Human Communication. A Review, a Survey and a Criticism* (Wiley, New York - London 1957); R. W. Budd - B. R. Ruben, (eds.), *Approaches to Human Communication* (Spartan Books, New York - Washington 1972); K. Merten, *Kommunikation. Eine Begriffs und Prozessanalyse* (Westdeutscher, Opladen 1977).

9 Cf. 'Acción a distancia y estructura social', en M. Martín Serrano (comp.), *Teoría de la comunicación* (Universidad Internacional Menéndez y Pelayo, Madrid 1981) pp. 117-18. «La complejidad del fenómeno comunicativo que abarca fenómenos tan dispares como la comunicación animal, los aspectos políticos, económicos y tecnológicos de la comunicación internacional, la comunicación amorosa o la eficacia de una campaña electoral, exige una aportación científica plural, el concurso transdisciplinar de materias como la teoría de la información, la antropología, la psicología, la sociología o la semiótica». Cf. M. de Moragas, 'Introducción', en M. de Moragas (ed.), *Sociología...*, p. 12; J. L. L. Aranguren, *Human communication* (McGraw Hill, New York - Toronto 1967) especialmente, pp. 137-205: «The sociology of communication: the content». Por otro lado resulta evidente que la comunicación es una condición previa, «sine qua non» de la vida humana y el orden social. También es obvio que, desde el comienzo de su existencia, un ser humano participa en el complejo proceso de adquirir las reglas de comunicación, ignorando casi por completo

Desde esta interdisciplinariedad tendremos que perfilar el cometido de las demás ciencias respecto a la comunicación, así como notar sus diferencias en torno al objeto común. Tal interdisciplinariedad conlleva la pluridisciplinariedad, la transdisciplinariedad y la bidisciplinariedad. Hacemos nuestra la pretensión metodológica y epistemológica del profesor Moragas i Spa:

«Para comprender la situación actual de la investigación de la comunicación puede hablarse propiamente de 'pluridisciplinariedad', sobre todo si ésta se diferencia de otras nociones como las de 'transdisciplinariedad' o 'interdisciplinariedad'. De hecho podríamos definir la pluridisciplinariedad como la colaboración de distintas disciplinas al reconocimiento de un objeto común, cada una de ellas desde su óptica particular. Si entendemos la pluridisciplinariedad como la suma, o la yuxtaposición, de conocimientos derivados de cada práctica científica, entonces parece justo llamar así a la moderna investigación sobre las comunicaciones de masas.

Un paso hacia adelante en la integración del trabajo científico de las disciplinas sociales, lo constituiría la interdisciplinariedad, que implica confrontación, intercambio de métodos y de puntos de vista.

La interdisciplinariedad se daría en el supuesto de que los resultados de la investigación pudiesen ir más allá de la mera suma o yuxtaposición de descubrimientos.

El grado superior de colaboración se daría en la transdisciplinariedad. Esta noción equivaldría a un estadio, todavía no logrado, del desarrollo de la colaboración entre las ciencias sociales en el que podría empezar a hablarse de una ciencia general de las mismas y que, como sucedía con los proyectos del paradigma comunicacional, no dejan de ser hipótesis o propuestas para su ulterior desarrollo científico. La transdisciplinariedad no se limitaría a posicionar un objeto común, a compartir o complementar enfoques metodológicos, sino que propondría conceptos y teorías comunes a las distintas ciencias sociales; la transdisciplinariedad no se limitaría a tener preocupaciones comunes, sino a buscar comunes denominadores formalizables. Estos tres estadios, 'pluridisciplinariedad', 'interdisciplinariedad', 'transdisciplinariedad', no se dan, de hecho, en estado 'puro' en ninguna de las experiencias investigadoras concretas que hemos podido conocer en el campo de las comunicaciones de masas. La solución a estos problemas deberá confiarse a la investigación epistemológica de las ciencias sociales...

Considero, no obstante, que en este mismo terreno existe una noción a la que deberíamos prestar una mayor atención a la hora de interpretar y prever el desarrollo futuro de la contribución de las distintas ciencias sociales al objeto de estudio que hemos delimitado. Esta noción es la de bi-disciplinariedad; sin duda mucho más próxima a la de interdisciplinariedad que a las otras dos relaciones disciplinares mencionadas.

La bi-disciplinariedad consistiría en la puesta en común de métodos, aspectos de interpretación y experiencias históricas de dos disciplinas distintas. Esta tarea ha resultado ser especialmente útil en el campo de las ciencias de la comunicación, donde bi-disciplinariedades como la psico-sociología, la sociolingüística, o la economía-política, han sido determinantes a la hora de marcar los escalones de progreso de nuestra época»<sup>10</sup>.

en qué consiste ese conjunto de reglas, ese «calculus» de la «comunicación humana». Cf. P. Watzlawick - J. Hemick Beavin - D. D. Jackson, *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas* (Herder, Barcelona 1982) p. 17.

10 Cf. *Teorías de la comunicación* (Gustavo Gili, Barcelona 1985) pp. 16-17.

Así pues, movidos por este principio de interdisciplinariedad y de transdisciplinariedad, clasificamos en cinco grupos las disciplinas que se ocupan del tema de la comunicación:

1. Psicológicas.
2. Semióticas.
3. Etológicas.
4. Matemáticas.
5. Sociológicas.

Pero antes de adentrarnos en esta consideración pluridisciplinar prestaremos atención brevemente a la génesis de la temática de la comunicación.

### 1.1. GENESIS HISTORICA DE LA COMUNICACION, COMO OBJETO DE REFLEXION CIENTIFICA

«No ha existido, ni existe, una sola teoría global de la comunicación humana»<sup>11</sup>. Existen aspectos biológicos desconocidos y un campo no definido que han impedido la cristalización de esfuerzos sistemáticos de formulación teórica y práctica. Se ha buscado de forma fraccionaria, siguiendo caminos sectoriales, poco convergentes a una teoría global.

Podemos considerar como íntimo al discurso filosófico el temario de la comunicación. Y fueron los sofistas, concretamente Gorgias, quienes plantearon las clásicas aporías entre existencia de lo real, conocimiento de lo real y comunicación del conocimiento de lo real. El enfoque de Aristóteles de la persuasión como meta de la comunicación (retórica) permanecerá hasta la segunda mitad del siglo XVIII. En el siglo XVII surge la escuela denominada «Psicología de las facultades» que distingue entre alma y mente, dando diferentes facultades a cada una de éstas. A fines del siglo XVIII este dualismo se aplica al enfoque comunicacional, de forma que hay un llamamiento hecho a la mente (informativo) y otro al alma, a las emociones (persuasión). Hay un tercero, el entretenimiento<sup>12</sup>.

Los griegos nunca habían supuesto al hombre aislado del mundo, al individuo separado de la polis. Tampoco el cristianismo medieval los disociaba. En ambos casos se concebía al individuo integrado en la realidad cósmico-social en virtud de una cierta metafísica organicista: ejemplarismo, «civitas», cuerpo místico, etc.<sup>13</sup>.

Mas con la llegada de la modernidad sobreviene la idea del sujeto emancipado. Descartes sistematiza esta actitud fundando el conocimiento, y con él todo el edificio filosófico, en la soledad del «ego cogitans», en

11 L. Thayer, *Comunicación...*, p. 389.

12 Para este proceso teórico-histórico: P. Laín Entralgo, *Teoría y realidad del otro* (Alianza, Madrid 1983); M. Theunissen, *Der Andere. Studien zur Sozialontologie der Gegenwart* (Walter de Gruyter, Berlin 1965); M. Chatterjee, *Our Knowledge of Other Selves* (Asia Publis., London 1964).

13 Las fuentes de esta metafísica están en Platón, especialmente en la *República* y el *Timeo*; Aristóteles, *Metafísica* y *Ética*; San Agustín, *La ciudad de Dios*; Santo Tomás de Aquino, *Summa Theologica*. Sobre ello: A. J. Voelke, *Les rapports avec autrui dans la philosophie d'Aristote à Panetius* (Beauchesne, Paris 1981).

el sujeto epistemológico cuyos objetos de conocimiento no son más que sus propias representaciones o ideas, y no una aporética realidad en-sí exterior (*Discurso del método* y *Meditaciones metafísicas*). Puesto que de esta realidad exterior la razón sólo elabora símbolos que permiten manejarla prácticamente, sin llegar a conocerla tal como es, uno de los problemas más acuciantes que quedan planteados es el de resolver cómo la razón comunica con «lo otro», si de antemano se establece que sólo en sí misma encuentra los móviles y los instrumentos que le permiten esta comunicación. Para salir de la paradoja no podrá, entonces, sino recurrirse a la «veracidad divina» que no permite que nos engañemos, o a una «armonía preestablecida» que asegura, desde el principio, el conocimiento humano <sup>14</sup>.

Y en cuanto a la comunicación de tipo social no quedará otra solución que explicarla en base al «razonamiento por analogía», o en virtud del postulado de un supuesto carácter comunitario de lo que, por ejemplo, Kant denomina el reino de los fines («Reich der Zwecke»), es decir, de las personas, imposible de demostrar y de justificar, por lo que sólo puede ser también objeto de creencia o fe filosófica (*Crítica de la razón práctica*).

El problema para la filosofía postkantiana será el de cómo superar el solipsismo sin recurrir a hipótesis teológicas. Hegel, por su parte, intentará resolver el abismo entre pensamiento y realidad, entre individuo y sociedad, suprimiendo la dualidad misma. En la *Fenomenología del espíritu* se describe la odisea de la conciencia que, arrancando de la creencia ingenua en un mundo externo independiente, termina con la superación de la dualidad del en-sí y del para-sí a través de un proceso de progresiva autoconciencia <sup>15</sup>.

El marxismo, por su carácter dialéctico y transubjetivo, intentará relativizar simultáneamente lo individual y lo social, lo subjetivo y lo objetivo, pretendiendo la regeneración de la fisura, la reconciliación entre las ideas y el mundo, la superación de toda dualidad procedente de la división del trabajo y otras demarcaciones.

Y Nietzsche tratará de salvar la separación entre fenómeno y cosa en sí negando, simplemente, la legitimidad de cualquier realidad que no sea la apariencia misma.

Dilthey entregará a la temática de la comunicación importantes sugerencias, al destacar la presencia de la fantasía y la imaginación creadora en los procesos de comunicación humana <sup>16</sup>.

Serán las corrientes últimas del pensamiento filosófico, la filosofía de la existencia, la «Begegnungsphilosophie», el personalismo, la filosofía del lenguaje y la hermenéutica, entre otras, las que aportarán un buen número de cuestiones relativas a las relaciones del hombre con el ser y del hombre con el hombre, traducidas más tarde a la analítica social.

14 Para tales planteamientos del racionalismo: M. Chastaing, *L'existence d'autrui* (PUF, Paris 1951); R. Rorty, *La filosofía y el espejo de la naturaleza* (Cátedra, Madrid 1979) pp. 25-123.

15 Sobre Hegel a este respecto: R. Valls Plana, *Del Yo al Nosotros. Lectura de la Fenomenología del espíritu de Hegel* (Laila, Barcelona 1971).

16 Cf. *Obras de Wilhelm Dilthey, IV, Vida y poesía* (FCE, México 1978) pp. 128-143 («Goethe y la fantasía poética»).

Nombres como los de Alfred Schutz, Levinas, Habermas, Apel ocupan un lugar primero en la elaboración del cuerpo teórico, filosófico y sociológico de la comunicación en las últimas décadas del presente siglo<sup>17</sup>.

Por otra parte, las investigaciones científicas y la teoría de la comunicación tienen en el desarrollo de los medios masivos de comunicación a principios del siglo su propio comienzo<sup>18</sup>. Hay un fuerte interés económico que, además, promociona a los sondeos de opinión. Posteriormente, de unos estudios sobre medios particulares, se llega a una visión más general de los mass media. Hay una coincidencia en los autores que fijan los puntos de arranque para este tipo de investigación. Así, P. Lazarsfeld (*Communication Research*, 1948-1949), que ahonda en el estudio de las mediciones de audiencia enfocándolas en sus efectos hacia el público. K. Lewin (*Group Dynamics*, 1960), interesado en la psicología experimental, analiza el entramado de las relaciones en los pequeños grupos, las comunicaciones interpersonales y los juegos de influencias. H. Lasswell (Lasswell, H., y otros, *The Comparative Study of Symbols*, 1952) realiza amplios enfoques históricos y políticos, y analiza estructuras y relaciones de poder. Estudia, asimismo, el juego de comunicación en la sociedad, la función de ésta en los mecanismos políticos y el peso del poder y de la propaganda («¿quién dice qué, a quién, en qué canal, con qué efecto?»). C. Hovland ('Social Communication', en: Berelson, B. - Janowitz, M. [eds.], *Reader in Public Opinion and Communication*, 1966) entregado a la investigación de los procesos psicológicos de la persuasión y los efectos de los medios. Posteriormente a éstos podemos señalar a Berelson, Janowitz y Schramm.

Todas estas investigaciones sobre las comunicaciones de masas, realizadas en Estados Unidos, contenían factores sociológicos: comprobar los efectos de los medios y la preocupación por la «aculturación» de los emigrantes. El desarrollo gigantesco de los medios masivos desplaza sobre éstos el interés y la atención antes dada a la comunicación interpersonal en su función social de cohesión. El concepto de sociedad de masas aparece con todo su énfasis. Surge una doble línea posicional frente a lo masivo: la visión desintegradora y la cohesiva. Tal idea supone una sociedad atomizada, compuesta de unidades receptoras aisladas, a lo que se añade el esquema conductista «estímulo-respuesta». Lazarsfeld (Lazarsfeld, P. F., y otros, *El pueblo elige*, 1962), Merton (Merton, R. K., y otros, *Mass Persuasion*, 1946) Shils (Varios, *La industria de la cultura*, 1969), critican esta posición creando una reacción pendular hacia el estudio de las relaciones primarias. Nos hallamos así en medio de la dualidad optimismo versus pesimismo, grupo primario versus sociedad masa.

Podemos señalar una línea de trabajo típicamente europea. Así, por ejemplo, las escuelas semiológicas, estructuralistas, marxistas, de los

17 Para este proceso, así como un elenco de las figuras más representativas de estas corrientes de pensamiento: O. Uña Juárez, *Comunicación y libertad* (Ediciones Ecsurialenses, Madrid 1984) pp. 25-83 y 243-94.

18 Sobre este proceso: E. Saperas, *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos* (Ariel, Barcelona 1985) pp. 9-65; A. Moles - C. Zeltmann, 'La comunicación' («Evolución de las culturas de comunicación»), en A. Moles (dir.), *La comunicación y los mass media* (Mensajero, Bilbao 1982) pp. 130-32.

estudios sobre la cultura contemporánea, etc., de gran interés cualitativo. Esta orientación sobre la comunicación incluye el estudio de las condiciones de vida de los sujetos que participan en el proceso<sup>19</sup>. En Europa se desarrolla un debate sobre la relativa importancia de los factores materiales e ideológicos en la comunicación. La principal tendencia actual es la importancia dada al análisis de los procesos que cubren simultáneamente diferentes estadios de la comunicación y al contexto socio-político-económico. Esto supone un viraje hacia el antipositivismo con connotaciones políticas<sup>20</sup>.

## 1.2. DIVERSIDAD DE CONSIDERACIONES CIENTÍFICAS DE LA COMUNICACION

En la actualidad, el tema de la comunicación es objeto de consideración desde la perspectiva de diferentes ciencias, como ya indicábamos. En las páginas que siguen analizaremos sucintamente las aportaciones al mencionado tema desde el punto de vista de la psicología, la semiótica, la etología, la teoría de la información y la sociología. Seguidamente nos plantearemos la cuestión de las posibles coincidencias o discrepancias de las mencionadas ciencias respecto del concepto de comunicación manejado por todas y cada una de ellas.

### 1.2.1. Consideraciones psicológicas de las comunicación

Bajo este epígrafe tratamos la psicología de la comunicación, la psicolingüística, la psiquiatría y la psicología social de la comunicación. Contemplar la comunicación como una operación psíquica es el elemento común a estas cuatro consideraciones.

1.2.1.1. *Psicología de la comunicación.* Veremos el sentido de esta disciplina desde el pensamiento de G. A. Miller y D. K. Stewart. Según Miller<sup>21</sup>, el objeto de la Psicología de la comunicación sería formular una concepción del hombre considerado como un sistema de acumulación y procesamiento de información, dada su capacidad racional y su versatilidad en las cuestiones comunicativas. Stewart<sup>22</sup>, por su parte, entiende el estudio de la comunicación humana como una empresa interdisciplinar, donde la lingüística, la psicología y la filosofía ocuparían posiciones destacadas.

Una empresa psicológica, ya que la comunicación siempre tiene que ver con las ideas y los significados existentes en la mente de un sujeto, con algún sistema de transmisión de esas ideas y significados, y con la mente de un interlocutor. Una empresa lingüística, puesto que presupone

19 Para estos planteamientos: C. Paoli, *Comunicación e información* (Trillas, México 1982).

20 Cf. H. Holzer, *Sociología de la comunicación* (Akal, Madrid 1978) pp. 81 y ss. Señalamos de manera especial las aportaciones de A. Mattelart (*La comunicación masiva en el proceso de liberación*, 1978; *Multinacionales y sistemas de comunicación*, 1977); H. M. Enzensberger (*Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, 1972) y R. Escarpit (*Teoría general de la información y de la comunicación*, 1977).

