



La naturaleza de la comunicación: un aporte a su discusión conceptual

JUAN CARLOS GÓMEZ G. – DANIEL LÓPEZ J. –
CÉSAR MAURICIO VELÁSQUEZ O.

Recibido: 12/05/06
Aceptado: 30/05/06

143 - 167

Resumen

Para la interminable pero fecunda discusión sobre el concepto universal de la comunicación, efectuado desde sus dimensiones filosóficas y epistemológicas entre los investigadores y teóricos de la academia, presentamos a su consideración un nuevo enfoque, desde la concepción clásica aristotélica de la Filosofía Primera. Este enfoque pretende establecer en principio el qué es y el para qué de la comunicación. Seguidamente, cuál es su objeto de estudio, y su categoría en el conocimiento. Finalmente, un breve recorrido al aporte de algunos de los teóricos más importantes de la comunicación.

Palabras clave: *comunicación, naturaleza, epistemología, ciencia, escuelas.*

A new approach, stemming in the Aristotelian classical conception of First Philosophy, is put forward for consideration at the endless but fruitful discussion about the universal concept of communication, held from its philosophical and epistemological spheres among researchers and theorists of the academy. In principle, this approach intends to establish the what is and the what for of communication. Subsequently, which is its object of study, and its category in knowledge. Finally, the contribution by some of the most important theorists of communication is briefly examined.

Key words: *Communication, nature, epistemology, science, schools.*

CÉSAR MAURICIO VELÁSQUEZ OSSA

Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad Complutense de Madrid (España). Comunicador social y periodista de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, de la cual es decano desde 1999.

Correo electrónico: cesar.velasquez@unisabana.edu.co

DANIEL FERNANDO LÓPEZ JIMÉNEZ

Comunicador social y periodista de la Universidad de La Sabana, candidato al doctorado sobre Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento en la Universidad Oberta de Cataluña. Especialista en Gerencia de Proyectos de la Universidad Piloto y en Periodismo Económico de la Universidad de La Sabana, donde actualmente ejerce como investigador del Observatorio de Medios y profesor.

Correo electrónico: daniel.lopez1@unisabana.edu.co

JUAN CARLOS GÓMEZ GIRALDO

Magíster en Estudios Políticos de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Pontificia Universidad Javeriana, Comunicador Social y Periodista de la Universidad de La Sabana. Profesor y Jefe del Área de Comunicación Pública e investigador del Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana.

Correo electrónico: juan.gomez@unisabana.edu.co

Del qué y el para qué de la comunicación

La naturaleza de la comunicación, definida desde el qué y el para qué de la misma, se establece como una acción y no como una cosa. En sentido amplio, una acción es un proceso, pero todo fin excluye su acción, por tanto acción y fin son diferentes. Del qué es, en cuanto su identidad, se define como una acción final, no una acción en proceso. El proceso es el camino, pero en sí mismo, no es la acción final, es aún acción en proceso. La naturaleza y la identidad de la comunicación son las mismas: acción de los sujetos para la común conformidad del significado de las cosas a través del mensaje; acción individual para la conformidad de la acción social en la unidad. El para qué, como finalidad, se determina en la necesidad natural de poner en común algo entre al menos dos sujetos para la conformidad de una unidad, en consecuencia una común-unidad.

La comunicación –del latín *communicatio-onis*– establece su finalidad en cuanto a la acción de tener en común algo –del griego *koinos*– con la implicación de pasar, de lo propio a lo público, mediante un código predeterminado para el entendimiento y la comprensión de un mensaje entre una comunidad –*koinos koinéi*– de personas.

De acuerdo con su naturaleza, la comunicación es la común conformidad de los sujetos sobre el mensaje –con identidad de información¹ establecida mediante el interés común para conformar una acción social buena. No se presume que conformidad sea consenso de los sujetos sobre las posturas y opiniones. Se trata de la conformidad del entendimiento y de la comprensión del mensaje por parte de los mismos. Compartir la naturaleza del mensaje, que es la verdad misma, su esencia². La conformación de la acción

¹ Aristóteles (384-322 a. C.) (1988) define seis niveles de movimiento. El primero: generación, como el movimiento hacia el bien (p. 75). Bien objeto de la voluntad (2003: 190). En este sentido, la información es el movimiento del sujeto que convierte los datos de la realidad en un significado para él. En este movimiento abstrae un significante de la cosa o de la acción, parte o todo de su esencia.

² En su *Metafísica* Aristóteles (1986) define “El ente como verdad y el no-ente como falsedad consistente en la combinación o separación y, en conjunto, comprende la participación de una contradicción, pues lo verdadero consiste en la afirmación de una composición efectiva y la negación de una separación; y lo falso en la contradicción de esa afirmación y de esa negación; (...) pues lo falso y lo verdadero no se dan en las cosas, sino en la razón discursiva, pero, en lo tocante a las nociones simples, es decir, a los que son esto (esencias), lo verdadero y lo falso ni siquiera se dan en la razón discursiva”.

social es el beneficio mutuo, sea para compartir el conocimiento de algo o para ejecutar una acción conjunta.

Comunicar es el acto de ser de la comunicación. A su vez, ésta se dimensiona como la acción del lenguaje que permite la búsqueda del bien común. La comunicación se establece como potencia natural³ del sujeto que posibilita al ser individual la conformación natural del ser social⁴.