21 A. Miller, *Psicología de la comunicación* (Paidós, Buenos Aires 1979).

22 K. Stewart, *Psicología de la comunicación* (Paidós, Buenos Aires 1973).



el lenguaje tridimensionalmente —según señala Duzac<sup>23</sup>—, como un conjunto de sonidos articulados (fonética), como un instrumento del pensamiento (semántica)<sup>24</sup> y como un hecho social, como medio de comunicación. Y una empresa filosófica, porque la comunicación, en su relación con la semántica, habrá de tratar de la naturaleza del significado de las palabras, de la naturaleza del significado de las cosas, de sus relaciones y de la teoría general del significado. También porque la comunicación es un acto intencional, cuya función consiste en suscitar en el destinatario el significado a que se apunta y porque es fundamentalmente verbal.

La psicología, en tanto que estudia al hombre en sus deseos, emociones, sentimientos, experiencias, ideas y conocimientos, en modo alguno puede abstraerse del hecho de que tal espectro de fenómenos tiene que ver explícita e implícitamente con un a priori: el vivir con otros. Es por ello que tal disciplina habrá de enfocar la temática comunicativa renunciando a cualquier intento de explicación establecido desde rígidas posiciones con base en la individualidad estricta.

El análisis de los procesos de motivación, percepción y emociones, indisolublemente vinculados a los propios del pensamiento y, por ello, con todo el amplio espectro de conductas referentes al aprendizaje, connotan múltiples derivaciones para el estudio no sólo psicológico, sino también social. Es así que temáticas como la de la relación entre pensamiento y lenguaje, personalidad y conocimiento o la de la plasticidad del desarrollo humano, pueden y deben ser contempladas desde la perspectiva de una psicología de la comunicación humana, aunque no exista, propiamente hablando, una disciplina así denominada en el conjunto de las ciencias humanas y sociales<sup>25</sup>.

1.2.1.2. *Psicolingüística*. Referimos que existen tendencias diversas en el estudio psicológico del comportamiento verbal<sup>26</sup>. Una primera pone el acento en el estudio psicológico del comportamiento verbal. Así, Wundt se ocupó del lenguaje más desde un punto de vista naturalista que expe-

23 Ampliamente sobre estas relaciones: A. Hormann, *Introduction à la psycholinguistique* (Larousse, Paris 1972); S. Rosenberg, (ed.), *Directions in Psycholinguistics* (MacMillan, New York 1965). Como lugares clásicos: B. L. Whorf, *Lenguaje, pensamiento y sociedad* (Barral, Barcelona 1970); A. Schaff, *Lenguaje y conocimiento* (Grijalbo, México 1967).

24 Cf. S. Ullmann, *Semántica. Introducción a la ciencia del significado* (Aguilar, Madrid, 1970); G. Frege, *Estudios sobre semántica* (Ariel, Barcelona 1975); N. E. Christensen, *Sobre la naturaleza del significado* (Labor, Barcelona 1988).

25 Sobre los quehaceres de la psicología, su objeto y campos de estudio, así como la diversidad de sus orientaciones teóricas: E. Heidbreder, *Psicologías del siglo XX* (Paidós, Buenos Aires 1971); J. L. Pinillos, *Principios de psicología* (Alianza, Madrid 1976); A. Katz, *Manual de psicología* (Morata, Madrid 1977); B. B. Wolman, *Teorías y sistemas contemporáneos en psicología* (Martínez Roca, Barcelona 1979); Idem, *Manual de psicología, III: Aprendizaje, lenguaje, pensamiento e inteligencia* (Martínez Roca, Barcelona 1980).

26 Para los campos específicos de investigación de la psicolingüística y sus aspectos comunicacionales: A. J. Greimas, y otros, *Lingüística y comunicación* (Nueva Visión, Buenos Aires 1976) (poética, pp. 9-21; neurolingüística, pp. 83-101; musicología, pp. 129-42); K. Bühler, *Teoría de la expresión* (Alianza, Madrid 1980); M. A. K. Halliday, *El lenguaje como semiótica social* (FCE, México 1983); H. Boada, *El desarrollo de la comunicación en el niño* (Anthropos, Barcelona 1988).

rimental: «experimento de asociación de palabras. Una segunda se centra sobre el aprendizaje verbal. Es el caso de Ebbinghaus (*Ueber das Gedächtnis. Untersuchungen zur experimentellen Psychologie*, 1885), que se interesó en la formación de asociaciones más que en los problemas generales del lenguaje. Entre ambas existe una tercera que se atiende a los procesos intermedios, es decir, a la función de los procesos verbales como mediadores del binomio estímulo-respuesta.

Hacia 1950 la psicolingüística toma un nuevo rumbo. Pretende la combinación de psicología, lingüística descriptiva y teoría de la información. En esta línea, P. Fraisse (*Lenguaje, comunicación y decisión*, 1974) definió la psicolingüística como el «estudio de las relaciones entre nuestras necesidades de expresión y comunicación y los medios que nos ofrece una lengua aprendida...». E. Veron (*Lenguaje y comunicación*, 1968), la caracterizó como aquella área de conocimiento de la lingüística que estudia los procesos de utilización de los signos por parte de los usuarios. Ch. E. Osgood y Th. A. Sebeok (*Psicolingüística*, 1974), la presentan como el estudio «de las relaciones entre los mensajes y las características humanas de los individuos que los seleccionan e interpretan». Por último, J. Piaget (*El lenguaje y las operaciones intelectuales*, 1957) reconoce que si bien existe una conexión entre el lenguaje y el pensamiento, el lenguaje sólo es condición necesaria pero no suficiente para la consumación de las estructuras lógicas.

El «homo loquens», cuando habla y nombra, no sólo lleva a cabo un «...comportamiento puramente lingüístico —es decir, nuestra manera de emplear sonidos y palabras, formas y construcciones sintácticas—, as esimismo una parte del complejo de los modelos sociales de conducta que caracterizan a los grupos humanos»<sup>27</sup>.

Lo que equivale a decir que los signos lingüísticos funcionan en un proceso de comprensión intersubjetiva que supone, por otra parte, un elevado nivel de desarrollo de las capacidades de abstracción y generalización, es decir, suponen al «homo sapiens». Por ello las explicaciones sociológicas nítidas y taxativas sobre el lenguaje como elemento mediador entre el/los sujeto/os y la realidad, además de hacer obvia la conexión entre lenguaje y conocimiento, ponen de manifiesto las profundas vinculaciones entre lenguaje y acción social. Una mera enumeración de las principales propiedades específicas de éste —doble articulación, elasticidad, carácter abierto o productividad, transmisión por tradición cultural, así como la admisión de la capacidad humana para aprender más de una lengua y la reflexividad<sup>28</sup>—, no sólo hace posible sostener una diversidad de teorías sobre el hecho lingüístico<sup>29</sup>, sino también afirmar la rotunda naturaleza sociocultural de los sistemas y mecanismos propios del lenguaje. De este modo hay que comprender las reflexiones que van más allá del análisis funcional del comportamiento verbal

27 B. Malmberg, *La lengua y el hombre* (Istmo, Madrid 1966) p. 54.

28 A. Schaff, *Ensayos sobre filosofía del lenguaje* (Ariel, Barcelona 1973) pp. 68-75. También para una descripción de las funciones del lenguaje: W. P. Robinson, *Lenguaje y conducta social* (Trillas, México 1978) especialmente pp. 29-69.

29 Cf. J. Bronckart, *Teorías del lenguaje* (Herder, Barcelona 1980).

—caso de la psicología del lenguaje<sup>30</sup>—, y que, pasando por enfoques de estudio estrictamente lingüísticos —caso de la lingüística estructural y de la gramática generativa—, conducen hasta la contemplación de aquél como un aparato de naturaleza enunciativo-discursiva.

Comprobamos, pues, por una parte, una diversidad muy amplia de perspectivas y enfoques acerca del lenguaje, pero todas caben ser remitidas a un denominador común: tratase de un fenómeno obligadamente ubicado en la realidad social, cualquiera que sea la premisa adoptada para analizarlo. Por tanto, una sociología del lenguaje habrá de considerar,

«que la comunicación social establece una actuación entre locutores y realidad social. Es decir, una interactuación. Esto es así desde esta perspectiva, porque la conducta verbal en la sociedad nos demuestra tres niveles de relación socio-lingüística:

1. Expresión verbal.
2. Contenido verbal.
3. Significado compartido.

De este modo, el lenguaje, aparte de ser instrumento de la comunicación y de la expresión del pensamiento, es un vínculo entre los hombres para adecuarse al proceso de la historia»<sup>31</sup>.

Si ello es así, preguntarse con J. Fishman «por qué se ha empezado a desarrollar sólo recientemente la sociología del lenguaje», no es una cuestión banal, sobre todo cuando se tiene en cuenta el alcance que a ésta se confiere:

«...pretende descubrir no sólo las reglas o normas sociales explicativas y determinantes de la conducta lingüística y actitudes ante la lengua de una comunidad, sino también determinar el valor simbólico que las variedades lingüísticas tienen para los hablantes»<sup>32</sup>.

La relación lenguaje-sociedad pasa entonces por observaciones de alto interés acerca de cómo nuestra forma de hablar responde a nuestra evaluación de una serie de factores culturales, sociales o incluso geográficos<sup>33</sup>, o acerca de la influencia de los factores sociales sobre el desarrollo verbal<sup>34</sup>, por mencionar campos muy destacados y polémicos. Es también desde esta referencia recíproca entre sociedad y lenguaje como alcanza todo su relieve la investigación en torno a los lenguajes cibernéticos e informáticos<sup>35</sup>, y hasta incluso las virtualidades terapéuticas del lenguaje<sup>36</sup>.

30 Para las relaciones entre psicología y lenguaje: R. Brown, *Psicolingüística* (Trillas, México 1981); J. Engelkamp, *Psicolingüística* (Gredos, Madrid 1981); Ch. E. Osgood - Th. A. Sebeok - A. R. Diebold, *Psicolingüística* (Planeta, Barcelona 1974).

31 A. Espejo, *Lenguaje, pensamiento y realidad* (Trillas, México 1983) p. 77.

32 J. Fishman, *Sociología del lenguaje* (Cátedra, Madrid 1979) pp. 37-38.

33 L. Nader, 'Nota sobre las actitudes y el uso del lenguaje', en F. Gracia (comp.), *Presentación del lenguaje* (Taurus, Madrid 1972) pp. 445-50.

34 A. R. Jensen, 'Clase social y aprendizaje verbal', *Ibid.*, pp. 419-42.

35 Cf. J. Singh, *Teoría de la información, del lenguaje y de la cibernética* (Alianza, Madrid 1982).

36 Cf. L. Cencillo, *Terapia, lenguaje y sueño* (Marova, Madrid 1973).

Restringiéndonos al ámbito propio del enfoque comunicativo, mediado irremediabilmente por el lenguaje, se hace necesario subrayar su valor instrumental. Así, no sólo la vía semántica<sup>37</sup>, sino también la pragmática, y ambas concretizadas en los mecanismos del habla humana, constituirán un intento fructífero con vistas a explicar el aspecto creativo del uso del lenguaje, las redes de comunicación en pequeños y grandes grupos, el peso específico de los actos de habla en los procesos de toma de decisiones o la interferencia ideológica en situaciones de comunicación de masas. En suma, como afirma Verón:

«El lenguaje es el único tipo de conducta social cuya función primaria es la comunicación. Cualquier otro fragmento de acción social tiene sin duda una cualidad de mensaje, pero esta cualidad acompaña a funciones primarias que no se agotan en la función de significar: subsistencia, control, aprendizaje, esparcimiento, descanso y muchas otras. La conducta lingüística, en cambio, es primariamente comunicación, y es a través de esta función como puede cumplir las otras»<sup>38</sup>.

1.2.1.3. *Psiquiatría de la comunicación*. No existe una especialidad así denominada, pero entre comunicación y psiquiatría existen indudables relaciones<sup>39</sup>. En primer lugar, porque se dan anomalías psicopatológicas que perturban las facultades comunicativas de los individuos. Nos referimos sobre todo a las patologías del lenguaje: retraso en el habla, defectos de articulación, defectos fónicos, de ritmo, etc.; de la etiología de estos trastornos orgánicos y/o funcionales.

Mención especial merecen las enfermedades mentales como factor perturbador de las facultades perceptivas y expresivas. Así, las neurosis, a juicio de E. Verón y C. Sluzki (*Comunicación y neurosis*, 1970), influirían sobre la comunicación, ya que generan una manipulación de los significados. Si se tiene en cuenta la afirmación de Lévi-Strauss (*Anthropologie structurale*, 1958) de que la neurosis es un mito individual, se entiende la definición de la neurosis como un sistema de comunicación distorsionada. Las alteraciones que producen las psicosis en las funciones del yo afectan más a la comunicación, sea por trastornos en la función de contacto con la realidad, sea por trastornos de los procesos mentales, o por perturbaciones de los mecanismos de defensa.

En segundo lugar, psiquiatría y comunicación se relacionan porque existen rasgos socioculturales que tienden a producir anomalías psíquicas. Su estudio es objeto por excelencia que ocupa a la psiquiatría

37 Para lo referente a la teoría del significado: J. Hierro Pescador, *Principios de filosofía del lenguaje*, II, *Teoría del significado* (Alianza, Madrid 1982).

38 E. Verón y otros, *Lenguaje y comunicación social* (Nueva Visión, Buenos Aires 1967) p. 11. También respecto a estas mismas consideraciones: A. Akmajian - R. A. De Mers - R. M. Harnish, *Lingüística: una introducción al lenguaje y a la comunicación* (Alianza, Madrid 1984); P. Fraise - J. Piaget (comp.), *Lenguaje, comunicación y decisión* (Paidós, Buenos Aires 1974); G. Miller, *Lenguaje y comunicación* (Amorrortu, Buenos Aires 1979); B. Badura, *Sociología de la comunicación* (Ariel, Barcelona 1979), especialmente pp. 100-204.

39 Cf. C. Castilla del Pino, *La incomunicación* (Península, Barcelona 1970); W. Pagés *La vida afectiva de los grupos* (Fontanella, Barcelona 1977); K. Jaspers, *Esencia y crítica de la psicoterapia* (Fábril, Buenos Aires 1959); A. Zalesnik - D. Moment, *The Dynamics of Interpersonal Behavior* (J. Wiley, New York 1964).

social, ya sea en su vertiente epidemiológica, ya en su vertiente transcultural o intercultural. Por último, entre psiquiatría y comunicación existen vinculaciones dado que la propia interacción social puede influir sobre los problemas psíquicos que afectan a la comunicación. Con la ayuda de técnicas tales como la observación participante, la entrevista, los tests psicológicos, etc., se puede analizar, por ejemplo, la repercusión que sobre la salud de los pacientes tiene el modo específico de funcionamiento de un determinado hospital psiquiátrico, o aprovechar las fuerzas de un determinado grupo para que funcione mejor un específico tratamiento terapéutico. Así, los estudios de M. Jones (*The Therapeutic Community*, 1952), R. Papoport (*Community as Doctor*, 1961), y G. Fairweather (*Social Psychology in Treating Mental Illness: An Experimental Approach*, 1964).

1.2.1.4. *Psicología social de la comunicación.* Una primera cuestión a abordar es la relativa a las razones psicosociales de la comunicación; es decir, aquella relativa al estudio de las necesidades, de los deseos, psicosociales, que impulsan a los hombres a la interacción e intercambio comunicativos. La disputa en torno a si la comunicación es resultado de una motivación innata o si, por el contrario, es producto de un proceso más o menos complejo de aprendizaje, según el modelo herencia-ambiente, puede ser considerada, en el mejor de los casos, como una argumentación tan simple como poco fructuosa<sup>40</sup>. Ni siquiera el supuesto de la existencia de una pulsión explorativa dada al hombre (Welker, Butler, Harlow) resulta suficiente para una explicación cabal.

Mas ciertas pueden considerarse aquellas razones que se apoyan, de un modo u otro, en el postulado de un fundamento comunicativo en la conducta humana basado en el requerimiento de la reducción de la incertidumbre o, si se prefiere, de amortiguamiento del conflicto cognoscitivo. Incertidumbre que, por lo demás, puede definirse como estados psíquicos en que los individuos se muestran incapaces para enmarcar objetos, sujetos, acontecimientos, etc., en las categorías de significado propias de sus estructuras cognitivo-simbólicas. La salida a tales estados puede oscilar entre un «quantum» tan elevado de ansiedad que paralice la capacidad objetiva y una tolerancia desmesurada a la ambigüedad capaz de insensibilizar a la propia motivación para el conocimiento.

Las explicaciones sobre las conductas encaminadas a la reducción de la incertidumbre se hallan, como ya se ha apuntado, estrechamente vinculadas a la muy conocida y divulgada teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, Thibaut, Allport, Osgood, etc.). Se apoya tal teoría en la tensión intrapsíquica que se produce en los individuos cuando reciben

40 G. Pastor Ramos, *Conducta interpersonal. Ensayo de psicología social sistemática* (Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca 1983) pp. 328-39; L. Thayer (ed.), *Communication: Concepts and perspectives* (Spartan Books, Washington 1967); C. H. Cooley, *Human nature and the social order* (The Free Press of Glencoe, New York 1956); S. Moscovici, *Introduction à la Psychologie Sociale*, II (Larousse, Paris 1973); L. Festinger, 'Informal social communication', en *Psychological Review* 57 (1950) pp. 117-40; H. A. Bosmajian (ed.), *The rhetoric of nonverbal Communication* (Scott Foresman, Glencoe 1971); R. B. Zajonc, *La psicología social: estudios experimentales* (Marfil, Alcoy 1967); L. Buceta, *Introducción histórica a la psicología social* (Vicens Vives, Barcelona 1979).

informaciones contradictorias. El desarrollo de tales formulaciones ha sido variado: tomar el fenómeno como estímulo para la búsqueda de nuevas informaciones o tratarlo como una modalidad propia de la conducta filiativa, por mencionar las líneas más destacadas y elaboradas.