³ Aristóteles, en la *Metafísica*, edición trilingüe de Valentín García Yebra (1987, V, 12: 259), define la potencia como el principio del movimiento o del cambio que está en otro, o en el mismo en cuanto otro; por ejemplo, el arte de edificar es una potencia que no está en lo que se edifica; pero el arte de curar puede estar en el que es curado, pero no en cuanto es curado.

⁴ En el Libro primero, capítulo 1 de *La Política* (1978: 21), Aristóteles define que toda “asociación no se forma sino en vista de algún bien, puesto que los hombres, cualesquiera que ellos sean, nunca hacen nada sino en vista de lo que les parece bueno.

⁵ Aristóteles (1987: 276) en el Libro V, 17, define la perfección como “aquello fuera de lo cual no es posible tomar parte de ello (...) perfectas aquellas cosas que han conseguido su fin”.

⁶ En el Libro II, 30, 993b, Aristóteles (1987: 84) define la búsqueda de la verdad como “la investigación de la verdad es, en un sentido, difícil; pero en otro, fácil. La prueba del hecho de que nadie pueda alcanzarla dignamente, ni yerra por completo, sino que cada uno dice algo acerca de su naturaleza; individualmente, no es nada, o es poco, lo que contribuye a ella; pero todos reunidos se forma una magnitud apreciable”. “Si todas las opiniones e impresiones son verdaderas y falsas al mismo tiempo (pues muchos creen lo contrario que otros, y estiman que los que opinan lo mismo que ellos yerran; de suerte que, necesariamente, una misma cosa será y no será) y si es así, necesariamente serán verdaderas opiniones (pues los que yerran y los que dicen la verdad opinan cosas opuestas; por tanto, si los entes son así todos dirán la verdad)”. Libro IV (p. 188-189).

⁷ Aristóteles (1987: 394): “Y puesto que la sustancia es de dos clases: el todo concreto y el concepto (en el primer caso la sustancia comprende el concepto junto con la materia, mientras en el segundo caso es el concepto en sentido pleno”. Libro VII, 15.

⁸ Max Weber (1997: 33) define Sociedad como “Una relación cuando y en la medida en que una relación social se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de igual motivación. La sociedad de un modo típico, puede especialmente descansar (pero no únicamente) en un acuerdo o pacto racional, por declaración recíproca”.

Este proceso refleja la evolución de la sociedad como escenario natural de realización de las personas, donde la comunicación se convierte en la interrelación de lo individual para la conformación de la sociedad. La comunicación ha estructurado la historia de la humanidad, donde los hechos sociales han sido la manifestación de la organización humana: progreso, desarrollo y perfección⁵.

La comunicación depende fundamentalmente de un acto de la inteligencia y de la voluntad. La verdad⁶ y el bien se convierten en la esencia⁷ de la interrelación social de la comunicación, expresados como ejercicio de la libertad.

La comunicación es un acto libre y responsable, que surge de la naturaleza misma de la persona humana como ser social. Su realización en el ejercicio de la libertad lo conmueve a la conformación de la sociedad⁸ mediante la organización de la misma.

La sociedad se establece a partir de personas y comunidades organizadas mediante la comunicación. Las organizaciones son instituciones⁹ con identidades particulares que comparten la naturaleza misma de la persona, que es producir bien¹⁰ para sí mismo y para los demás, por tanto, la naturaleza de la persona es la misma naturaleza de la sociedad. O, expresado según Melé, “Se prescribe que el hombre y la sociedad tienen afines su naturaleza y su fin. Por lo que respecta al fin: el fin de la sociedad es el fin del hombre. La unidad de orden significa entonces que la comunicación que se establece busca el fin del hombre, a saber, el desarrollo de su propia naturaleza” (Melé, 1995: 61). Aristóteles en este sentido diría “el bien es el fin de todas las acciones del hombre, (...) y el fin supremo del hombre es la felicidad” (Aristóteles, 1987: 57-63). El camino que acompaña el acto humano para su perfección es la comunicación.

La comunicación es una acción terminada o una acción final¹¹, que implica un movimiento desde la voluntad y de la inteligencia para tener en común algo que se comprende por el entendimiento, y que pasa al nivel de conocimiento de quienes interactúan¹². Es decir, que de la información se pasa a la comunicación.

La naturaleza de la comunicación se determina por la potencia individual que tienen los sujetos para comunicarse con otros –potencia del alma– como causalidades eficientes. A su vez, supone la naturaleza social para la realización de los mismos. Es decir, que la comunicación tiene dos naturalezas que conforman su esencia: naturaleza individual y naturaleza social. En este sentido, su potencia le permite comunicarse con otro, no consigo mismo. Y ese otro puede ser parte de sí mismo –no todo– como una unidad corpórea superior.

La comunicación entre los sujetos es uno de los condicionantes estructurales y recíprocos de la sociedad, donde principio y fin del diálogo entre los sujetos

⁹ Aristóteles, en *Política* (1999: 45, 279), denomina a la organización como Constitución dividida en dos comunidades Política y Familiar. Libros I, II, III.

¹⁰ Thomas Hobbes (1979: 235) define al bien “Por pasión natural todos los hombres llaman bien a lo que les agrada de momento o en la medida en que puedan preverlo así; y de manera parecida llaman mal a lo que les desagradan. Por tanto, el que prevé todo lo que resulta adecuado a su conservación (que es el fin a que todos aspiramos naturalmente) tiene también que llamarlo bueno y el contrario malo”.

¹¹ Aristóteles (1987: 290), define la acción final con el vocablo entero, “se llama algo a lo que no falta ninguna parte de aquellas por las cuales se llama entero por naturaleza, y lo que contiene las cosas contenidas de manera que éstas sean algo uno; y esto puede ser de dos maneras: pues o bien son uno individualmente, o bien se componen de ella la unidad”. Libro V, 26.

¹² Alejandro Llano (2002: 113-114), en *La vida lograda*, define: “como se puede apreciar, lo decisivo en la vida política no son las ideologías. No hay que tomarse demasiado en serio eso de ser progresista o conservador, de izquierdas o de derechas. Claro que existen esas distinciones, pero son relativas, variables y casi siempre muy superficiales. La clave está en distinguir el modo político de comportarse que sea humano/no humano de aquel que más bien es no humano. Este eje –humano/no humano– es más decisivo que el público/privado o Estado/mercancía”.

permiten la convivencia, la comprensión, el respeto, la solidaridad, el progreso, el conocimiento; y en lo individual, la perfección de las personas. Perfección que se dimensiona desde el ejercicio de la comunicación como participación común del bien y de la verdad, donde el sujeto se perfecciona y contribuye a la perfección de los demás miembros de la comunidad.

La dimensión epistemológica de la comunicación

La comunicación, como una acción absoluta y necesaria para la conformación de la sociedad, adquiere el estatus de objeto de estudio¹³. Para el efecto, existen dos posibilidades de estudio científico: la comunicación como una cosa o la comunicación como una acción. La comunicación es una acción,

más aún, una acción final. Sin embargo, no es posible estudiarla sin conocer su naturaleza propia, su identidad, que como se ha mencionado, es la acción de los sujetos para la común conformidad del significado de las cosas. Naturaleza que no cambia, y que se mantiene en todas las acciones de la comunicación, y que por el carácter de la acción, no es posible estudiarla en movimiento, sólo es posible mediante su objetivación con referencia a su naturaleza. El objetivar la comunicación supone el establecimiento de su dimensión epistémica, que para el efecto, supone la interrelación de dos objetos, el objeto formal y el material. El objeto formal: el mensaje y su relación con los lenguajes, los medios y los sujetos; y, su objeto material: la realidad social¹⁴.

La comunicación fundamenta su método en la comprensión y no en la explicación, para entender el sentido y el significado de los actos humanos, como actos comunicativos, es decir, como acciones en sociedad. La comunicación pretende comprender los hechos particulares para enriquecer el ser, en la

¹³ Aristóteles (2003: 273) define a la ciencia como “Qué es la ciencia, es evidente a partir de ahí —si hemos de hablar con precisión y no dejarnos guiar por semejanzas—: todos creemos que las cosas que conocemos no pueden ser de otra manera; pues las cosas que pueden ser de otra manera, cuando están fuera de nuestra observación, se nos escapa si existen o no. Por consiguiente, lo que es objeto de ciencia es necesario. Luego es eterno, ya que todo lo que es absolutamente necesario es eterno, y lo eterno es ingénito e indestructible. Además, toda ciencia parece ser enseñable, y todo objeto de conocimiento, capaz de ser aprendido. Y todas las enseñanzas parten de lo ya conocido, como decimos también en los Analíticos, unas por inducción y unas por silogismo. La inducción es principio, incluso, de lo universal, mientras que el silogismo parte de lo universal. De ahí que haya principios de los que parte el silogismo, que no se alcanzan mediante el silogismo, sino que se obtienen por inducción. Por consiguiente, la ciencia es un modo de ser demostrativo y a esto puede añadirse las circunstancias dadas por los Analíticos; en efecto, cuando está convencido de algo y les son conocidos sus principios, sabe científicamente; pues si no los conoce mejor que la conclusión, tendrá ciencia sólo por accidente. Sea, pues, especificada de esta manera la ciencia”.

¹⁴ Aristóteles (1986: 125) define: “La filosofía es la ciencia de la verdad. En efecto, ése es el fin de la ciencia teórica, así como el de la práctica es la acción, y si la última encara también el estudio de la verdad, sólo se interesa ella en la medida en que es relativa a un *fin hic et nunc*”.

búsqueda de su perfección humana y trascendente.

Para comprender el verdadero sentido y alcance de la comunicación hay que insistir en que lo suyo es la perfección de la persona en la verdad y en el bien, y en consecuencia, en la conformación de la sociedad, por-que donde no existe comunicación no hay sociedad. Para los antiguos griegos, por ejemplo, era condición esencial de la convivencia, que se reflejaba en el uso del lenguaje como fenómeno de comunicación que pone en acto las virtualidades para saber del otro (Pascuali, 1980: 42).

La koinoonía significa comunicación y comunidad. Se vive en comunidad porque se pone algo en común. No es aventurado afirmar con Pasquali que la comunicación, como hecho esencial, es intrínseca a la esencia del hombre y está en la génesis de toda estructura social. Este autor define: “Comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión y recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por

ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre” (Pascuali, 1980: 51).

Existe una íntima compenetración entre comunicación, convivencia, comunidad y sociedad. Todas ellas se conciben desde la comunicación.

Y no sólo en su sentido ontológico fundamental sino en las más actuales y desarrolladas formas de la comunicación. Sería vano intentar una teoría de la sociedad o de la comunidad política que no tuviera como premisa la consideración de esta realidad. Hasta el punto de que “lo que llamamos sociedad no es solamente una red de estructuras políticas y económicas, es

también un proceso de aprendizaje y comunicación” (Williams, 1962: 34).