Otras razones de la comunicación interpersonal que pueden ayudar a la comprensión de la tendencia del hombre a comunicarse, se cifrarían en los siguientes fenómenos: el deseo de poder, el deseo de prestigio y la tendencia a la extraversion.

Si por poder se entiende, en psicología social, la capacidad efectiva que un individuo posee de controlar las alternativas de conducta de que disponen otras personas, parece evidente que la comunicación puede ser uno de los instrumentos fundamentales para la conquista y el ejercicio del poder. Por mencionar un aspecto de los más estudiados, señalamos que las investigaciones de dinámica de grupos ya han descubierto que, en términos de comunicación, el líder es la persona más activa en el grupo.

En segundo lugar, el deseo de prestigio está muy relacionado con la motivación de poder. Tal deseo supone que los humanos se esfuerzan por cumplir bien sus roles sociales para ganar estima y ascender en la escala de valoraciones de status. En definitiva, los actos comunicativos que nacen de motivaciones egocéntricas son una subespecie de conductas provocadas por la motivación psicosocial de control sobre los demás, pues lo que intenta una persona al mostrar una buena imagen de sí, no es otra cosa que defender las posiciones de poder adquiridas en un grupo, o ganar poder sobre el mismo, para que no le sean arrebatadas las metas o recompensas a las que aspira.

La tendencia a la extroversión constituye una razón más para explicar la conducta comunicativa. Los individuos no se resisten mucho tiempo a la carencia de contacto interpersonal y bien sabido es que a largos períodos de autoconfinamiento, se sigue una creciente necesidad de entablar relaciones y de hablar. La rutina y el aburrimiento, la búsqueda de nuevas sensaciones, pueden ser, por lo tanto, otro de los motivos que produzcan comunicación interpersonal.

En resumen, la comunicación humana, aunque desde la óptica de la psicología social nace fundamentalmente del deseo de entender y reducir la incertidumbre, sirve también a otras necesidades como la manipulación (deseo de distraerse y buscar estimulación) o la egodefensiva. También a diversas tendencias como la egocéntrica, el dominio sobre los demás, etc. Una vez capacitado el hombre para comunicarse, su sistema de comunicación lo puede utilizar y poner al servicio de cualquier conducta interpersonal (afiliación, atracción, percepción, agresión, formación y cambio de actitudes, etc.)<sup>41</sup>.

41 G. Marín, *Lecturas de psicología social contemporánea* (Trillas, México 1976) pp. 37 y ss.; J. Stoetzel, *Psicología social* (Marfil, Alcoy 1966) p. 186; J. M. Salázar, y otros, *Psicología social* (Trillas, México 1980) pp. 32 y ss.; M. Deutsch - R. M. Krauss, *Teorías en psicología social* (Paidós, Barcelona) p. 42; Ph. Lersch, *Psicología social. El hombre como ser social* (Scientia, Barcelona 1967) p. 45; M. Argyle, *Psicología del comportamiento interpersonal* (Alianza, Madrid 1978) pp. 47-50; H. Proshansky - B. Seidenberg, *Estudios básicos de psicología social* (Tecnos, Madrid 1973) pp. 199 y ss.; J. H. Curtis, *Psicología social* (Martínez Roca, Barcelona 1978) pp. 377 y ss.; J. Mai-

Dos ámbitos temáticos tratados por la psicología social, de modo especial, son los que constituyen el análisis del altruismo y el de la persuasión. De ellos nos ocupamos seguidamente.

Aunque suscite menos atención y sensacionalismo que las manifestaciones de agresión y violencia, los actos altruistas son también propios del hombre. Se puede definir el altruismo en oposición al concepto de agresión. Será altruista cualquier conducta cuya finalidad consista en hacerle un bien a otra persona, sin expectativas de retribución. Consecuentemente, caracterizan a la conducta altruista, como ingredientes indispensables, la intencionalidad y la libertad de decisión. Es decir, que una acción que resultase en beneficio de otra persona, pero que fuese independiente de la voluntad de su agente, no sería considerada como altruista. Lo mismo se aplica a los meros deseos o a las fantasías inconscientes <sup>42</sup>.

Dos son las posibles fuentes del origen de la conducta altruista: como resultante de un instinto altruista, aunque la noción de instinto altruista no goza de la misma aceptación que la de un instinto agresivo, ni tampoco desempeña un papel fundamental en las principales teorías. Quizá Adler, al postular la existencia de un interés social innato, cuyo desarrollo resultaba indispensable para la estructuración y proceso de una personalidad normal, fue el que más se aproximó a la proposición de la existencia de un instinto altruista en el ser humano. Sea como fuere, la noción de conducta altruista como resultante de una actividad instintiva no constituye para los psicólogos un asunto de mayor importancia. Por otra parte, la conducta altruista aparece como resultado de la conjugación del aprendizaje y de factores situacionales.

Obviamente, ninguna de las fuentes agota todos los posibles factores motivadores de la conducta altruista. Sin embargo, indican que la noción de responsabilidad social, el sentimiento de reciprocidad, el deseo de reparar un daño y la comprensión para un sentimiento de culpa, son capaces de producir conductas altruistas. Serán necesarios otros estudios para que se puedan obtener mayores y mejores conocimientos acerca de la psicología de la conducta altruista.

El otro ámbito apuntado, el de la persuasión, constituye, sin duda, uno de los efectos más valoradores del proceso comunicacional. Consiste en modificar las creencias, valores, actitudes o conductas de los receptores utilizando la comunicación. Ya Aristóteles trató de encontrar el procedimiento más eficaz para convencer a los demás sobre la veracidad o validez de ciertos argumentos. Sin embargo, el proceso no es simple

sonneuve, *Introducción a la psicología* (Morata, Madrid 1974) pp. 153 y ss.; S. Backman, *Psicología social* (McGraw-Hill, México 1976); R. Brown, *Psicología social* (Siglo XXI, México 1972) especialmente capítulos 9, 10 y 11; Th. M. Newcomb, *Manual de psicología social* (Eudeba, Buenos Aires 1971) especialmente parte II; S. E. Asch, *Psicología social* (Eudeba, Buenos Aires 1972) especialmente parte V; G. F. Summers, *Medición de actitudes* (Trillas, México 1976); J. R. Torregrosa (comp.), *Teoría e investigación en la psicología social actual* (Instituto de la Opinión Pública, Madrid 1974); S. Moscovici, *Psicología de las minorías activas* (Morata, Madrid 1981).

<sup>42</sup> J. Ph. Leyens, *Psicología social* (Herder, Barcelona) pp. 193 y ss.; R. Brown, *Psicología social...*, pp. 61 y ss.; F. Heider, *The Psychology of interpersonal relations* (Wiley, New York 1958); J. Maisonneuve, *Psychosociologie des affinités* (PUF, Paris 1966).

ni mecánico y en cada uno de los tres elementos fundamentales —emisor, mensaje y receptor—, que intervienen en la comunicación, se hallan implícitas algunas variables que se analizan brevemente a continuación <sup>43</sup>.

En relación al comunicador, se consideran las siguientes variables: la credibilidad y la personalidad. La credibilidad es una de las variables más importantes. A mayor credibilidad, mayor influencia. Lo que está también en relación con el prestigio, el poder y el grado de conocimiento de la materia. El factor de la personalidad del comunicador es asimismo importante: por ejemplo, el atractivo físico y el dinamismo tanto en la forma de emisión del mensaje como en la manifestación expresiva.

El análisis del mensaje y su contenido comprende aspectos tales como el estructural, que se relaciona con la forma de presentación, y el contenido propiamente dicho.

En cuanto al receptor, uno de los factores a tener en cuenta lo constituye, otra vez, la personalidad, puesto que las diferencias individuales determinan el efecto de los mensajes y ello genera que algunas personas sean persuadidas más fácilmente que otras. Factor igualmente a tener en consideración es la forma cómo el sujeto se expone al mensaje: voluntariamente o bajo alguna forma de compulsión. Obviamente, en el primer caso la influencia es mayor que en el segundo. Además, el receptor tiene ciertas expectativas en relación al comunicador, y las intenciones que se perciben con respecto al mensaje o la situación son determinantes para el logro del fin deseado. Huelga añadir que ninguna de estas variables apuntadas es por sí sola determinante ni suficiente para generar un cambio en el sistema de creencias de un sujeto. Su efecto dependerá de la conjunción de un grupo de variables que interactúan: características de la audiencia, tipo de mensaje, situación o contexto en que se presenta la información, etc.

Al margen de estas consideraciones puntuales acerca de los componentes a tener en cuenta en el análisis de la personalidad, conviene no perder de vista aspectos importantes como los que emanan de su vinculación con la motivación y la retórica <sup>44</sup>, o los referidos a los diferentes ámbitos en que la persuasión puede ser ejercida: interpersonal, en el marco de las organizaciones o en los medios de comunicación de masas <sup>45</sup>.

Si, por otra parte, nos atenemos a criterios más bien de orden metodológico, podemos referir que la psicología social para analizar el proceso comunicativo diferencia dos grandes niveles: macrosociológico y microsociológico. El primero se centra en el estudio de los sistemas de comunicación en la sociedad global, su estructura, desarrollo histórico, funcionamiento, relación entre el sistema de comunicación y la estructura económica, política, etc. Incluso se puede abordar el estudio de la

43 C. I. Hovland - I. L. Janis - H. H. Kelly, *Communication and persuasion* (Yale University Press, New York 1953); J. A. C. Brown, *Técnicas de persuasión* (Alianza, Madrid 1984); C. I. Hovland, *The order of presentation in persuasion* (Yale University Press, New Haven 1957).

44 Cf. R. S. Ross, *Persuasión. Comunicación y relaciones interpersonales* (Trillas, México 1978); J. Berrio, *Teoría de la persuasión* (ATE, Barcelona 1983).

45 Para un análisis minucioso referido a estos órdenes: K. K. Reardon, *La persuasión en la comunicación* (Paidós, Barcelona 1983).



cultura como un fenómeno de comunicación (Eco, Moles). Aquí se incluyen los mecanismos implícitos en la comunicación de masas, información, consumo, etc.

En el segundo se cobija el estudio de los fenómenos de comunicación a nivel intrapersonal, a nivel diádico, en los pequeños grupos y en las instituciones y organizaciones.

El nivel intrapersonal es el más elemental, y quizá el de menor interés para el psicólogo social. Muchos autores lo han aceptado debido a que no han encontrado en él los elementos comunes a los demás niveles de análisis. No obstante, se le puede considerar como el proceso mediante el cual el sujeto se comunica consigo mismo utilizando símbolos verbales implícitos o representaciones imaginativas. Podría reducirse al pensamiento y la actividad simbólica, aunque también puede ser abordado desde la perspectiva del análisis de los procesos perceptivos y cognoscitivos. Para el psicólogo social este nivel puede resultar interesante en la medida en que sus contenidos y funciones están determinados socialmente.

El nivel diádico supone un sujeto «A» que se comunica con otro «B», respecto de algún objeto «X». Newcomb extrapoló, desde la teoría del equilibrio de Heider, formulaciones referentes a la comunicación interpersonal. Afirma que cuando dos personas se perciban interdependientes y cada una de ellas está orientada hacia una tercera entidad, ambas tenderán a desarrollar orientaciones similares hacia esa entidad. De este modo, la comunicación interpersonal incrementa la probabilidad de desarrollo de orientaciones similares. En cambio, en una pareja o grupo interdependiente con orientaciones disímiles, existe tendencia a aumentar la frecuencia de los actos comunicativos con el fin de reducir las diferencias. Concluye que la tendencia al equilibrio es característica tanto de los sistemas interpersonales como de los intrapersonales.

En lo que respecta a los pequeños grupos, en todos existen mecanismos de comunicación que establecen nexos diferenciales entre sus miembros. El flujo y los contenidos de la comunicación no son homogéneos y el acceso a posiciones predominantes de comunicación puede determinar los roles de liderazgo o poder en el grupo.

Por último, en toda organización e institución existen estructuras y desempeño de funciones que son posibles gracias a los nexos y redes de comunicación que se establecen entre los distintos elementos. La estructura jerárquica implica el flujo de información en determinado sentido, con tiempo limitado y contenidos específicos.

### 1.2.2. Consideraciones semióticas

Tratamos bajo este epígrafe aproximaciones a la comunicación centradas en torno al signo no verbal. Explícitamente nos ocuparemos de la kinesia o kinesia, la antropología cultural, la comunicación no verbal y la semiología de los medios de comunicación de masas<sup>46</sup>.

46 Para la fundamentación teórica de este ámbito: J. L. Prieto, *Principes de Noologie* (Mouton, The Hague 1964); P. Guiraud, *La Sémiologie* (PUF, Paris 1971); L. Marin, *Etudes Sémiologiques* (Klincksieck, Paris 1971); G. Mounin, *Introducción a*

1.2.2.1. *Kinesia*. Su origen está en el deseo de compensar la atención dirigida al lenguaje, convertido en factor prácticamente exclusivo de la comunicación humana. Es a Ch. Darwin (*Expression of the Emotions in Man and Animals*, 1872) a quien se presenta como pionero en el estudio del comportamiento corporal comunicativo, aunque no llegue a considerar el movimiento y la expresión corporales como sistemas ordenados de comunicación. A. Sapir (*Communication*, 1931 y *Language*, 1933) entiende que el movimiento corporal viene a ser un código de necesario aprendizaje para una comunicación exitosa. D. Efron (*Gesture and Environment*, 1941) demostró la determinación cultural de los complejos gestuales de pueblos como los del sur de Europa. Sin embargo, el estudio científico sobre la naturaleza de la comunicación a través de los movimientos corporales comenzó con R. L. Birdwhistell (*Introduction to Kinesics*, 1952). Una doble influencia marcó su obra. La primera, de naturaleza teórica, proviene de la lingüística descriptiva; la segunda, de naturaleza empírica, del choque cultural originado en las diferentes formas de gestos y expresiones propias de los Kutenai y de los norteamericanos. Birdwhistell hace hincapié en los movimientos corporales como conductas, considerando a éstas formas de comunicación. Trata de elaborar un sistema estructurado identificando unidades (kines y kinemas) que se combinan en actos complejos: los gestos.

De las diferentes clasificaciones de las conductas comunicacionales relacionadas con el movimiento, señalamos algunas. Mehrabian (1969) menciona los movimientos giratorios del tronco, oscilaciones del tronco, inclinación de la cabeza, gesticulación, automanipulación y movimientos de las piernas y los pies. Además incluye las expresiones faciales. Wiener, Devoe y Rubinow (1972) mencionan como aspectos comunicacionales de los movimientos los siguientes: gestos pantomímicos formales e improvisados y gestos de modificación semántica y relacionales. Efron (1970) menciona tres dimensiones en las que se pueden analizar los movimientos: espacio-temporal, interlocucional y lingüístico. Ekman y Friesen (1967) destacan algunas funciones de los gestos y los movimientos en la comunicación: emblemas, ilustradores, reguladores, manifestadores de afecto y adaptadores del yo.

En suma, su hipótesis de partida se sitúa en la existencia del denominado «lenguaje del cuerpo». Se trata, por tanto, de una orientación que pone el acento sobre las pautas de conducta de la comunicación no verbal. El conjunto de gestos y movimientos compondrían sistemas kinésicos susceptibles de analizar no como componentes pertenecientes a la parte instintiva de la naturaleza humana,

«...sino como sistemas de comportamiento aprendido que difieren en forma notable de una cultura a otra. Como el lenguaje y las vocalizaciones, se los aprende de manera 'informal', es decir, imitando a otros, proceso en el cual tanto el que aprende como el que enseña tienen poca o ninguna conciencia de estar aprendiendo o enseñando»<sup>47</sup>.

la semiología (Anagrama, Barcelona 1972); J. Katz, *Teoría semántica* (Aguilar, Madrid 1979).

<sup>47</sup> A. G. Smith (comp.), *Comunicación y cultura*, 2. *Sintáctica*, ed. cit., pp. 31-32. Cf. J. Fast, *El lenguaje del cuerpo* (Kairós, Barcelona 1980) pp. 9-10.

En la actualidad, dos son las líneas básicas de investigación: una que intenta aislar las formas significantes del comportamiento comunicativo del cuerpo; otra, interesada en el análisis del contexto en que operan esas mismas formas. Igualmente, ha contribuido en el estudio de la kinesia la aportación etológica. En esta línea destaca E. T. Hall (*The Silent Language*, 1959) quien, dentro de un marco general para el análisis de la cultura, entiende a la lengua asociada con la kinesia y la paralingüística.

1.2.2.2. *Antropología cultural*. De gran interés para el análisis de la comunicación son los estudios procedentes del ámbito de la antropología cultural y la etnografía. De manera especial, el movimiento denominado etnolingüística o etnosemántica que trata de hacer más rigurosos los criterios de descripción y de análisis etnográfico. Esta «nueva etnografía» tiene su origen en la lingüística.

En el proceso de investigación antropológica se dan dos opciones: emic y etic. Términos acuñados por Pike<sup>48</sup>, quien asoció el análisis émico a la obtención de resultados estructurales y el ético a los no estructurales. Pike también señala que la estructura emic tiene que corresponder a la «intención» del sujeto observado.

M. Harris define, por su parte, las proposiciones emic como referidas a sistemas lógico-empíricos, cuyas distinciones fenoménicas o «cosas» están hechas de contrastes y discriminaciones que los sujetos mismos consideran significativas. Rechaza el uso exclusivo de la perspectiva emic en antropología, debido a que algunos etnosemánticos insisten en que el campo de la cultura sólo es definible en términos emic. Los actos, objetos, acontecimientos, etc., relevantes para la conducta humana rara vez expresan una regla de un código.

Sea cual fuere la opción adoptada, toda cultura es portadora de una semántica y, por ello, se descubre en ella un acontecimiento de amplio alcance comunicativo: los fenómenos culturales transmiten una información a quienes en ellos participan. Si entendemos por cultura toda «red compleja de normas y temas que representan en general el aprendizaje mancomunado de la humanidad»<sup>49</sup>, la razón reside en la capacidad simbolizadora del hombre que, de este modo, puede transmitir la cultura no sólo en lo que ésta abarca en un momento dado del devenir, sino también en su pasado. Los espectros, más o menos amplios, de pautas de conducta se regulan, por tanto, por mecanismos de acción simbolizadora, que aún admitiendo que se trata de un ordenamiento artificial del mundo, es el requisito imprescindible para nuestra percepción de él<sup>50</sup>. Obvio es añadir que tal acción y capacidad simbolizadora en modo alguno se restringe a la transmisión estrictamente verbal:

«La gama completa de la comunicación humana se basa en muchas más señales que estos fonemas y fonemas. Una importancia por lo menos equiparable

48 Cf. K. L. Pike, 'Puntos de vista éticos y émicos para la descripción de la conducta', en A. G. Smith (comp.), *Comunicación y cultura*, 1. *La teoría...*, pp. 233-48.

49 R. L. Beals - H. Hoijer, *Introducción a la Antropología* (Aguilar, Madrid 1974) p. 283.

50 E. Leach, *Cultura y comunicación* (Siglo XXI, Madrid 1979) pp. 45 y ss.

a la de éstos les cabe a otras señales analizadas en forma menos completa, como pueden ser los tonos de voz, los gestos y otros portadores de información no verbales y no vocales»<sup>51</sup>.

Por otra parte, se plantea también aquí otro campo temático de gran interés: el de los contactos entre cultura y personalidad o, si se prefiere, a nivel epistemológico, entre antropología y psicología. En esta tesitura, la cultura se nos muestra no ya únicamente como una mera condensación simbólica, sino como generadora de una dinámica propia que se torna criterio explicativo de la existencia de culturas diversas y contribución de primerísimo orden para esclarecer la relación individuo-sociedad. En definitiva,

«...en la esfera de las relaciones humanas resulta imposible —salvo en casos muy raros de extremo primitivismo o brutalidad— localizar una actividad o una realidad meramente biológica o fisiológica practicada o buscada por sí misma, sino que, tanto en la intención de los participantes como en las resultancias espontáneas de la asociación, se interfieren y se producen diversos planos de la realidad: psicológico, afectivo, estético, económico, político e institucional...»<sup>52</sup>.

Es desde esta perspectiva como la íntima vinculación entre comunicación y cultura muestra todo el alcance de su riqueza<sup>53</sup>.

Otra variante de etnografía es la de R. Birdwhistell: la kinésica. Como ya se ha señalado en parte, consiste en el estudio de las funciones de comunicación de los movimientos corporales. Los gestos son unidades emic que implican unas reglas de un sistema de comunicación. Otro conjunto de los estudios emic se ocupa también del análisis de la conducta en términos de las intenciones, motivaciones, objetivos, actitudes, pensamientos y sentimientos de los integrantes de una cultura. Así, B. Colby vincula estos fenómenos con la semántica formal, dando lugar a la «semántica etnográfica»<sup>54</sup>.

1.2.2.3. *Comunicación no verbal*. Aunque de manera indirecta y repetidamente hemos hecho alusión a la comunicación no verbal, perfilamos más concretamente este campo dentro de las consideraciones semióticas.

La comunicación no verbal ha sido considerada por algunos autores como un sistema totalmente independiente del lenguaje. Argyle le atribuye las siguientes funciones: comunicar actitudes y emociones, apoyar a la comunicación verbal y reemplazar al lenguaje en determinadas situaciones de interacción. Por su parte, Duncan menciona las siguientes formas de comunicación no verbal: movimientos oculares, expresión

51 A. G. Smith, (comp.), *Comunicación y cultura*, 2. *Sintáctica...*, p. 11.

52 L. Cencillo - J. L. García, *Antropología cultural: factores psíquicos de la cultura* (Guadiana, Madrid 1976) p. 27.

53 Para el análisis de la cultura en una de las más novedosas líneas de investigación: M. Harris, *El materialismo cultural* (Alianza, Madrid 1982). Asimismo, para una interpretación de la misma como función de las necesidades y deseos humanos: B. Malinowski, *Una teoría científica de la cultura* (Edhasa, Barcelona 1970); W. B. Gudykunst, *Intercultural communication theory* (Sage Publications, Beverly Hills 1983).

54 Para estas orientaciones: M. Harris, *El desarrollo de la teoría antropológica* (Siglo XXI, Madrid 1978) pp. 491-524.

facial, paralenguaje —cualidades de la voz, sonidos, pausas—, proxémica —uso del espacio personal y social—, olfato, uso de artefactos como vestidos y cosméticos, etc. Se trata, como vemos, de la utilización de una serie de sistemas de expresión codificados.

Una definición operativa que nos acerque a la comunicación no verbal podría concretarse así: aquella que refiere comportamientos no lingüísticos. En ella se integran cuatro grandes apartados: kinesia, proxémica, paralingüística y un cuarto que podemos clasificar como presentación corporal social (moda, atuendos, perfumes, etc.)<sup>55</sup>.

Desde el enfoque lingüístico, la kinesia analiza todo el campo de las expresiones corporales, como ya hemos indicado.

La paralingüística comprende los aspectos no lingüísticos del comportamiento y comunicación verbal. Tragar define la paralingüística como «todo aquel conjunto de emisiones sonoras, cualidades de la voz, intensidad, tono, pausas, sonidos no articulados, tartamudeo, que acompañan al habla y sirven como reguladores o intensificadores de su contenido».

Se precisan dos aspectos: por una parte, las variaciones en entonación, altura o intensidad de la voz, variaciones vocales, inflexiones, pausas, etc.; por otra, los movimientos de los ojos y el contacto visual, aspecto éste muy estudiado recientemente por los psicólogos sociales. Han sido identificados factores tales como el poder, la sumisión, la cooperación y la competencia, el agrado o desagrado del interlocutor, etc.

En el enfoque antropológico, la proxémica abarca el estudio del uso y estructuración del espacio físico, tanto por el individuo como por los grupos y por la sociedad global. El término «proxémica» fue propuesto por Hall, quien la define como «el estudio de las formas como el hombre utiliza y estructura inconscientemente el microespacio», distancia entre los hombres en el proceso de interacción, uso del espacio en el habitat, etcétera. Hall ha dividido en cuatro zonas el espacio personal del hombre: íntima, personal, casual y social o pública.

Desde el punto de vista de la psicología social, parece tener mayor interés el espacio personal, llamado también «distancia personal», o «espacio informal». Sommer, por otra parte, menciona que en las interacciones, el espacio personal se estructura de tres maneras: «relacional» —orientación de las personas entre sí al interactuar, de tipo eminentemente psicológico—; «localizacional» —posiciones fijas mantenidas en el espacio durante la interacción (relaciones de poder o status)—; «interaccional» —aspecto expresivo, relación con el espacio y su uso intencional con fines comunicativos—.

Aunque para algunos autores los aspectos espaciales constituyen únicamente modulaciones de la interacción, los efectos de la distancia

55 Cf. F. Davis, *La comunicación no verbal* (Alianza, Madrid 1982); P. E. Ricci Bitti - S. Cortesi, *Comportamiento no verbal y comunicación* (Gustavo Gili, Barcelona 1980); Tora Tortosa y otros, *Estudio de comunicación no verbal* (Ed. de la Universidad de Barcelona, Barcelona 1976); M. L. Kinapp, *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno* (Paidós, Barcelona 1982); K. R. Sherer - P. Ekman, (eds.), *Handbook of methods in nonverbal behavior research* (Cambridge University Press, Cambridge 1982).

y sus consecuencias sobre los distintos elementos de un grupo, no dejan lugar a dudas respecto a su importancia en el estudio de la comunicación.

La sociología, por su parte, analiza estos aspectos a nivel sociocultural, macroscópico. Aunque también acomete la dinámica de la interacción cara a cara, como hace Goffman al analizar reglas de comunicación no verbal en situaciones y espacios sociales (*Behavior in Public Places*, 1963), la corriente del interaccionismo social, la etnometodología (Garfinkel, H., *Studies in Ethnomethodology*, 1967) o la sociología de la vida cotidiana son otros enfoques sociológicos que estudian este ámbito.

La orientación que más se relaciona con el aspecto biológico es el de la etología de la comunicación no verbal. Aquí se trabaja con la hipótesis de que el comportamiento, de algún modo, depende de predisposiciones genéticas y adaptativas. En este terreno se plantea el dilema sobre el origen de la expresión humana y su comunicabilidad y comprensión<sup>56</sup>.

Partimos de que al cuerpo le es dado un código, dispone de una capacidad para emitir y recibir mensajes. El cuerpo tiene un lenguaje, su propio lenguaje. De tal lenguaje se sospecha que puede ser criterio y medida para muchas cuestiones que se tornan particularmente importantes en la interacción humana, en el encuentro comunicativo.

Todo ello se define con una expresión: comunicación no verbal. Expresión que va tomando todos los visos de convertirse en una disciplina de estudio, de un profundo y amplio discurso reflexivo. Una expresión cuyos términos alcanzan a englobar: «todos los acontecimientos de la comunicación humana que trascienden las palabras dichas o escritas»<sup>57</sup>, y cuyas pretensiones alcanzarían desde el comportamiento cinésico —movimiento del cuerpo—, hasta los factores más variados del entorno incluyentes en la comunicación interhumana —luz, temperatura, ruidos, objetos...—, pasando por las características del propio cuerpo y todo cuanto él refiere de posibilidades comunicativas.

Por debajo de postulados así encuadrados no es difícil averiguar la existencia de una inspiración de cuño biológico, al modo evolucionista, en los logros conquistados por los estudios sobre el comportamiento y la comunicación animal. En relación con ello, se adivina también la aceptación de la tesis de la territorialidad. Tesis que hace del espacio factor relevante a tener en cuenta en el análisis de los procesos de interacción. Tampoco andan lejos de estos supuestos la evidencia y comprensión de que las primeras experiencias comunicativas, filogenéticamente hablando, son necesariamente de índole no verbal.

Subrayamos, siquiera sea muy brevemente, la importancia que encierra el espacio. La distancia o la cercanía, la lejanía o la proximidad, no parecen ser asuntos neutrales en el significado del encuentro interpersonal. Con trasfondo cultural distinto, tan distinto como las variaciones que presenta la diversidad de culturas conocidas, en la dimensión espacial se supone e implica la regulación de la interacción social, que

56 Cf. G. Psathas, (ed.), *Phenomenological Sociology* (J. Wiley, New York 1973); M. Wolf, *Sociologías de la vida cotidiana* (Cátedra, Madrid 1982) pp. 19-183; M. Ritchie, *The Relationship of verbal and non verbal communication* (Mouton, The Hague 1980).

57 M. L. Knapp, *La comunicación no verbal...*, p. 41.

puede configurarse como fuente de conflicto. El espacio que una persona controla y que considera de su exclusiva incumbencia, desde luego, se limita con criterios puramente arbitrarios, pero, en cualquier caso, dice del status de una persona, de la orientación actitudinal y emocional de su personalidad en la situación interactiva, del grado de intimidad de la relación, de posiciones de liderazgo o jefatura, etc.

«El espacio comunica. Cuando se forma un conjunto de personas que conversan en grupo ... cada individuo define su posición dentro del grupo por el lugar que ocupa. Al elegir la distancia, indica cuánto está dispuesto a intimar. Por su ubicación, por ejemplo, a la cabeza del grupo, demuestra cuál es el rol que espera desempeñar. Cuando el grupo cristaliza en una configuración concreta y cesa todo cambio de posiciones, es señal de que han cesado también las negociaciones no verbales. Todos los interesados están de acuerdo, aunque sea temporalmente, en cuanto al orden jerárquico de cada uno y el nivel de intimidad que debe mantenerse...»<sup>58</sup>.

El cuerpo se hace mensaje:

«El cuerpo funciona como un lenguaje a través del cual se es más bien hablado que uno habla, un lenguaje de la naturaleza, en el que se delata lo más oculto y lo más verdadero a la vez, ya que es el menos conscientemente controlado y controlable, y el que contamina y sobredetermina todas las expresiones intencionales de sus mensajes, percibidos y no percibidos, comenzando por la palabra»<sup>59</sup>.

En primer lugar, el cuerpo se revela como objeto y signo de percepción debido a los atributos de su apariencia e indumentaria que lo acompañan y enmascaran. Y, aunque no se disponga aún de una idea exacta del papel y grado de importancia que la apariencia y la vestimenta juegan en toda la vasta gama de los encuentros interpersonales, no es menos cierto que variables como el color, el olor y la pilosidad, el atractivo, las ropas, etc., etc., forman parte de los estímulos generales en el sistema total de la comunicación, que influyen el modo de las respuestas de los otros y que hasta pueden ser determinantes de tales respuestas.

«Los datos de nuestra cultura apoyan abrumadoramente la idea de que inicialmente respondemos mucho más favorablemente a aquellos que percibimos como físicamente atractivos que a quienes vemos como no atractivos o feos. No es del todo raro encontrar que las personas físicamente atractivas aventajan a las no atractivas en una amplia gama de evaluaciones socialmente deseables, como éxito, personalidad, popularidad, sociabilidad, sexualidad, persuasividad y, a menudo, felicidad. Las mujeres atractivas es más probable que encuentren ayuda y menos probable que sean objeto de actos agresivos»<sup>60</sup>.

En segundo lugar, el cuerpo deviene en mensaje por el amplio abanico de movimientos, posturas, gesticulación, en suma, por la naturaleza de los ritmos corporales. Todo ello connota la expresión de actitudes,

58 F. Davis, *La comunicación no verbal...*, p. 122.

59 P. Bourdieu, 'Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo', en *Boletín del Instituto de Ciencias de la Educación* 8 (Universidad Autónoma de Madrid 1983) p. 34.

60 M. L. Knapp, *La comunicación no verbal...*, p. 145.

sentimientos, *statuts* e incluso situaciones en que prive un deseo de engañar. El cuerpo se mueve paralela y sincrónicamente con el movimiento del propio discurso. Desde luego, no se trata de una relación simple al modo causa-efecto, pero la relación sincrónica y paralela existe, tanto por lo que respecta a quien emite el mensaje, como por lo que atañe a quien es receptor del mismo. Es decir, se trata, a un tiempo, de autosincronía y de sincronía interaccional. Ningún movimiento, ninguna postura, ninguna gesticulación, es inocente ni acaece al azar, ya se produzca previamente al habla, ya en simultaneidad con ella o ya en inmediata posterioridad. Ya se trate de un «emblema» —«actos no verbales que tienen una traducción verbal específica conocida por la mayoría de los miembros de un grupo de comunicación»<sup>61</sup>—; de un «ilustrador» —acto no verbal íntimamente ligado al discurso hablado<sup>62</sup>—; de un «regulador» —«actos no verbales que mantienen y regulan la naturaleza alternante de hablante y oyente entre dos o más interactuantes»<sup>63</sup>—; o de un «adaptador» —recursos conductuales que se ejercitan en respuestas a situaciones fundamentales de aprendizaje<sup>64</sup>—, su función, en esencia, será la misma: matizar con su particular riqueza significativa la conducta verbal, la naturaleza y características del discurso hablado.

Conviene señalar igualmente la conveniencia de tener siempre en cuenta que la interpretación correcta de semejantes conductas significantes sólo se hace posible manteniendo una perspectiva contextual. Contextual en un doble sentido. Uno más general, que referiría de la diversidad cultural; otro más específico, que recordaría la necesidad de ajustar la interpretación a situaciones concretas —aún dentro de una misma área cultural—, con el fin de evitar las simplificaciones excesivas.

A la altura de esta enumeración debemos también señalar la relación del hombre con la máscara. Máscaras de índole muy diversa, pero generadas todas por la autodisciplina y el autocontrol. Máscaras que sirven al constante afán de ocultar lo que verdaderamente se es o lo que efectivamente se siente. Máscaras que, en definitiva, apelan al deseo de acomodarse, con los menores riesgos posibles, a las expectativas sociales, a las exigencias del «orden público». Pero a pesar de todo,

«...el enmascaramiento no puede ocultar las reacciones involuntarias. Una situación de tensión nos hace transpirar, y no es posible disimularlo. En otras situaciones difíciles nuestras manos y nuestras piernas pueden temblar. Podemos ocultar esos lapsus poniendo las manos en los bolsillos, sentándonos para que nuestras piernas temblorosas no tengan que llevar el peso del cuerpo o caminando tan rápido que nadie se dé cuenta del temblor. Asimismo, se puede esconder el miedo lanzándose vigorosamente en la acción que se teme»<sup>65</sup>.