Es fundamental considerar a la comunicación como un proceso de la mediación humana en el que un sujeto emisor, persona u organización, transmite un mensaje a un público. El saber científico estudia todos estos factores, y luego da a conocer sus resultados para

Para comprender el verdadero sentido y alcance de la comunicación hay que insistir en que lo suyo es la perfección de la persona en la verdad y en el bien, y en consecuencia, en la conformación de la sociedad porque donde no hay comunicación no hay sociedad.

que sean tenidos en cuenta y aplicados por quienes tienen esta responsabilidad propia en la sociedad, o para respaldar nuevas teorías o tecnologías que surgen de la investigación.

En esta misma línea, Yépez Storke (1996) establece que:

La comunicación social es una forma de mediación humana, en la cual la persona y la sociedad tienen y ejercen el derecho a la comunicación, porque comunicar, en el sentido social aquí tratado es algo más que informar; no es un puro decir, sino un decir algo a alguien, un tener en común lo dicho. Comunicar es dialogar, dar una información a alguien que la recibe y la acepta como suya, y que responde. Se trata de un acto de relación interpersonal dialogada en el que se comparte algo (p. 385).

Así pues, no se trata de estudiar la comunicación como algo añadido a la persona, sino como potencia de su misma naturaleza racional e inteligente. Precisamente, la valoración en toda su dimensión del ser humano que tiene posibilidad de trascender a través de su capacidad de comunicación, que es principio de relación en sociedad y de conocimiento propio, es el funda-

mento de lo que Aristóteles llamara la necesidad de estudiar algo que es absolutamente necesario para su existencia (Aristóteles, 2003: 273).

Así mismo, el avance en el estudio e investigación de la comunicación como ciencia práctica permite consolidar una base antropológica común en la cual el qué y el para qué no pueden relegarse ni sustituirse por el simple cómo. En este planteamiento queda claro que lo más importante en el proceso comunicativo es la comunicación de la verdad y del bien.

Con frecuencia se piensa que estudiar la comunicación es sinónimo de estudiar los medios como si esto bastara para comprender el fenómeno suficientemente: “La aberrante reducción del fenómeno comunicación humana al fenómeno medios de comunicación, constituye un caso de perversión intencional de la razón, de tosco artificio ideológico; detrás de cada mesa de redacción, cámara, micrófono o consola de mando siempre hay otro que dice u ordena, se produce como en el pasado pretecnológico, un mensaje que fluye para que algo o alguien lo reciba” (Pascuali, 1980: 11-12).

Fenómenos tales como la manipulación del lenguaje, la dependencia cultural o política de los medios, la presión

económica sobre ellos, su uso como vehículo para divulgar hechos violentos y escabrosos que atentan contra la intimidad y la honra de las personas, no sólo deben ser constatados y contrastados en un mensaje, sino interpretados con una visión global del por qué y del para qué de la comunicación. La sociedad requiere mucho más que la descripción fenomenológica o la jus-

tificación sociológica de lo que ocurre en ella y que se expresa en los medios. O se indaga la finalidad de los medios en su carácter medial, lo cual supone el predominio de lo humano, o los medios acaban por convertirse en fines. De ser mediadores pasan a ser mediatizados por criterios ajenos a la estricta función de comunicar con verdad¹⁵.

El estudio científico de la comunicación

La comunicación como objeto de estudio ha sido una constante de indagación entre investigadores sociales provenientes de diferentes disciplinas, a saber: antropología, sociología, psicología social, política, semiología, historia, filosofía, etnografía, pedagogía, entre otras.

Este estudio, más profundo desde principios del siglo XX, ha consolidado la comunidad de investigadores de la comunicación, que mediante sus aportes han contribuido en la comprensión de lo que ésta significa.

Comprensión que emana de diferentes posturas y escuelas de pensamiento, donde el objeto de la comunicación: el mensaje, ha sido estudiado desde su función social, estructura simbólica del contenido, efectos en la población, medios masivos y culturización, principalmente.

Este escenario, a su vez, ha generado la discusión epistémica de la naturaleza del estudio y de la validación de los nuevos conocimientos de la comunicación humana. En sí mismo, ha desencadenado la discusión entre los investigadores sobre la identidad de la comunicación.

¹⁵ Aristóteles (1986: 271) define: "Toda ciencia se ocupa de causas y de principios más o menos exactos. Pero todas las ciencias limitan su estudio a un ente o a un género determinado del ente y no se ocupan del ente considerado de modo absoluto; ni producen una definición de lo que es ser esto sino que lo ponen de manifiesto por la sensación y, admitiendo el género deslindado como hipótesis, demuestran de una manera más o menos las determinaciones del género. De modo que no producen demostración de lo que es ser esto pues arriban a ponerlo de manifiesto por otro modo de conocimiento por sensación; y tampoco nada dicen si existe o no el género de que tratan, pues es propio de la misma operación del espíritu hacer patente lo que es ser esto y si existe".

La discusión oscila entre el sustento de la comunicación como una ciencia¹⁶, una disciplina, un campo del saber del conocimiento e incluso un arte¹⁷. Más aún, entre un objeto de estudio subsidiario de las ciencias sociales o como una macrociencia receptora y convocadora de métodos y preguntas de otros saberes.