A continuación, puede procederse a contemplar las posibilidades comunicativas instaladas en la propia corporeidad y, más específicamente, en algunas de sus funciones. Se trata, por lo demás, de un modo

61 *Idem*, *ibid.*, p. 180.

62 *Idem*, *ibid.*, p. 181.

63 *Idem*, *ibid.*, p. 184.

64 *Idem*, *ibid.*, p. 192.

65 J. Fast, *El lenguaje del cuerpo...*, p. 65.



de concretizar, detallar y enriquecer cuanto pueda transcurrir en los procesos no verbales de la interacción y la comunicación humanas.

Explorar y experimentar el propio mundo a través de actos táctiles es muy probable que sea una de las primeras habilidades que se ejercitan:

«Tal vez el testimonio más dramático de la potencialidad comunicativa del tacto se encuentre en el ciego. El diario de Helen Keller cuenta algo que le sucedió una vez que tocaba a su perro: 'Rodaba en el césped... su cuerpo gordo giraba, se puso tieso y se quedó inmóvil en posición erecta, mientras me lamía la mano... Si hubiera podido hablar creo que habría dicho conmigo que el paraíso se alcanza por el tacto'»<sup>66</sup>.

En el acto mismo de tocar va implícito la comunicación de un mensaje y, como cualquier otro modo de enviar mensajes, puede provocar en el interactuante reacciones positivas o negativas. A pesar de que los contactos táctiles varían en volumen y calidad según variables tales como la edad, el sexo, el tipo de relación o las circunstancias de la situación, aquellos admitirían una graduación sucesiva y ordenada que oscilaría entre el tipo de contacto funcional-profesional —de espíritu frío y rutinario— y el contacto de la intimidad amorosa y cálida, pasando por los escalones de la mera cortesía y los de una amistad de carácter más estrecho.

En esta temática, una mención especial merece lo que se ha denominado la «danza de las manos». Danza que acompaña e ilustra cuanto las palabras comunican. Si bien es cierto que la mayoría de los casos no nos proporciona tener conciencia de ello, y si bien es cierto también que cada individuo gesticula con las manos a su propio estilo, estilo que refleja su cultura, ello no resta validez al hecho de que dedos, muñeca y brazo gozan de una articulación y de una capacidad de esclarecimiento de los mensajes que con mucha facilidad, sin problema alguno para lo que se pretende sugerir, podrían sustituir a las palabras.

Y en efecto, ha habido y hay en la historia humana lenguajes de señas y signos, ni escritos ni hablados, que cumplieron y cumplen la función asignada a la palabra:

«...en nuestros días hablamos con la lengua más que con las manos: obviamente es la mejor manera de hacerlo. La voz humana es capaz de lograr muchos matices ricos y sutiles, y la persona que parlotea con las manos, necesariamente se quedará sin habla si tiene que emplearlas en otros menesteres. Aún así, el ademán transmite muchas cosas. Sirve de clave de la tensión de un individuo, puede indicar su origen étnico, y es una expresión directa de su estilo personal»<sup>67</sup>.

Al igual que el tacto, encierra posibilidades comunicativas el sentido del olfato, aunque sea más bien poco lo que sobre tales posibilidades se conoce. Pero la sensación olorosa y el órgano que la percibe, la nariz, son también parte importante del espectro de mensajes que se envían y reciben.

66 M. L. Kanpp, *La comunicación no verbal...*, pp. 210-11.

67 F. Davis, *La comunicación no verbal...*, p. 111.

Al parecer ha sido la cultura occidental contemporánea la más preocupada por los olores humanos —también denominados con la expresión «mensajes químicos externos»— y no para aprovecharlos en lo que puedan aportar de precisión a las experiencias humanas, sino para todo lo contrario: hacer gala de antiolor o de desodorización. Hay quien por ello se siente preocupado, y más aún, quien aboga por la existencia de un sentido olfativo subconsciente.

«...desde hace siglos se ha hablado de ciertas personas —verdaderos prodigios—, que tenían una habilidad especial para distinguir a los demás por el olfato, detectar sus emociones, decir dónde había estado un amigo o con quién por el olor que llevaba consigo en la ropa o en la piel»<sup>68</sup>.

Las potencialidades comunicativas del cuerpo todavía no se han agotado. El hombre también es capaz de transmitir mensajes a través de sus expresiones faciales, y de recibir los que le son enviados con simplemente mirar el rostro de los otros. Es más, el rostro es en sí mismo un mensaje múltiple sin ni siquiera hablar. Comunica emociones, refleja actitudes, facilita o inhibe canales de comunicación, cualifica las respuestas de los otros, dice hasta de cuestiones no lejanas al carácter y la personalidad.

Sean cuales fueren sus formas o medidas, el rostro como canal de expresión tiene capacidad para restar intensidad, neutralizar, disfrazar o agrandar límites y dimensiones a cualquier afecto, emoción, sentimiento o actitud.

«Cuando se deja caer la mandíbula y se mantiene la boca abierta sin dar muestra de otros rasgos de expresión de sorpresa, se puede estar diciendo que el comentario de la otra persona es sorprendente o bien que lo que acaba de decir nos ha dejado estupefactos. Los ojos ensanchados (sin otros rasgos de sorpresa ni expresión de miedo) pueden desempeñar la misma función que un oh! verbal. Si se quiere comentar de modo no verbal el disgusto por una situación puede bastar efectuar gestos tales como arrugar la nariz o levantar el labio superior o sólo una parte del mismo labio. A veces las cejas pueden comunicar 'estoy confundido' o 'lo dudo'. Otros mensajes faciales tienen traducciones verbales comunes, pero no se asocian con expresiones de emoción, como, por ejemplo, el 'usted sabe lo que quiero decir', por medio del parpadeo. El insulto o la desaprobación asociada con el acto de sacar la lengua, o el excesivo pestañeo y el morderse los labios no necesitan el enunciado verbal 'estoy nervioso'»<sup>69</sup>.

Una parte muy específica del rostro, pero al tiempo muy rica y significativa, la constituye el ojo, el poder de la mirada.

La mirada, irremediablemente, connota vulnerabilidad, exposición, apertura. Si la mirada es fija y sostenida, de una amenaza se trata. Si la mirada es mutua, de una complicidad. Si se repara con la mirada en otro, pero no lo suficiente como para parecer descortés o entrometido, de una «desatención cortés».

La mirada tiene la clave para que las características de una situación permanezcan o cambien. El contacto visual puede hacer que el primer

68 Idem, *ibid.*, p. 171.

69 M. L. Knapp, *La comunicación no verbal...*, p. 232.

encuentro entre dos personas quede abierto o cerrado. Hay miradas que deshumanizan, petrifican y hielan y miradas que acarician.

El ojo es expresivo y es expresión. El color de un ojo, la duración y la frecuencia de una mirada, el punto al cual se dirige, los movimientos que realice, el tamaño y grado de dilatación que muestra la pupila, el grado de caída o de apertura de los párpados, se encuentran, desde luego, influidas por un haz de condiciones: distancia, características físicas de la otra persona, rasgos de su personalidad, el tema o tarea que estructure el encuentro y el sustrato cultural de las personas que interactúen. Pero, en general, ojo y mirada dicen, y muy sutilmente, de estados de sorpresa, de tristeza, de felicidad, de temor, de miedo, de disgusto, en suma, de emociones, afectos, sentimientos y actitudes.

Y no sólo ojo y mirada resultan reveladores desempeñando una función expresiva. El conocimiento, el control sobre un sujeto o la regulación de una corriente de comunicación, son otras tantas funcionalidades para el desempeño de las cuales disponen de una más que suficiente capacidad.

Podemos concluir esta andadura refiriéndonos a la descripción que Ortega hizo de la mirada más eficaz, sugestiva, deliciosa y encantadora:

«Es la mirada de unos ojos que están, por así decirlo, dormidos, pero que por detrás de una dulce somnolencia están totalmente despiertos. Cualquiera que tenga semejante mirada posee un tesoro»<sup>70</sup>.

Y también traer a presencia el discurso de Sartre sobre la mirada tanática, la mirada petrificadora de la gorgona. Así el cuerpo como lugar significativo. No aquel cuerpo platónico, suprimido por el racionalismo, ocultado y asignico —«sensibilia fugienda»— en el proceso del conocimiento. El cuerpo, que entrega su más profundo código a las relaciones humanas. La teoría de la sensibilidad, la sensación y la percepción son ámbitos imprescindibles y primeros para el análisis de los procesos de comunicación e información desde una psicología y sociología de la comunicación<sup>71</sup>.

70 J. Fast, *El lenguaje del cuerpo...*, p. 138.

71 Para una profundización sobre estas consideraciones: F. Alonso Fernández, (ed.), *Cuerpo y comunicación* (Pirámide, Madrid 1982); R. Birwhistell, *El lenguaje de la expresión corporal* (Gustavo Gili, Barcelona 1979); D. E. Broadbent, *Percepción y comunicación* (Debate, Madrid 1983); J. Corraze, *Les communications non verbales* (PUF, Paris 1980); J. Cosnier, y otros, *Les voix du langage: communications verbales, gestuelles et animales* (Dunod, Paris 1982); J. Le Boulch, *Hacia una ciencia del movimiento humano* (Paidós, Buenos Aires 1978); J. Le Du, *El cuerpo hablado. Psicoanálisis de la expresión corporal* (Paidós, Barcelona 1981); T. Malmberg, *Human territoriality* (Walter de Gruyter, New York 1982); E. S. Mac Cardle, *Nonverbal communication* (Marcel Dekker, New York 1974); A. Remesar - C. Riba - J. L. Rodríguez, *Tres ensayos sobre comunicación* (Mascarón, Barcelona 1982); P. Schilder, *Imagen y apariencia del cuerpo humano* (Paidós, Barcelona 1983); S. Lifars, *La danza* (Labor, Barcelona); J. Salzer, *La expresión corporal* (Herder, Barcelona 1984); M. Bertrand - M. Dumont, *Dynamique de la création: le mot et l'expression* (J. Vrin, Paris 1976); Idem, *Expression corporelle, nouvellement et pensée* (J. Vrin, Paris 1976); P. Courbin, *A propos de la communication non verbale entre enfants handicapés mentaux* (C.T.N.H.R.I., Paris 1979); S. Weitz, (comp.), *Nonverbal Communication: Readings with Commentary* (Oxford University Press, New York 1974).

1.2.2.4. *Semiología de los medios de comunicación de masas.* Se entiende por semiología de la comunicación de masas la disciplina que se ocupa del análisis de los diferentes contenidos (sistemas de signos, modelos de discurso, etc.) que constituyen los mensajes vehiculados por los medios de comunicación de masas. Su tarea fundamental consistirá en descubrir las estructuras expresivas significantes, las de contenido o significado, así como las relaciones mutuas que las vinculan, prestando especial atención a los condicionantes y complementos —características del canal, emisión y recepción— que tal proceso de comunicación impone al mensaje <sup>72</sup>.

La dinámica de estos quehaceres se ha desarrollado en torno a dos ejes: uno, la escuela norteamericana representada por Ch. S. Peirce (*Collected Papers*, 1935 y ss.), Ch. Morris (*Foundations of the Theory of Signs*, 1959) como figuras más destacadas; el otro, la escuela europea encabezada por F. Saussure (*Cours de linguistique générale*, 1916), y en cuya tradición cuentan nombres como los de R. Barthes (*Essais critiques*, 1964), E. Buyssens (*La communication et l'articulation linguistique*, 1967) y U. Eco (*Trattato di semiotica generale*, 1975). El origen y desarrollo de la línea americana, muy vinculada a los estudios de los lingüistas americanos también, quiere encontrar su fundamento a caballo de bases diversas: el behaviorismo y la lógica principalmente. La semiótica europea, claramente inspirada en Saussure, reivindica como campo propio de análisis el estudio de los procesos comunicativos destinados explícitamente a influir sobre otro <sup>73</sup>.

El análisis de contenido, como conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones, se presenta en este campo como el instrumento más eficaz para dominar la avalancha de mensajes y multiplicidad de canales utilizados por los mass-media y ser a la vez el objetivo exacto <sup>74</sup>. Los estudios de H. Laswell (*Propaganda technique in the World War*, 1927) sobre prensa y propaganda marcan el inicio de esta técnica. Su seguidor, B. Berelson, definirá las cuatro exigencias fundamentales del análisis del contenido: ser objetivo, ser sistemático, limitarse al contenido manifiesto y cuantificar <sup>75</sup>.

Numerosas disciplinas aplican hoy el análisis de contenido a sus respectivos campos de investigación. Este se ha visto enriquecido así, en los últimos años, por la introducción de nuevas metodologías y técnicas más cualitativas aportadas desde la lingüística, la etnología, el psicoanálisis, la historia, etc. Las aplicaciones más recientes a los «mass-media» lo utilizan como técnica de diagnóstico social, permite lo que

72 M. de Moragas i Spa, *Semiótica y comunicación de masas* (Península, Barcelona 1976) (con amplia bibliografía en pp. 345-62); A. Kientz, *Para analizar los mass-media* (Fernando Torres, Valencia 1976); J. Lozano - C. Peña Marín - G. Abril, *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual* (Cátedra, Madrid 1982).

73 I. Rossi, *From the Sociology of Symbols to the Sociology of Signs* (Columbia University Press, New York 1983) (excelente trabajo sobre los paradigmas tradicionales y actuales de las teorías de los símbolos y las teorías de los signos, con amplia bibliografía en pp. 325-38).

74 L. Bardin, *Análisis de contenido* (Akal, Madrid 1986).

75 B. Berelson, *Content analysis in communication Research* (The Free Press, Glencoe 1952).

E. Morin <sup>76</sup> llama un «culturánálisis». No obstante, numerosos problemas de orden epistemológico y metodológico afectan en el presente a la investigación y a la práctica del análisis de contenido. Respecto a los problemas epistemológicos, en el campo de las comunicaciones de masas se trata de romper con el esquema tradicional, basado en la teoría de la información, que estructura las comunicaciones en dos polos —el emisor y el receptor—, entre los cuales se sitúan los canales transmisores y los códigos que los hacen posibles <sup>77</sup>.

Tal concepción ofrece dificultades a la hora de analizar el fenómeno comunicativo en una sociedad compleja, definida como cultura de masas.

Respecto a los problemas metodológicos, las dificultades de aplicar las técnicas del análisis de contenido a los estudios de comunicaciones masivas ponen de manifiesto la «tosquedad», en términos de U. Eco <sup>78</sup>, de las categorías empleadas («mensajes», «códigos», etc.) en el análisis. Se hace necesario, pues, buscar nuevos modelos teóricos y metodológicos para el avance de la disciplina.

Señalamos algunas posiciones teóricas en torno a la semiología, predominantes en Europa.

En la varia y sostenida disputa en torno al objeto de la semiología, E. Byssens, frente a los que se inclinan por una concepción renovada de la semiología, especialmente R. Barthes, para quien la semiología es «la ciencia de todos los sistemas de signos» <sup>79</sup> y su cometido la significación, establece la comunicación como objeto de la semiología <sup>80</sup>.

Umberco Eco define el objeto de la semiótica. A esta correspondería el estudio de la cultura como proceso de comunicación. Se ocuparía asimismo de demostrar que bajo esos procesos culturales hay siempre unos sistemas y que la dialéctica entre sistema y proceso conduce a afirmar la dialéctica entre código y mensaje <sup>81</sup>. Obvio es añadir que tales sistemas son comprendidos como sistemas de signos. Signos, por lo demás, presentes en todas las facetas de la vida de lo individuos e imprescindibles para la realización de cualquier suerte de interacción.

La dinámica del proceso signico, que da como resultado la configuración de mensajes, la estructura de los signos lingüísticos, los problemas de conocimiento en torno al signo, sirven a Eco de fundamento para esbozar una teoría unificada del signo. Así, éste queda configurado como producto de una previa convención que, una vez instituida, se presenta sistematizado en torno a un código vinculador de significantes y signi-

<sup>76</sup> E. Morin, 'De la cultureanalyse à la politique culturelle', en *Communications* 14 (1969).

<sup>77</sup> A.-J. Greimas, 'La semiótica y la comunicación social', en M. de Moragas, *Sociología de la comunicación...*

<sup>78</sup> U. Eco, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas* (Lumen, Barcelona 1973); P. Fabri, 'Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiótico e malocchio della sociologia', en *Versus* 5 (1973).

<sup>79</sup> Cf. *Elementos de semiología* (Alberto Corazón, Madrid 1971) p. 13.

<sup>80</sup> Cf. Mounin, *Introducción...*; F. Casetti, *Introducción a la semiótica* (Fontanella, Barcelona 1960).

<sup>81</sup> Para estas consideraciones: U. Eco, *Tratado de semiótica general* (Labor, Barcelona 1960); Idem, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica* (Lumen, Barcelona 1978); Idem, *Signo* (Labor, Barcelona 1960).

ficados, y donde para el significado se reserva siempre una autonomía semiótica con respecto a los objetos a que pueda ser referido.

De aquí que cohedna un relevante papel a las «circunstancias» en las cuales el signo es ideado, utilizado y cambiado. Estas circunstancias, puesto que influyen activamente en las diferentes formas de utilizar el signo y su eventual modificación, no son un mero habitáculo pasivo. Del mismo modo que pueden ayudarnos a descodificar un mensaje, pueden también ayudarnos a cambiar la naturaleza de un proceso de comunicación.

Se deduce de todo ello que si la semiótica, desde el punto de vista de la significación, estudia las convenciones y las condiciones sociales del intercambio de signos, desde el punto de vista de la comunicación habrá de ocuparse del estudio de los procesos en que los signos efectivamente se intercambian.

En relación con estas consideraciones sobre el alcance de la semiología y su objeto —los signos— caben las aportaciones de J. Baudrillard y A. Moles, referidas a los objetos y sus sistemas como lugares de significación en los múltiples procesos de la vida social<sup>82</sup>.

Baudrillard intenta analizar el modo cómo son vividos los objetos, a qué necesidades dan satisfacción, además de las estrictamente funcionales, y en qué sistema cultural se fundamenta su existencia. Es decir, su interés por los objetos se sitúa en el estudio de los mismos como procesos por medio de los cuales las personas entran en relación. Con esta perspectiva, una simple descripción tecnológica del objeto no agota su contenido, sino que requiere traspasarla para llegar a comprenderlo enmarcado en un sistema socioideológico y desde la perspectiva del consumo, la publicidad, el prestigio, etc.

Moles, por el contrario, construye su teoría de los objetos refiriéndola a los procesos de masificación y tecnologización que dominan la vida social actual, el distanciamiento entre los hombres que de ello se deriva y el bombardeo informativo en que estamos inmersos en la vida cotidiana presente. En suma, Moles contempla los objetos como mecanismos mediadores de toda relación social, como algo más que medios de comunicación, llegando a poder constituirse en mensajes propiamente dichos.

### 1.2.3. Consideraciones etológicas: la comunicación animal

Dos son fundamentalmente las acepciones de la expresión «comunicación animal»<sup>83</sup>. Una, amplia, entiende la expresión como un fenó-

82 Sobre estas consideraciones: J. Baudrillard, *El sistema de los objetos* (Siglo XXI, México 1977); Idem, *Crítica de la economía política del signo* (Siglo XXI, México 1974); Idem, *Cultura y simulacro* (Kairós, Barcelona 1978); A. Moles - E. Rohmer, *Teoría estructural de la comunicación y sociedad* (Trillas, México 1963); A. Moles - E. Rohmer, *Psicología del espacio* (R. Aguilera, Madrid 1972).

83 Según el estudio de J. Bastian, 'Comunicación animal: análisis social y psicológico', en *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, II (Aguilar, Madrid 1974) pp. 563-67. Como lugares clásicos: Th. A. Sebeok, *Zoosemiotics* (The M.I.T. Press, Cambridge, Mass. 1967); Idem, (ed.), *Animal Communication* (University of Indiana Press, Bloomington 1968); W. J. Smith, *Etología de la comunicación* (FCE, México 1962), especialmente pp. 85-225, sobre mensajes, y pp. 355 y ss., sobre el pensamiento

meno que se extiende a toda la gama de interacciones de una población animal con cada aspecto de su medio ambiente. Otra, más restringida, la contempla como comunicación social de los animales con su ambiente, entendiendo la comunicación social como equivalente del comportamiento social. Se evita así el error derivado de proyectar los fenómenos humanos sobre los animales. Por lo demás, se considera como sistema semiótico animal el modo social y convencional de adaptación referido a la interacción social y será tanto más adecuado cuanto más directamente contribuya a la integridad de la especie.

Tres son los aspectos sobre los que puede centrarse el análisis de los sistemas semióticos animales: estructurales, funcionales y los mecanismos reguladores de esos sistemas semióticos.

Los aspectos estructurales tratan de la naturaleza física de las señales, que siempre dependerán de la naturaleza de la adaptación y de las exigencias del «habitat». Por otra parte, requerirán una correspondencia con las características de emisión, transmisión y recepción de señales, a fin de asegurar su eficacia. Es posible el análisis de cada señal en particular y tratar de averiguar cuál o cuáles son los rasgos físicos que, dentro de una secuencia más compleja, tienen valor semiótico. Los trabajos de E. D. Wilson (*The insect societies*, 1971) especialmente han supuesto avances en este sentido.

Los aspectos funcionales se presentan a dos niveles: las circunstancias ambientales que determinan acciones semióticas y los cambios de comportamiento producidos por la recepción de señales. En cualquier caso, habrá de evitarse tanto las explicaciones teleológicas, propias del concepto biológico de función, como las interpretaciones que entienden la emisión de señales como asunto de carácter fundamentalmente emocional (Eibl-Eibesfeldt, I., *Der vorprogrammierte Mensch*, 1973). En referencia a la cuestión de los mecanismos que gobiernan la emisión de señales, los efectos producidos por la recepción de éstas, y el desarrollo de aquellos mismos mecanismos, sólo se puede afirmar que es muy probable que no difieran de los que rigen otras formas de comportamiento no social.

#### 1.2.4. Consideraciones matemáticas de la comunicación: la teoría de la información

La teoría a que nos referimos emplea el término comunicación en un sentido tan amplio que incluye todos los procedimientos a través de los cuales una mente puede influir sobre otra<sup>84</sup>.

C. Shannon establece los elementos fundamentales de un sistema de comunicación: la fuente de información que selecciona el mensaje deseado a partir de un conjunto, el transmisor que transforma el mensaje en una señal que es enviada al receptor, el receptor que vuelve a trans-

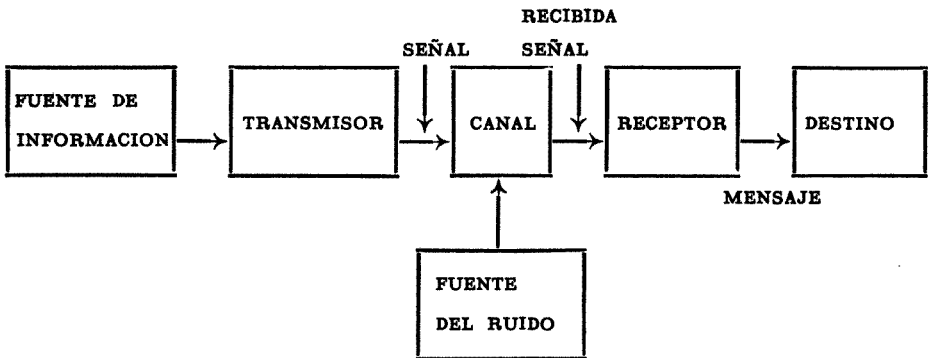
de E. D. Wilson; H. Callan, *Etología y sociedad* (FCE, México 1973); E. D. Wilson, *Sociobiología* (Omega, Barcelona 1980).

<sup>84</sup> W. Weaver, 'La matemática de la comunicación', en A. G. Smith (comp.), *Comunicación y cultura*. 1. *La teoría de la comunicación* (Nueva Visión, Buenos Aires 1976) pp. 33-46. Ampliamente en: W. Meyer-Eppler, *Grundlagen und Anwendungen der Informationstheorie* (Springer, Berlin 1959).

formar la señal en un mensaje y, por último, otros elementos denominados «ruidos» (distorsiones, errores, etc.), que no son proporcionados deliberadamente por la fuente de información<sup>85</sup>. En cuanto a las cuestiones a estudiar en un sistema de comunicación, habrá de contarse con la cantidad de información, con la capacidad del canal, con el proceso de codificación que pueda utilizarse y con los efectos del ruido.

Por último, referimos que los hallazgos de la teoría matemática que enunciamos se aplican fundamentalmente al análisis de los medios de comunicación masiva y al de la comunicación máquina-hombre. Señalamos igualmente la importancia que encierra para esta específica consideración de la información y la comunicación el desarrollo y perfeccionamiento de la cibernética (Wiener, N., *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*, 1961) y la teoría de sistemas (Bertalanffy, L. von, *Robots, hombres y mentes*, 1971, y *Teoría general de los sistemas*, 1976; Mesarovic, M. D. (ed.), *Views on General Systems Theory*, 1964).

A continuación representamos gráficamente el modelo general de comunicación que Shannon establece:



Desde la psicología social conductista se define la comunicación como «respuesta discriminativa que realiza un organismo ante un estímulo». En tal definición se alude veladamente a los factores estructurales de la teoría de la información: una señal o mensaje, un emisor, unos canales de comunicación y un receptor, ignorándose por entero los procesos funcionales de la semántica, del significado, propios de la comunicación específicamente humana.

La interpretación conductista estima que la comunicación humana se resolvería con un estudio pormenorizado de la naturaleza y fisiología del sistema nervioso y del análisis de las respuestas eléctricas neuronales, que son resultado del aprendizaje. Sin embargo, se ignora un elemento esencial que rompe la continuidad, «el lenguaje», que, aunque adquirido en gran parte por aprendizaje, presenta la novedad de ser

<sup>85</sup> Cf. C. E. Shannon - W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication* (University of Illinois Press, Urbana 1949) pp. 5 y ss. Una valoración y crítica de este modelo así como su superación (H. Reimann) en J. Holzer, *Sociología...*, pp. 81 y ss.



una convención cultural penetrada de significados simbólicos. Lacan lo calificó como «condición del inconsciente». Estos significados no se transmiten genéticamente por herencia animal, sino que es preciso aprehenderlos por la participación en la vida del grupo humano. Aprendizaje inteligente que alude a que los códigos de la comunicación humana están constituidos fundamentalmente por «símbolos». Osgood establece que esta importancia del significado simbólico no ha pasado desapercibida a la teoría de la información, más bien acontece que ésta no ha querido ocuparse de él por lo difícil que resulta el rigor matemático y cuantitativo a tal nivel<sup>86</sup>.

Por otra parte, una teoría completa de la comunicación humana no puede omitir el conjunto de normas y valores simbólicos de los que participan por aprendizaje racional los miembros de una comunidad, y que constituyen lo que la antropología social llama «cultura», ligada en relación recíproca con la comunicación. Esta definición fenomenológica es muy afín al concepto transaccional de comunicación, según la cual no existe verdadera comunicación si el oyente no participa en la misma<sup>87</sup>.

En el concepto de comunicación habría, pues, que integrar los siguientes componentes: a) un comunicante que, motivado por determinadas vivencias personales, se siente impulsado a emitir cierta información sobre las mismas y que utiliza para ello, b) un transmisor que habitualmente suele ser la palabra hablada o escrita y/o los gestos mímicos, para lo cual tendría que, c) cifrar o codificar su mensaje de acuerdo con la naturaleza del transmisor escogido, d) enviarlo a través de un canal, e) procurando evitar las interferencias o ruidos que deformen el mensaje, de modo que éste sea f) captado por un receptor g) capaz de descodificarlo o descifrarlo para que sea entendido por h) el interlocutor.

### 1.2.5. Consideraciones sociológicas

Los intentos de acercar la sociología al estudio de la comunicación no han dado grandes resultados. Más bien estos estudios son escasos e incompletos. Sin embargo es obligado contemplar aquellos que se han dedicado a la comunicación de masas o comunicación masiva. Estos, además, poseen interés porque van unidos al análisis del proceso político como proceso de comunicación. A ello sumamos la sociología de la opinión pública. Y a su vez cabe mencionar aquellos estudios de los procesos comunicativos en las relaciones interpersonales y en la sociología de los grupos pequeños, como lugares específicos de la psicología social a este respecto<sup>88</sup>.

1.2.5.1. *Sociología de la comunicación de masas.* En este campo de investigación se analizan fundamentalmente la naturaleza, usos y efec-

86 Ch. E. Osgood - Th. A. Sebeok - A. R. Diebold, *Psicolingüística...*, pp. 34-72.

87 Cf. B. Badura, 'Teoría matemática y teoría sociológica de la comunicación', en *Sociología de la comunicación* (Ariel, Barcelona 1979) pp. 24-36. Remitimos a la bibliografía referida en el apartado sobre Antropología cultural.

88 L. A. Dexter - D. M. White (eds.), *People, Society and Mass Communications* (The Free Press of Glencoe, New York 1964); W. Schramm, *The Process and Effects of Mass Communication* (University of Illinois Press, Urbana 1955); S. Giner, *La sociedad masa* (Península, Barcelona 1979).

tos de las comunicaciones masivas propias de la sociedad industrial avanzada, así como la estrecha interdependencia que existe entre ésta, su desarrollo tecnológico, procesos de cambio, condiciones políticas, económicas y culturales, conflictividad social, etc., y tales formas de comunicación<sup>89</sup>. La complejidad del fenómeno de la comunicación de masas ha conducido a los investigadores a establecer enfoques y paradigmas teóricos de muy diversa índole y tradición, que las últimas tendencias quieren llevar cada vez más hacia una perspectiva pluridisciplinar<sup>90</sup>. La amplia literatura sobre este campo suscitada desde la sociología y desde otras especialidades en los últimos años muestra, sin duda, que la sociedad moderna depende de un modo crucial, de los llamados «mass media».

Una definición sucinta y ya clásica de los «mass media» nos la proporciona M. Janowitz<sup>91</sup>, que entiende por comunicaciones de masas: «Aquellos procedimientos mediante los cuales grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, films, etc.) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso». Siguiendo la tesis expuesta por McQuail<sup>92</sup> podemos señalar algunas de las características de esta comunicación masiva. En primer término, este tipo de comunicación necesita la existencia de organizaciones formales complejas. Esto es, necesita de recursos de capital y control financiero, gran cantidad de personal y directivos altamente especializados, controles normativos, estructura jerárquica interna, etc. Por todo esto es distinguible de la comunicación informal, que es no estructurada e interpersonal. En segundo lugar, va dirigida a poblaciones amplias, esto supone una orientación dirigida a la estandarización y estereotipia de los contenidos de dichos medios. En tercer lugar, podemos señalar que es pública, distribuyéndose de manera informal, al menos inestructurada. Esto señala la existencia de normas y valores comunes a emisores y público. Es decir, un campo semántico común. Una cuarta característica va referida a que la audiencia es muy heterogénea. Una quinta característica señala que esta comunicación puede llegar a la vez a una gran cantidad de personas que están distantes del emisor y distantes entre sí, son poblaciones dispersas. Esto no supone que el impacto producido sea homogéneo. En sexto lugar, la relación que se establece entre el emisor y el público es impersonal y unidireccional. Por último, se señala una séptima característica referida al público. Este está compuesto por las poblaciones características de la sociedad industrial.

89 P. Beaud, *La société de connivence. Media, médiations et classes sociales* (Aubier, Paris 1984) (amplia bibliografía en pp. 357-80); O. Burgelin, *La comunicación de masas* (ATE, Barcelona 1974); Ch. R. Wright, *Comunicación de masas* (Paidós, Buenos Aires 1968); R. Williams *Los medios de comunicación de masas* (Península, Barcelona 1971).

90 M. L. de Fleur - S. Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas* (Paidós, Buenos Aires 1968); R. Williams *Los medios de comunicación de masas* (Península,

91 M. Janowitz, 'El estudio de la comunicación de masas', en *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, II (Aguilar, Madrid 1974) pp. 573-85; M. Janowitz - R. O. Schulze, 'Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas', en M. de Moragas, *Sociología...*, p. 29.

92 D. MacQuail, *Sociología de los medios masivos de comunicación* (Paidós, Buenos Aires 1976).

Es un conglomerado de individuos unidos por un núcleo común de interés, que tienen un comportamiento semejante y orientan su acción a fines comunes. Pese a todo, no se conocen entre sí, interaccionan débilmente y no están organizados de manera efectiva. Su composición es variable, no existiendo liderazgos, ni sentimientos de identidad. Todos estos rasgos hacen que los analistas consideren a este público como «masa». Lo cual es criticado por autores que tratan la audiencia como grupo y que diferencian entre público local y público nacional.

Los estudios sobre los efectos, los de audiencias, y los de formación de la opinión pública, constituyen, desde los orígenes de la «Mass Communication Research», los ámbitos preferentes del análisis sociológico. Especialmente, la investigación sobre los efectos pone de manifiesto la complejidad de estos procesos de comunicación. De un modo u otro los demás análisis de audiencias, de contenido, etc., han de culminar en un análisis sobre los efectos<sup>93</sup>. Estudios experimentales clásicos y pioneros de los procesos de persuasión y efectos de los «mass-media» son los de Lasswell, Lazarsfeld, Lewin, Hovland, etc.<sup>94</sup>. Por sí solos, como señala Saperas, estos análisis y los posteriores sobre efectos inspirados en ellos constituyen la mayor parte de la historia de la investigación en este campo.

El primer intento sistemático de analizar las técnicas y efectos de la persuasión es el de Lasswell<sup>95</sup>. Su concepción se inscribe dentro del paradigma denominado «teoría hipodérmica», que toma la noción de efecto generada por la teoría conductista y entiende por sociedad de masas aquella en la que se destruyen progresivamente los lazos primarios, permitiendo así la persuasión colectiva según el modelo conductista de estímulo-respuesta. Lasswell estudió los efectos de los «slogans» político-propagandísticos mediante la utilización de lo que él llamaba «símbolo-clave». El es, sin duda, en este sentido, el precursor de los análisis de contenido tan en boga posteriormente en las investigaciones de las comunicaciones de masas. De gran influencia en la sociología son sus conclusiones principales sobre las funciones de la comunicación: vigilancia, correlación de partes y transmisión de la herencia social.

El otro modelo clásico de la investigación sobre efectos es el paradigma «situacional» o teoría fenoménica o funcional. Viene representado por los estudios de Lazarsfeld, Hovland, Merton, etc. Esta teoría observa sobre todo los elementos intermedarios entre los momentos inicial y terminal de los procesos comunicativos que inciden en los efectos conseguidos, en términos de Hovland, por una comunicación recomendada.

<sup>93</sup> M. de Moragas, *Sociología...*, especialmente la segunda parte sobre «Estructura, funciones y efectos de la comunicación de masas», pp. 132-292; E. Saperas, *La sociología de la comunicación...*, pp. 150-87.