Sin embargo, en la práctica, la discusión encuentra más convergencias que divergencias. Primero, el tipo de investigación que se realiza por parte de los estudiosos de la comunicación es tanto básica como aplicada, tanto científica como tecnológica; segundo, la conformación de grupos y comunidades académicas de discusión y validación del conocimiento de la comunicación de carácter universal; tercero, el reconocimiento por parte de las comunidades de escuelas de pensamiento de la comunicación, y cuarto, el afán constante por explicar y comprender la comunicación como una acción social de la realidad humana.

Acción que por su naturaleza se presenta en infinidad de formas y condiciones, advirtiéndose entre lo personal y lo social, entre lo privado y lo público, entre lo real y lo imaginario, originando a su vez la especialización en el estudio de géneros condicionados por el medio y por sus naturalezas deontológicas y teológicas.

En este sentido, los estudiosos de la comunicación han procurado la identificación de los componentes de la misma: mensajes, agentes, fuentes, medios, códigos, lenguajes, contenidos, audiencias, públicos, etc., explicados desde las acciones sociales de éstos: efectos, masificación, mediación, culturización y simbolización. Entendidos a su vez en el contexto de los hechos sociales, enmarcados en las dimensiones culturales, filosóficas, políticas, económicas,

¹⁶ Aristóteles (1986) dice: “Todos los hombres, por naturaleza, desean conocer (...) la sabiduría indaga la causa de los fenómenos (...) La investigación de la verdad en parte es difícil (en cuanto nadie puede aceptar un aspecto determinado de modo satisfactorio) y en parte es fácil (no podemos en conjunto errar el blanco). En efecto: aunque en la esfera de la naturaleza ningún pensador ha hecho grandes contribuciones, de la suma de los aportes individuales se ha formado un conjunto considerable. Entonces, la verdad es fácil en cuanto no es posible estar en posesión de la totalidad de ella. Pero cuando se trata de una parte de ella surge la dificultad. Quizá la dificultad no resida en las cosas, sino en nosotros mismos” (p. 91, 120, 124).

¹⁷ Aristóteles (2003: 274) define al arte así: “Entre lo que puede ser de otra manera está el objeto producido y la acción que lo produce. La producción en sí misma de la acción (uno puede convencerse de ello en los tratados esotéricos); de modo que también el modo de ser racional práctico es distinto del modo de ser racional productivo. Por ello, ambas se excluyen recíprocamente, porque ni la acción es producción, ni la producción es acción. Ahora bien, puesto que la construcción es un arte y es un modo de ser racional para la producción, y no hay ningún arte que no sea un modo de ser para la producción, no modo de ser de esta clase que no sea un arte, serán lo mismo el arte y el modo de ser productivo acompañado de la razón verdadera. Todo arte versa sobre la génesis, y practicar un arte es considerar cómo puede producirse algo de lo que es susceptible tanto de ser como de no ser y cuyo principio está en quien lo produce y no en lo producido”.

antropológicas, religiosas y sociales de las personas. Todo finalmente como un escenario movido por el interés investigativo en explicar la comunicación, que permita comprender las causas y los principios, las consecuencias y los impactos de la acción de la comunicación.

Estas relaciones a su vez dan origen a los géneros de estudio de la comunicación, a saber: comunicación social, comunicación política y comunicación pública, opinión pública, comunicación mediada, periodismo, comunicación y educación, comunicación y cultura, comunicación comunitaria y comunicación en las organizaciones, entre otras.

A continuación se efectúa un breve recorrido por las escuelas de pensamiento de los investigadores de la comunicación en el marco de las relaciones citadas anteriormente, con el ánimo de ordenar a nuestro juicio los aportes teóricos que han realizado en procura de la comprensión del fenómeno de la comunicación.

Escuela de Frankfurt: de la esfera de lo público al industrialismo cultural

La constante preocupación por la definición conceptual de la esfera de lo público y lo privado de la sociedad moderna, y el establecimiento de los medios de comunicación como un agente protagonista en la estructuración de la cultura, permitió la consolidación de una de las más importantes escuelas de pensamiento de la comunicación actual, soportada desde la filosofía, la sociología y la ciencia política.

Esta escuela, desde la postura crítica de las relaciones sociales y sus agentes, se enfocó en la influencia que ejercen los medios de comunicación en el colectivo, considerando a éste como un su-

jeto indefenso frente a las corrientes de alienación propuestas por los medios, a través de las industrias culturales y la estructura de la propiedad de la empresa informativa, Habermas (1989), Adorno y Horkheimer (1972), Mattelart (1997), Marcuse (2001).

Habermas (1989) en su publicación *The structural transformation of the public sphere* advertiría acerca de la utilización estratégica del poder central sobre la libertad del acceso a los medios de comunicación, permitiendo la incorporación de la gente a la vida pública con pronósticos de participación en la vida política.

Desde la perspectiva de Adorno y Horkheimer (1972) en su libro *The culture industry: enlightenment as mass deception. The dialectic of enlightenment* se profundizaría en las industrias culturales emancipadas por los medios de comunicación, convirtiendo a la cultura de los pueblos en productos mediatos de consumo masivo, sacrificando los componentes de la identidad y la diversidad cultural (Adorno y Horkheimer, citados por Mattelart, 1997: 57).

Escuela Funcionalista: de la construcción social a la manipulación de la información

El pensamiento pragmático norteamericano intervino en la concepción teórica de la función de la comunicación en la sociedad, estableciendo su finalidad desde la naturaleza de la utilidad de los medios de comunicación masiva, conformando la Escuela funcionalista de la comunicación, soportada desde la ciencia política y la psicología social. Laswell (1948), Lazarsfel y Stanton (1949), Shannon y Weaver (1949), Hovland et al. (1949), Defleur (1964), Lippman (1922), Sears et al. (1973), Petty y Priester (1981), donde principalmente se profundizó en los estudios sobre la persuasión de los medios de comunicación en las audiencias.

Laswell (1948), formuló inicialmente las funciones de los medios de comunicación en su publicación *The structure and function of communication in society, the communication of ideas*, inspiradas fundamentalmente en la premisa “la vigilancia del entorno”, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen (Laswell, citado por Matelart, 1997: 31).

Shannon y Weaver (1949), en su libro *The mathematical theory of communication*, establecieron para beneficio de la comunidad investigativa la teoría matemática de la comunicación, definiendo los elementos básicos constitutivos del proceso comunicativo –emisor-mensaje-canal-receptor– que servirían de base para la búsqueda del objeto formal de la comunicación.

Esta escuela profundizó en el papel de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad y sus peligros frente a la manipulación de la información desde la persuasión y la propaganda política. Adicionalmente, aportó

métodos de investigación para la indagación sobre las percepciones de la opinión pública en general, como lo establecieron Hovland et al. (1949) en su publicación *Experiments in mass communication*.

Escuela Hermenéutica: del estructuralismo al interaccionismo simbólico

El interaccionismo simbólico de los mensajes de los medios se convirtió en un objeto de estudio para la comunicación. La preocupación por las cargas significativas y simbólicas de los mensajes dirigidos a las audiencias determinó el nacimiento de la Escuela estructuralista-hermenéutica, donde surgieron estudios sobre la dimensión estructural de la sociedad y sus relaciones simbólicas y significativas: Eco (1986), Barthes (1972), Morin (1961).

Estos estudios propendían por evidenciar los efectos e influencias simbólicas significativas en las personas con relación al poder coercitivo de los mensajes. Principalmente, la televisión se convirtió en el centro de la multiplicidad simbólica y significativa de la imagen, los sonidos y las historias en general que se narran a través de la pantalla, donde el espectador se comporta como un ser

pasivo físico, con altos niveles de actividad sensible y cognitiva.

Barthes (1972) en sus libros *Mythologies* y *Le système de la mode*, y Morin en su trabajo denominado *Le cinéma ou L'homme imaginaire* (1961), contribuyeron a determinar la carga semiológica que transmite la televisión desde las simbologías idealistas, estereotipos y afanes de comportamiento, la moda como aceptación de las personas en los grupos sociales, la construcción de identidades individuales de los mensajes, y la adopción de posturas y comportamientos exógenos de la persona, provenientes de las pro-

puestas televisivas.

Eco (1986) en *Los límites de la interpretación*, y en sus investigaciones sobre significación y comunicación,

La preocupación por las cargas significativas y simbólicas de los mensajes dirigidos a las audiencias determinó el surgimiento de la Escuela estructuralista-hermenéutica, donde se desarrollaron estudios sobre la dimensión estructural de la sociedad y sus relaciones simbólicas y significativas.

encontró la relación directa de los actos violentos de las personas con las temáticas y los contenidos de los programas de televisión: “yo le digo rosa a alguien y este alguien entiende que quiero decir flor roja” (Eco, 1992: 241). Más categórico aun, cuando afirmó que las consecuencias activas pueden ser aberrantes en los receptores pasivos, que se forman un significado diferente y particular al significado dominante que quiso transmitir el productor, ocasionando disparidades culturales con

efectos próximos a la realidad social de cada uno (Eco, citado por Castells: 1999; 367).

Los estudios de Foucault, a través de la moda, los espectáculos y las corrientes de opinión aportaron a la comprensión del fenómeno simbólico y significativo del mensaje, y al estudio del lenguaje considerado por él como “el máximo poder humano, el lenguaje o su máxima expresión la lengua” (Foucault, citado por Eco, 1986: 337).

Escuela Canadiense: del medio como mensaje a la globalización de la información

El estudio del contenido, la cobertura, el acceso, la interactividad, el espacio y el tiempo asociados a la naturaleza de los medios de comunicación consolidaron la formación de la Escuela Canadiense, que profundizó en la perspectiva del medio como fuente, considerando al medio como mensaje y advirtiendo la dimensión extensiva del medio de comunicación para la abstracción social de la realidad. McLuhan (1973), Volkmer (2004), Krekchove (2002).

A finales del siglo XX surgió un nuevo concepto de comunicación mediada, la red de internet. Este medio intensificaría los estudios de esta escuela y daría continuidad a las investigaciones de McLuhan. La internet, contrariamente al medio masivo o de masificación, permitió unir los extremos del lenguaje mediático, de lo masivo a lo personal y de lo personal a lo masivo¹⁸. Un medio de carácter interactivo antagónico a los medios unidireccionales de tradición. Estos estudios evidenciaron la estratificación informativa derivada del acceso a los medios de comunicación, determinando las formas de analfabetismo informático de algunos sectores de la población.

¹⁸ Manuel Castells (1999: 367) en *La era de la información*, continuó el fuerte debate sobre los postulados de la Escuela Social Crítica de Marcuse y Habermas, donde “irónicamente aquellos que abogan el cambio social son quienes consideran a la gente receptáculos pasivos de manipulación ideológica”.