<sup>94</sup> J. T. Klapper, *The Effects of Mass Communication* (Free Press, New York 1960); W. Schramm, *The Process and Effects of Mass Communication* (University of Illinois, Urbana 1955); G. Statera, 'Las investigaciones sobre los efectos de los mass media', en M. de Moragas, *Sociología...*, pp. 49-66.

<sup>95</sup> H. D. Lasswell, *World Politics and Personal Insecurity* (The Free Press, Glencoe, New York 1950); 'Nations and Classes: the Symbol of Identification', en Berelson-Janowitz (eds.), *Reader in Public Opinion and Communication* (The Free Press, New York 1966); 'The Structure in Societies', en L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas* (Harper, New York 1982).

El famoso estudio de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet<sup>96</sup> sobre las influencias de la campaña presidencial norteamericana de 1940, advirtió relativamente pocos efectos directos de los medios masivos, pero permitió establecer la «ley de la exposición selectiva» y la importancia de la influencia personal o de los líderes de opinión que, igualmente, permitió establecer la proposición del «flujo comunicacional en dos escalones»<sup>97</sup>. En esta línea sobre la influencia personal y el esfuerzo, positivo o negativo, como orientador de actividades y opiniones se sitúan las investigaciones de Lewin<sup>98</sup>. Investigaciones que, como las de Hovland, se inscriben en el área de la psicología social. Sus resultados, sin embargo, van de la mano de la sociología y advierten de la necesidad de considerar las relaciones sociales, las normas culturales y las interrelaciones entre los individuos y los líderes de opinión en los estudios de efectos. Los estudios de Hovland<sup>99</sup> y su escuela resaltan sobre todo los efectos de las comunicaciones persuasorias sobre las actitudes.

En otra perspectiva muy distinta se sitúa el análisis de los efectos del llamado «determinismo tecnológico» de Innis<sup>100</sup> y McLuhan<sup>101</sup>. Ambos sostienen la importancia del medio tecnológico como factor determinante de influencia en las actitudes y comportamientos de los individuos. Para McLuhan, el contenido de los mensajes de los medios no produce un impacto determinante sobre los públicos y afirma su famosa proposición: «el medio es el mensaje. Esta reducción a un único factor determinante de influencia es hoy rechazada por la gran mayoría de los investigadores».

Según De Fleur y Rokeach<sup>102</sup>, las más recientes investigaciones sobre los efectos plantean la cuestión central de la descripción de la violencia en los medios audiovisuales. Las teorías de los efectos de la violencia las agrupan en cinco: las llamadas de la «catarsis», los «indicios agresivos», «aprendizaje por observación», el «refuerzo» y el «cultivo». La teoría de la catarsis<sup>103</sup> mantiene que los contenidos violentos transmitidos por televisión sirven como vehículo inofensivo para aliviar en los públicos sentimientos de hostilidad o frustración. La teoría de los indicios agre-

96 P. F. Lazarsfeld - B. Berelson - H. Gaudet, *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral* (Ediciones 3, Buenos Aires 1962).

97 Los estudios de Lazarsfeld y otros sobre las investigaciones de efectos son muy numerosos. Citamos algunos de ellos: P. F. Lazarsfeld, R. K. Merton, 'Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action', en L. Bryson (ed.), *The Communication...*, pp. 85-118; P. F. Lazarsfeld - F. Stanton, *Communication Research (1948-49)*, Harper, New York (1949); P. F. Lazarsfeld, 'Some Reflections on Past and Future Research on Broadcasting', en G. Steiner, *The People look at Television* (Alfred A. Knopf, New York 1963) pp. 409-22.

98 K. Lewin, 'Groups Decisions and Social Change', en Swanson - Newcomb - Hartley, (eds.), *Readings in Social Psychology* (Holt, New York 1952).

99 C. I. Hovland - A. A. Lums Daine - F. D. Sheffield, *Experiments in Mass Communication* (Princeton University Press, Princeton 1949); C. I. Hovland - I. L. Janis - H. H. Kelley, *Communication...*

100 H. A. Innis, *Empire and Communication* (Clarendon Press, London 1950).

101 M. McLuhan, *Understanding Media* (McGraw Hill, New York 1964).

102 M. L. De Fleur - S. Rokeach, *Teorías...*, pp. 287-89.

103 S. Feshbach - R. Singer, *Television and Aggression* (Jossey-Bass, San Francisco 1971).

sivos<sup>104</sup> sugiere que los medios audiovisuales son provocadores de excitaciones fisiológicas y emocionales que pueden llegar a conducir a intensas reacciones agresivas. La teoría llamada del aprendizaje por observación<sup>105</sup> sostiene que la violencia transmitida por los medios aumenta la probabilidad de conductas agresivas, dado que las personas pueden aprender dicha conducta por observación. La teoría del refuerzo<sup>106</sup>, sin embargo, considera que la violencia en la televisión y otros medios audiovisuales no produce aumentos o disminuciones importantes de la agresividad del público, pero sí puede reforzar las pautas de conducta violenta ya aprendidas por los espectadores en su medio social. Por último, la teoría del cultivo<sup>107</sup> aporta la tesis básica de que el mundo simbólico de los medios, especialmente el ofrecido por televisión, «cultiva» las concepciones de los públicos sobre el mundo real. El mundo simbólico de la televisión aparece en los análisis de contenido como un mundo malo y lleno de violencia. Este mundo penetra en la conciencia de los espectadores, hasta llegar a identificarlo con el propio mundo real. El efecto principal sobre el que se centra esta teoría no es tanto la conducta agresiva como las emociones (miedo, ansiedad, etc.) con que las personas viven y adoptan los mundos simbólicos de los medios.

Pero cualesquiera que sean los presupuestos y resultados, estas teorías muestran el interés y la importancia que sigue manteniendo el análisis de los efectos en la investigación de las comunicaciones de masas. Ello también responde, en gran medida, a las exigencias de la demanda investigadora del mercado y de las instituciones oficiales.

Para De Fleur y Rokeach<sup>108</sup> está aún por elaborar una teoría general sobre los efectos que los «mass-media» ejercen sobre los individuos y la sociedad. Tal teoría ha de aportar un marco explicativo suficiente para una amplia gama de efectos significativos, incluyendo las cogniciones del público, sus sentimientos, emociones y su conducta manifiesta.

Igualmente, respecto a las teorías sobre los efectos, no podemos dejar de referirnos a una nueva línea que, proveniente del campo de la semiótica y en una tradición mucho más europea que norteamericana, está llamada a romper con el paradigma clásico de la teoría de los efectos y análisis de contenido de Lasswell. Esta orientación, representada por los estudios de Eco<sup>109</sup>, ya no se conforma con ocuparse únicamente de los típicos «análisis de contenido». Desde la teoría de la producción de signos, la teoría de la descodificación aberrante, el reconocimiento de los subcódigos destructores de los códigos dominantes, etc., se reconocen

104 L. Berkowitz, *Aggression: A Social Psychological Analysis* (McGraw Hill, New York 1962).

105 A. Bandura, *Social Learning Theory* (Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New York 1977).

106 J. Klapper, *The Effects...*; Idem, *Statement before the National Commission on the Causes and Prevention of Violence* (Government Printing Office, Washington D. C. 1969).

107 G. Gerbner - L. Gross, 'The Violent Face of Television and Its Lessons', en E. Palmer - A. Dorr, (eds.), *Children and the Faces of Television* (Academic Press, New York 1980).

108 M. L. de Fleur - S. Ball-Rokeach, *Teorías...*, pp. 309-41.

109 U. Eco, '¿El público hace daño a la televisión?', en M. de Moragas, *Sociología...*, pp. 218-36; Idem, *Tratado de semiótica general* (Lumen, Barcelona 1977).

las causas por las cuales los contenidos emitidos por los «mass media» no coinciden con la realidad política y cotidiana.

A partir de las dos últimas décadas, la «Mass Communication Research» se ha enfrentado a una crisis, englobada dentro de la llamada crisis de las ciencias sociales, y a una crítica demoledora<sup>110</sup> del paradigma estructural-funcional dominante desde los años treinta. E. Morin<sup>111</sup> ha señalado algunas de las causas de la decadencia de este paradigma, referidas fundamentalmente a la evolución del contexto sociopolítico y cultural. Otras se refieren más bien, como reconoce E. Saperas<sup>112</sup>, al «envejecimiento teórico» sufrido por un paradigma incapaz de responder a los problemas que derivan de las nuevas formas impuestas por el desarrollo económico y tecnológico de las sociedades postindustriales. Tal crisis ha confinado a la investigación más operativa e instrumental a estudios de efectos y opinión pública muy segmentados y de corto alcance.

El panorama actual tiende, pues, a un replanteamiento general de enfoques, métodos, contenidos, etc. Como indicábamos al principio, la tendencia se orienta a una aproximación científica transdisciplinar y macrosociológica del campo de la investigación. La semiología, el estructuralismo, los enfoques marxistas, etc., son hoy parte de las aportaciones que, sobre todo desde Europa<sup>113</sup>, se hace a la teoría de la comunicación de masas. De la semiología, las aportaciones de U. Eco, indicadas anteriormente, abren fecundas posibilidades a nuevos análisis. La línea estructuralista y la propuesta elaborada por A. Moles<sup>114</sup> de una «ecología de la comunicación» abre, igualmente, un fecundo campo de reflexión. Los enfoques marxistas, especialmente, las contribuciones de A. Mattelart<sup>115</sup> a la sociología de la comunicación de masas, ponen de manifiesto la necesidad de incluir los factores materiales e ideológicos en la teoría de la comunicación de masas, así como la importancia de analizar la función social y uso de los medios por la ideología y grupos de poder dominantes.

Finalmente, destacamos dos grandes alternativas, la de la sociología radical y la de la etnometodología, que desde Norteamérica y, en general, desde el mundo anglosajón, han venido a sustituir al paradigma estructural-funcional. La sociología radical elaborada por C. Wright Mills y por I. H. Schiller<sup>116</sup> toma, fundamentalmente, una posición ética y ofrece

110 I. H. Schiller, *El imperialismo oUSA en la comunicación de masas* (Akal, Madrid 1977).

111 E. Morin, *El espíritu de nuestro tiempo* (Taurus, Madrid 1966); Idem, *Auto-crítica* (Kairós, Barcelona 1976).

112 E. Saperas, *La sociología de la comunicación...*, pp. 235-36.

113 K. Nordenstreng, 'Las nuevas tendencias de la teoría de la comunicación', en M. de Moragas, *Sociología...*, pp. 79-91. Dentro de esta obra, también la Primera parte: 'Teorías de la comunicación de masas: Escuelas y autores', pp. 12-119.

114 A. A. Moles, 'El muro de la comunicación', en M. de Moragas, *Sociología...*, pp. 92-107; A. A. Moles, (ed.), *La comunicación...*

115 A. Mattelart, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación* (Anagrama, Barcelona 1972); Idem, *La comunicación masiva...*; A. y M. Mattelart, *Penser les médias* (Editions la Découverte, Paris 1966).

116 I. H. Schiller, *El imperialismo USA...*; Idem, *Communication and Cultural Domination* (International Arts and Sciences Press, New York 1976); Idem, *El poder*

una crítica del panorama sociológico comunicador de la sociedad post-industrial. Sin embargo, no constituyen una verdadera alternativa teórica y metodológica. En la misma línea crítica hemos de situar las aportaciones de D. Bell<sup>117</sup>, quien, al igual que McLuhan, define la cultura moderna como una cultura audiovisual y resalta las contradicciones en las que se halla inmersa la realidad cultural de la sociedad moderna.

La etnometodología, iniciada por H. Garfinkel<sup>118</sup>, y desarrollada por numerosos investigadores, entre los que destaca A. V. Cicourel, que estudia la comunicación de masas desde la perspectiva de la intersubjetividad de los actores sociales y presenta una dimensión pragmática, orientada al estudio de la actividad práctica. A. V. Cicourel<sup>119</sup> ha incorporado la moderna filosofía del lenguaje y los conceptos de la hermenéutica a la investigación comunicativa. Su crítica al paradigma estructural-funcional, al modelo clásico de análisis de contenido y sus brillantes aportaciones teóricas son en este campo de investigación de notable influencia.

1.2.5.2. *Sociología de la opinión pública.* En un plano muy próximo a la sociología de comunicación de masas se sitúa la sociología de la opinión pública<sup>120</sup>. Entre una y otra existe, sin duda, un cierto solapamiento en la determinación de sus respectivos ámbitos temáticos. No obstante, presentan notables diferencias en su tratamiento y desarrollo, que justifican una mención desglosada de los mismos.

En tanto que, como se ha visto, la sociología de la comunicación de masas tiene su punto de partida en la necesidad de analizar la repercusión social de los medios técnicos de comunicación en masa, que nacen como fruto del propio avance industrial y se desarrolla bajo la forma predominante de investigaciones empíricas, directamente vinculadas a acontecimientos concretos que exigen o implican repercusiones inmediatas de orden práctico —elecciones presidenciales, orientaciones en torno a cuestiones políticas controvertidas, etc.—, por el contrario la sociología de la opinión pública se presenta con un enfoque diverso. Desde el punto de vista de su objeto material ofrece una mayor amplitud temática, extendiendo su atención al a) proceso histórico de formación de los públicos, que G. Tarde vincula a la invención de la imprenta, junto con la difusión social generalizada del arte de leer y escribir y el progreso

*informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia* (Gustavo Gili, Barcelona 1983).

117 D. Bell, 'Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales', en Varios, *Industria cultural y sociedad de masas* (Monte Avila, Caracas 1974); Idem, *El advenimiento de la sociedad postindustrial* (Alianza, Madrid 1976); Idem, *Las contradicciones culturales del capitalismo* (Alianza, Madrid 1982).

118 H. Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology* (Englewood Cliffs, Prentice Hall 1967).

119 A. V. Cicourel, 'Sémantique Générative et Structure de l'interaction sociale', en *Communications* 20 (1973); 'Language and Social Interaction: Philosophical and Empirical Issues', *Working Paper* 96 (1980); *El método y la medida en sociología* (Editora Nacional, Madrid 1982).

120 R. Rivadeneira Prada, *La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio* (Trillas, México 1979); E. Martín López, *Sociología de la opinión pública* (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Multioffset, Universidad Complutense 1986).

y los transportes <sup>121</sup>; b) la configuración en sentido moderno de lo público frente a lo privado, desbordando las acepciones greco-romana y señorial, hasta llegar a la concepción de lo público acuñada por la burguesía mercantil, que vincula la información al tráfico mercantil, desarrollando una circulación de noticias tal como ha sido estudiada por Habermas <sup>122</sup>. Y c) atiende también al proceso de extensión del ámbito de la opinión que, especialmente a partir de la reforma luterana, se afirma contra el saber dogmático —como señala Tocqueville <sup>123</sup>—, aliándose unas veces con la razón y enfrentándose otras veces a ella.

El análisis sociológico de la opinión pública tiene su origen en la aparición analíticamente destacada de fenómenos cognoscitivos, actitudinales y preoperativos, vinculados a la dinámica de la sociedad moderna —en especial, pero no exclusivamente, de la sociedad industrial—, en los que median de modo casi necesario los instrumentos técnicos institucionalizados de difusión de información en masa.

El dinamismo interno de la opinión pública presenta una clara estructura triangular, tal como señala E. Martín López <sup>124</sup>; el referente empírico, el sujeto creador y transmisor y, por último, el sujeto sustentador.

En cuanto al referente empírico, está constituido por aquella parte de la realidad social susceptible de convertirse en objeto de la opinión pública. Autores clásicos como Tönnies, Ross y Cooley <sup>125</sup> coinciden en señalar que la opinión pública se ocupa de las conductas, orientaciones y fines de personas, instituciones, grupos, etc., en especial de aquellas que impliquen transgresión respecto de las normas, valores o modos de comportamiento socialmente establecidos.

El sujeto creador o transmisor de la opinión pública surge, en sentido estricto, a partir del momento en que el progreso técnico hace posible la transmisión masiva y a distancia de la información. A partir de tal supuesto se produce la institucionalización de los sujetos creadores y transmisores, así como la profesionalización interna de quienes participan en tales funciones. El estudio de este apartado entraña una triple apertura: al progreso técnico, que desarrolla los medios de comunicación en masa, hacia la llamada sociedad de la información, al progreso institucionalizador de los «media», que origina una intrincada constelación de estructuras formales de extensión planetaria, constitutiva de intereses políticos y económicos independientes <sup>126</sup>; y al análisis del proceso de

121 G. Tarde, *L'Opinion et la foule* (Alcan, Paris 1901); G. Le Bon, *La psychologie des foules* (Alcan, Paris 1920); S. Freud, *Psicología de las masas* (Biblioteca Nueva, Madrid 1967 = *Obras Completas*, I); J. Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas* (Espasa Calpe, Madrid 1937).

122 J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública* (Gustavo Gili, Barcelona 1981) especialmente pp. 261-74.

123 A. Tocqueville, *De la démocratie en Amérique* (Gallimard, Paris 1951); R. Aron *Las etapas del pensamiento sociológico* (Siglo Veinte, Buenos Aires 1970) pp. 267-326.

124 *Sociología de la opinión...*, pp. 14 y ss.

125 F. Tönnies, *Comunidad y asociación* (Península, Barcelona 1979); Idem, *Kritik der öffentlichen Meinung* (G. Fischer, Jena 1925-26); E. A. Ross, *Social control* (Macmillan, New York 1901); C. H. Cooley, *Social organization* (Free Press, Glencoe 1956).