McLuhan (1973), en *Del clisé al arquetipo y Understanding media: The extensions of man*, y en *La Galaxia*

Gutemberg (1985), establece las bases para el estudio de los nuevos lenguajes de la internet, a partir de sus tesis iniciales sobre la “aldea global” y el “medio es el mensaje” que permitieron la participación de las audiencias en el proceso comunicativo de mediación social, y establecieron la ruptura de las pautas tradicionales de comportamiento de las audiencias, abriendo paso a elementos caracterizadores como la instrumentación personalizada, la interactividad, la interconexión y la multimedialidad (Castells, 1999: 32). La tendencia mediática que McLuhan denominara la “Galaxia Gutemberg” evolucionaría al concepto de Castells denominado la “Constelación de internet” (Castells, 1999: 378).

Krekchove (2002), por su parte, determinó la singularidad de la atmósfera espacial y temporal del lenguaje de la internet, donde estableció a la interactividad como diferencia sustancial entre la internet y la televisión.

La comunicación de masas: escuelas y objeto

Finalmente, la división de las escuelas de pensamiento de la comunicación encontraron un objeto específico relacional con todas sus posturas particulares con el advenimiento de la investigación de los mass media, orientada fundamentalmente a explicar y dar solución a los problemas de la sociedad norteamericana, donde el fenómeno comunicativo social se evidenció como un problema mediático. En este escenario, los medios periodísticos se abordaron con intención teorizante¹⁹, donde proliferó una gama amplia de explicaciones teóricas del fenómeno periodístico social, y donde fructificó la escuela de la teoría de la comunicación de masas. Newman (1982), McQuail (1983), McCombs (1993) y Levy (1977).

La comunicación de masas se convirtió en una escuela de pensamiento y en un objeto multidisciplinario sobre los efectos de masificación y culturización mediática de los medios de comunicación. Entre sus enfoques se encuentran “los media céntricos”, “culturalistas”, “materialistas” y “sociocéntricos”. Sus investigadores constituyen los pioneros de las denominadas ciencias de la comunicación, encaminados a la comprensión y la formulación de teorías sobre los fenómenos asociados

¹⁹ Este nuevo rol de la prensa visto por las audiencias, consolidó el objeto de estudio de esta línea de investigación, ¿habla el periodismo en nombre de la libertad de prensa?, ¿cuáles son los límites de la libertad de prensa?, ¿están en armonía la libertad de prensa y el derecho de información de la gente?, ¿quién habla en nombre del derecho a la información de la gente? Estas preguntas, en palabras de McQuail, “determinan los límites de la acción periodística”, y de alguna manera han sido tratadas por otros autores.

a la producción, procesos y efectos de los medios de comunicación (Berger y Chaffee, 1987: 95-118).

Entre los investigadores que ahondaron en el poder de los medios de comunicación de masas, se encuentran: Janowitz (1968), Williams (1958), Hughes (1940), Schudson (1978), Burnett (1990), Negus (1993), Winston (1986), Beniger (1986), Defleur y Ball-Rokeach (1989).

La comunicación de masas se convirtió en una escuela de pensamiento y en un objeto multidisciplinario sobre los efectos de masificación y culturización mediática de los medios de comunicación.

A su vez, entre quienes dieron identidad a la llamada Escuela de Chicago y sus aportes sociológicos a la comunicación, se encuentran Park (1940), Rogers et al. (1993) y Hardt (1979).

Las investigaciones sobre los efectos de los medios de comunicación han sido línea y objeto de estudio principalmente de autores como McCombs (1972) quien profundizó en los efectos

de las noticias en el público, formulando su conocida teoría sobre la Agenda Setting. Por su parte, Gerbner (1967), Gross (1977), Signorielli y Morgan (1990) dirigieron sus estudios a los impactos de la televisión en la sociedad.

La Escuela de los *mass media*, en general, ahndó en los impactos de los medios en todos los ámbitos de las personas y de la sociedad. Entre sus exponentes figuran Bandura (1982), Hall (1977), Falmagne (1975), Rosenthal y Zimmerman (1978), Ball et al. (1976), Berkowitz y Geen (1976), Liebert et al. (1982), Malamuth y Donnerstein (1984), Zillmann y Bryan (1984), Goranso (1970), Halloran y Croll (1972), Larsen (1968) Ball-Rokeach (1972), y un millar de investigadores quienes centraron sus estudios sobre los impactos cognitivos de los medios, conformando la Teoría Cognitiva de la Comunicación de Masas. Igualmente, Berkowitz y Geen (1976) con su análisis del efecto *priming*.

Los estudios culturalistas ahondarían en los efectos culturales y aculturales de los medios de comunicación, procurando su explicación desde los cambios estructurales de las tradiciones autóctonas de los pueblos. Thompson (1998) en *Los media y la modernidad*, indagaría en los procesos largos, con frecuencia brutales del conflicto social; Schiller (1989), en *Information*

and the crisis economy, establecería categóricamente el desplazamiento cultural de los países del tercer mundo como una invasión electrónica liderada por Estados Unidos. Barbero y

Rey (1999), en *Los ejercicios del ver; hegemonía audiovisual y ficción televisiva* emanciparían las bondades de la televisión desde los postulados de la Escuela culturalista latinoamericana.