126 C. W. Mills, *La imaginación sociológica* (FCE, México 1961); K. R. Merton,



profesionalización, a partir de las figuras más genéricas y originarias del «intelectual», a través de un complejo despliegue de gran interés para la sociología de las profesiones<sup>127</sup>.

Por último, al sujeto sustentador se le plantea el problema teórico —lleno de implicaciones prácticas— de distinguir entre público y masa. Frente a la visión optimista de Tarde, quien frente a Le Bon afirma que nuestro tiempo es la era de los públicos y no la era de las masas, la posterior evolución técnica y social de los «media» parece propiciar y dar cuenta de una progresiva aproximación del público y la masa.

El análisis de las funciones desempeñadas por cada una de las instancias de la mencionada estructura triangular, destaca más aún el parentesco de la sociología de la opinión pública con la sociología del conocimiento, por un lado, y la sociología de la comunicación humana, de otro. En primer término, porque dada la naturaleza epistemológica de la opinión, destacada primero por Platón y analizada por Kant y por Hegel, se plantea el problema de las aportaciones de la «realidad» a la elaboración de la opinión pública, de modo que, desde su mismo origen, tal opinión corre el riesgo de ser manipulada<sup>128</sup> por medio de «realidades construidas». Téngase en cuenta que ya Tönnies advertía sobre el interés de los partidos políticos y del propio gobierno en lograr que las opiniones de la gente coincidieran con sus propias opiniones. Pero, en cualquier caso, la realidad social que asume la opinión pública es una realidad socialmente construida, en cuyo proceso de construcción, median —a partir de los intereses sociales subyacentes—, los profesionales y las instituciones establecidas.

Por último, el público que asume la información recibida la convierte en su visión de lo real, incorporándose las actitudes, sentimientos y disposiciones preoperatorias que laten en los mensajes que se le proporcionan. La polaridad «neto ajustamiento - estricta convicción», desarrollada por el profesor Lissarrague<sup>129</sup> encuentra aquí un campo propio de aplicación, en cuanto al modo personal o impersonal de asunción de los contenidos. Pero, en cualquier caso, y puesto que lo real para el público es lo que asume como real, en versión evidente del principio de Thomas, la opinión pública descubre su verdadera dimensión comunicativa incardinándose contextualmente en la comunicación política<sup>130</sup> y muy próxima a la comunicación económico-comercial y a la publicidad.

En resumen, la sociología de la opinión pública representa un enfoque de enorme actualidad, en el que se aunan las orientaciones teóricas con las posibilidades del moderno análisis empírico y su brillante enfoque crítico, próximo a la crítica de la cultura de la sociedad industrial, de larga tradición.

*Teoría y estructura sociales* (FCE, México 1964); H. L. Childs, *Public opinion. Nature, information and role* (Van Nostrand, Princeton 1965).

<sup>127</sup> F. Znaniecki, *The social Role of the Man of Knowledge* (Columbia University Press, New York 1940); R. K. Merton, *Sociología de la ciencia* (Alianza, Madrid 1977).

<sup>128</sup> P. L. Berger - Th. Luckmann, *La construcción social de la realidad* (Amorrortu, Buenos Aires 1976).

<sup>129</sup> Cf. *Bosquejo de teoría...*, pp. 109 y ss.

<sup>130</sup> K. W. Deutsch, *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos* (Paidós, Buenos Aires 1971).

1.2.5.3. *El análisis simbólico de la interacción.* Las fuentes del interaccionismo son europeas: la filosofía moral escocesa (Smith, Hume), los filósofos franceses del siglo XVIII (Diderot, Rousseau) y el pensamiento alemán (Kant, Dilthey, Weber). Sin embargo, es en Estados Unidos donde logra su pleno desarrollo e institucionalización académica. Podemos citar, en primer lugar, los antecesores: James, Cooley, Mead, Thomas, Cassirer, etc.; posteriormente, las escuelas de Chicago (Blumer), la de Iowa (Kuhn), la etnometodología (Garfinkel, Psathas, etc.), la teoría del rol (Sarbin, Gross, etc.) y el modelo «dramatúrgico» de Goffman. Otras clasificaciones aportan la teoría del «self» (Cottrell), la perspectiva fenomenológica (Berger y Luckmann), la teoría del grupo de referencia (Hyman, Merton) y otras<sup>131</sup>.

W. James conceptualiza la «conciencia» como proceso. Esta conciencia es la vida subjetiva, no es una clase de sustancia metafísica; supone algún grado del conocimiento del yo de la persona. De esta forma, la persona es conocedora y conocida, es el yo y el mí. Igualmente, reconceptualiza la noción del yo. El yo empírico lo componen el yo material, el yo social (reconocimiento por los demás) y el yo espiritual (estados de conciencia y facultades psíquicas). Son estados de conciencia correlativos con una identidad funcional de conocer iguales objetos.

Ch. M. Cooley, por su parte, extiende estas aportaciones a la sociología. Señala cómo las ideas o pensamientos que las personas tienen unas respecto de otras son los «hechos sólidos de la sociedad». La sociedad es un fenómeno mental, una relación entre ideas personales. El yo de Cooley casi corresponde al yo social de James. El núcleo del yo está formado por una autopercepción instintiva: sobre ésta actúan la imaginación y el hábito, creando el yo social. Cooley avanza desde esta noción hasta desarrollar una teoría general de la sociedad, aplicándola al estudio de los grupos y de la organización social.

W. I. Thomas señala, a su vez, que el objeto de la sociología son los fenómenos de atención. Esta es aquella «actitud mental que toma nota del mundo exterior y lo maneja». Desarrolla esta idea posteriormente afirmando que la sociología debe descubrir la dependencia de los individuos respecto de la vida social y la cultura, y viceversa. La materia sociológica está compuesta de actitudes y valores, de procesos de conciencia determinados por condiciones objetivas, actitudes preexistentes

131 Una exposición de esta corriente en: H. Blumer, *Symbolic Interactionism. Perspectives and Method* (Prentice Hall, Englewood Cliffs 1969); A. M. Rose, 'El interaccionismo simbólico', en J. R. Torregrosa (ed.), *Teoría e investigación en psicología social actual* (Instituto de la Opinión Pública, Madrid 1974) pp. 63-75; A. M. Rose, (ed.), *Human Behavior and Social Processes* (Houghton Mifflin, New York 1962); D. Martindale, *La teoría sociológica. Naturaleza y escuelas* (Aguilar, Madrid 1979); G. Rocher, *Introducción a la sociología general* (Herder, Barcelona 1980); I. Zeitlin, *Ideología y teoría sociológica* (Ammorrtu, Buenos Aires 1974); I. Rossi, *Fromm the Sociology of Symbols...*, especialmente pp. 208-42; T. Bottomore - R. Nisbet, (eds.), *A History of sociological Analysis* (Basic Books, New York 1978); A. V. Cicourel, *Cognitive Sociology* (Free Press, New York 1974); J. D. Douglas, (ed.), *Introduction to the Sociologies of Everyday Life* (Allyn and Bacon, Boston 1980); J. J. Gumperz - D. Hymes, *Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication* (Holt, Rinehart and Winston, New York 1972); B. Holzner, *Reality Construction in Society* (Schenkman, Cambridge, Mass. 1968) M. Natanson, *Phenomenology and the Social Sciences* (Northwestern University Press, Evanston 1973).

y definiciones de la situación. Como actitud toma el «proceso de conciencia individual» que determina la actividad real o posible del individuo en el mundo social. Los valores son los objetos del mundo hacia los que se dirigen las actitudes. El individuo es, así, un resultado de la interacción.

Para Cassirer, la vida humana se distingue por el empleo de un nuevo método de adaptación al medio: el empleo del sistema simbólico. El hombre vive en un medio simbólico, de emociones imaginarias, esperanzas, temores etc. El símbolo es parte del mundo humano del significado. El simbolismo hace posible el pensamiento de relación.

G. H. Mead elabora la estructura interna de la teoría del interaccionismo simbólico, centrandó su análisis en las actitudes. Estas tienen el carácter de representar tanto los estados introspectivos como el punto de partida del acto. Mead arranca del paralelismo psicofísico de Wundt. Este paralelismo busca lo que hay de común entre lo que se desarrolla en el cuerpo y lo que se desarrolla en el espíritu. Así, elabora el concepto de gesto; esto es, la parte del acto social que sirve de estímulo a otras formas implicadas en el mismo acto social. Mead toma el gesto como el elemento de transición entre la acción y el lenguaje. El gesto condiciona el desarrollo de la lengua como mecanismo básico que permite la aparición del yo en el curso de la actividad social en marcha. La interacción social implica que las acciones de un sujeto son, en parte, la base de la acción de otro. Sin embargo, la vida social humana se realiza mediante el lenguaje. Este es una transformación de los gestos. En el lenguaje, el gesto queda convertido en símbolo significativo. El lenguaje, actuando con signos comunes, hace factible un grado de comportamiento social integrado, preciso, diferenciado y plástico. Por la comunicación, el individuo y la sociedad se interpretan íntimamente. Gracias al lenguaje, la propiedad reflexiva de la experiencia social humana es clave en la explicación de la aparición del yo. Un yo sólo es posible a un ser que puede ser objeto para él mismo y ello sólo se da en la sociedad y por el lenguaje. El proceso social conlleva la asunción de papeles por parte del yo y éste sólo es posible por el empleo de símbolos significativos. Lo cual supone signos compartidos en un proceso de experiencia común.

El grupo social, que da al individuo su unidad de yo, puede ser considerado como el «otro generalizado». Su actitud es la de toda la comunidad, pues ésta controla la conducta de los miembros. El yo consiste en un «yo» consciente del «mí» (James). El primero es el principio de la acción, es la respuesta del organismo a las actitudes de los demás. El «mí» es el conjunto organizado de actitudes de los demás que uno mismo supone. Mead señala cómo, para que exista comunicación, el símbolo debe significar la misma cosa para todos los sujetos implicados en el proceso comunicativo. Pero, además, para que signifiquen lo mismo hace falta que se dé metacomunicación; esto es, que los sujetos definan la situación del mismo modo. Son dos condiciones necesarias para la comunicación. Ese grupo debe participar de un común proceso

social de experiencia y comportamiento, donde los símbolos o gestos tienen un significado común<sup>132</sup>.

Se critica a Mead que su psicología social no consigue el paso de una teoría pragmático-instrumental del lenguaje a una teoría de la comunicación. Es a nivel del contexto y de la metacomunicación, donde hunde sus raíces el conflicto y la incomunicación. Estos no son sólo problemas de código, sino previos al código. El poder queda aquí plasmado. Este es, sobre todo, el poder de definir situaciones comunicativas, no de nombrar. Hay una imposición social del contexto. No podemos deducir la comunidad de comunicación; ésta es condición necesaria, pero no suficiente. La comunicación puede contribuir a la formación del conflicto. No todos los conflictos provienen de la incomunicación. El consenso no es reducible tan sólo a la comunicación.

Frente al modelo teórico conductista, reductor del hombre a un pasivo manejo de fuerzas extrínsecas, el enfoque cognoscitivo proclama de lleno la autonomía de la persona humana como organismo que reflexiona, conoce y manipula los condicionamientos de su ambiente, puede autocriticarse y se comporta socialmente guiado, en gran parte, por conocimientos, significados, ideas, valores y normas culturales. El hombre, según esta concepción, vive, por supuesto, dentro de un medio físico, pero también inmerso en ámbitos simbólicos, de modo que puede ser estimulado tanto por señales físicas como por símbolos. La comunicación interpersonal, pues, según la teoría cognoscitiva, es una verdadera producción creativa de significados por parte del emisor en la que participa reactivamente el receptor; por ella el hombre va aprendiendo progresivamente un número casi ilimitado de significados hasta el punto de que «su conducta de adulto se guía mucho más por la comunicación simbólica, que por los ensayos y errores individuales, condicionantes». Esta comunicación simbólica tiene su origen en el pensamiento racional que la dota de un autogobierno creativo, hasta tal punto que puede prever sus propios efectos en el interlocutor y modificarse a sí misma para no producir un resultado significativo que se quiere evitar deliberadamente.

1.2.5.4. *La comunicación en los grupos pequeños.* La idea del grupo está presente en la sociología desde sus primeros momentos. Así, Tönnies distingue dos grandes tipos de agrupaciones: la asociación y la comunidad, teniendo tres niveles de complejidad cada uno de ellos: la relación social, el grupo y la sociedad general. Simmel parte del individuo aislado como categoría sociológica más simple, continuando con agrupaciones tales como la díada y la tríada. Cooley aporta su noción de «grupo primario», definiéndolo como aquél en el que hay una asociación y cooperación íntima y directa entre sus miembros. Este tiene un sentido individual y social por cuanto es el núcleo de las instituciones sociales.

Otra importante aportación proviene de la psicología. McDougall, con su idea de «mente de grupo». Allport, que asigna al individuo la

132 Cf. *Espíritu, persona y sociedad* (Paidós, Buenos Aires 1982) especialmente pp. 101-20 y 271-89.

supremacía de la realidad, siendo el grupo una palabra que refiere procesos individuales. Lewin retoma la idea de que el grupo es real, con propiedades distintas a las de sus miembros. A partir de este autor, el estudio de los grupos se sistematiza.

En una perspectiva histórica, las ciencias sociales estudian el grupo desde un punto de vista teórico en Europa y empírico en Estados Unidos<sup>133</sup>. La primera, preocupada por los efectos de la revolución industrial en el seno del grupo pequeño (Tönnies, Simmel, Vierkandt, etc.); la segunda, subraya la importancia del grupo en la formación de la personalidad individual (G. H. Mead, Cooley, Dewey). Y ello analizado en las comunidades urbanas y en las organizaciones urbanas así como en otras organizaciones por la psicología industrial (Mayo, Homans, Shils y Janowitz). La importancia de los subgrupos en el aprendizaje será tratada ampliamente por Moreno y Lewin, entre otros.

Se parte de una definición general del grupo como conjunto de personas que interactúan entre sí y que modifican su conducta en función de esta interacción. Por ello, el criterio de existencia del grupo es la interacción. Esta es social cuando la acción de cada uno toma en cuenta la acción de los demás y se orienta en función de ella, según la definición de «acción social» de M. Weber.

Amplia es la tipología de los grupos. Tan sólo señalamos la clasificación que establece la división de los mismos en grupos de pertenencia y grupos de referencia. Por otra parte, podemos concretar la comunicación como el proceso dinámico básico para la existencia, crecimiento, cambio y conducta tanto de los individuos como de los grupos. Ella es, por tanto, la función indispensable con la que el grupo se relaciona con su medio exterior e interior propio. La comunicación que se produce y las formas de intercomunicación que se siguen son los que definen y determinan la estructura y el funcionamiento de cualquier grupo humano<sup>134</sup>.

### 1.3. COINCIDENTES Y DISCREPANCIAS SOBRE EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS DISTINTAS DISCIPLINAS

El conjunto de las disciplinas que se ocupan de la comunicación, que acabamos de exponer, presentan como rasgos comunes los siguientes:

1. La reducción de la comunicación a su dimensión cognoscitiva. Sólo el estudio de las propiedades terapéuticas de los grupos y algunos análisis sobre comunicación masiva amplían ese campo, aunque éstos últimos muy vinculados con los estudios lingüísticos y semiológicos<sup>135</sup>.

133 Cf. M. Johannot, *El individuo y el grupo* (Aguilar, Madrid 1969); M. E. Shaw, *Groups Dynamics* (McGraw Hill, New York 1976); B. E. Collins - H. Guetzkow, *Communication and Interaction in A Social Psychology of Group for Decision Making* (J. Wiley, New York 1964).

134 Cf. R. F. Bales, *Interaction Process Analysis* (Harvard University Press, Cambridge, Mass. 1964); M. Sherif, *Groups, Conflict and Cooperation* (Routledge and Kegan Paul, London 1967); C. Flament, *Redes de comunicación y estructuras de grupos* (Nueva Visión, Buenos Aires 1977).

135 Sobre ello: L. Thayer, *Comunicación...*, pp. 387 y ss.; K. Merten, *Kommunikation...*, pp. 29 y ss.; F. E. X. Dance, (ed.), *Human Communication Theory* (Holt,

2. La reducción de la comunicación al lenguaje verbal, escasamente compensado por el enfoque kinésico, quizá demasiado rígido en sus interpretaciones; el etológico, demasiado reduccionista al trasladar sus conclusiones del ámbito del modelo de comunicación animal al humano, y el de la teoría de la información excesivamente mecánico.

3. Especial atención a los medios de transmisión, ya sean éstos de naturaleza orgánica o técnica.

4. Reducción de la comunicación a la producción social de comunicación.

5. La reducción de la comunicación establecida igualmente por el conductismo. Así como la comarcanización, frente al conductismo, formulada por las diversas corrientes de la neología.

6. Indiferencia respecto al contenido de la comunicación y la conducta interpersonal, prestando más atención a la correspondencia entre mensaje y recepción, la conducta organizacional y la tecnología de los medios de información.

7. Por último, ausencia de un enfrentamiento a la comunicación específicamente humana, como hecho básico de la vida social en todos sus niveles.

OCTAVIO UÑA JUAREZ

Rinehart and Winston, New York 1967). «...entiendo por medios de comunicación las instituciones y formas en que se transmiten y se reciben las ideas, las formaciones y las actitudes; entiendo por comunicación en proceso de transmisión y recepción». Cf. R. Williams, *Los medios de comunicación social...*, p. 15.