- ARISTÓTELES. 2003. *Ética Nicómaquea: Ética Eufemia*. Traducción del griego por Julio Palli Bonet. Madrid: Editorial Gredos.
- _____. 1987. *Metafísica*, edición trilingüe de Valentín García Yebra. Madrid: Editorial Gredos.
- _____. 1986. *Metafísica*. Traducción directa del griego por Hernán Zucchi. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- _____. 1999. *Política*. Traducción de Manuela García Valdés. España: Editorial Gredos.
- _____. 1978. *La Política*. Traducción de Patricio de Azcárate. Madrid: Edición Espasa-Calpe.
- _____. 1988. *Tratados de Lógica*. Traducción de Miguel Candel Sanmartín. Madrid: Editorial Gredos.
- ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. 1972. *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. The Dialectic of Enlightenment*, Nueva York. www.icce.rug.nl, Vol. 2, January 2000.
- BALL-ROKEACH, S. y DEFLEUR, M. 1976. *A dependency model of mass media effects*, Communication Research.
- BALL-ROKEACH, S. 1972. *The legitimation of violence*. Chicago: Aldine-Ardenson.
- BARBERO, J., Martín, REY, Germán. 1999. *Los ejercicios del ver; hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. España: Gedisa.

- BARTHES, R. 1972. *Mythologies*, Londres: Siglo XXI, Madrid. www.orac.sund.ac.uk
- BANDURA, A. 1982. *The psychology of chance encounters and life path*. American Psychologist. www.infoamerica.org
- BENIGER, J. R. 1986. *The Control Revolution*. Cambridge: Harvard University Press.
- BERKOWITZ, L. y GEEN, R. G. 1976. "Stimulus qualities of the target of aggression: A further study", *Journal of Personality and Social Psychology*.
- BERGER, C. R., CHAFFEE, S. H. 1987. *The study of communication as a Science*. Londres: Handbook of Communication Science.
- BURNETT, R. 1990. *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. Gothenburg: University of Gothenburg.
- CASTELLS, Manuel. 1999. *La era de la Información*. México: Alianza
- CHAFFEE, S. H. 1977. *The Diffusion of Political Information*. Beverly Hills: Sage Publications.
- CHAFFEE, S. H. y HOCHHEIMER, J. L. 1982. *The Beginning of Political Communication Research in the US*.
- DOOB, L. 1935. *Propaganda, its psychology and technique*. Nueva York: Holt.
- DEFLEUR, M., L. 1964. *Theories of Mass Communication*. Nueva York: David McKay.
- DEFLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. 1989. *Theories of Mass Communication Science*. Londres: Sage.

- DESANTES, José María. 1998. *Ética y derecho en el control del contenido de los medios*. Piura: Universidad de Piura.
- _____. 1994. *Derecho de la información*. Madrid: Coléx.
- Eco, Humberto. 1992. *Los límites de la interpretación*. Milán: Lumen.
- _____. 1986. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- ESCRIBÁ DE BALAGUER, Josemaría. 1980. *Conversaciones con Josemaría Escrivá*. Pamplona: Eunsa.
- FALMAGNE, R. J. 1975. *Reasoning: Representation and process in children and adults*. Nueva York: Hillsdale.
- GALDÓN, Gabriel. 1999. *La enseñanza del periodismo: una propuesta de futuro*. Madrid: Cims.
- GERBNER, G. 1967. *Mass Media and Human Communication Theory*. Nueva York: Rinehart and Winston.
- GORANSON, R. E. 1970. *Media violence and aggressive behavior*. Nueva York: Academic Press
- GROSS, L. P. 1977. *Television as a Trojan Horse*. Scholl Media Quaterly.
- GUSDORF, G. 1983. *Pasado, presente y futuro de la investigación interdisciplinar*. En APOSTEL, L. et al. *Interdisciplinariedad y ciencias humanas*. Madrid: Tecnos-Unesco.
- HALL, S. 1977. *Culture, the Media and the Ideological Effect*. Londres: Mass Communication and Society.
- HARDT, H. 1979. *Social Teories of the press: Early German and American Perspectives*. Londres: Sage.

- HALLORAN, J. D. y CROLL, P. 1972. *Television programs in Great Britain*. Washington, DC: US Government Printing Office.
- HABERMAS, J. 1989. *The Structural Transformation of The Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- HERRERA Francisco José y VÉLEZ, Amparo. 1998. *Filosofía aplicada a la investigación científica*. Bogotá: Universidad de La Sabana.
- HOBBS, Thomas. 1979. *Elementos de derecho natural y político*. Traducción del inglés de Dalmacio Negro Pavón. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- HOVLAND, C. L. LUMSDAINE, A. A. y SHEFFIEL, F. D. 1949. *Experiments in Mass Communication*, Princeton: University Press.
- HUGHES, M. 1940. *News and the human interest story*. Chicago: University of Chicago.
- JANOWITZ, M. 1968. *The Study of Mass Communication*. *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Nueva York: MacMillan.
- KELLY, J. C. 1984. *A Philosophy of communication*. Londres: Centre for the Study of Communications and Culture.
- KREKCHOVE, Derrick. 2002. *The Internet Enters Television, A Trojan Horse in the Public Mind*. The McLuhan Program in Culture and Technology. www.umcluhan.utoronto.ca
- LLANO, Alejandro. 2002. *Mi vida lograda*. Barcelona: Ariel.
- LASWELL, H. 1948. *The Structure and Function of Communication in Society, The Communication of Ideas*. Nueva York.

Bibliografía

- LARSEN, O. N. 1968. *Violence and the mass media*. Nueva York: Harper y Row.
- LAZARFELD, P. F. y Stanton, F. 1949. *Communication Research*. Nueva York: Harper and Row.
- LIEBERT, R. M., Sprafkin, J. N. y Davidson, E. S. 1982. *La Televisión y los niños*. Barcelona: Fontanella.
- LEVY, M. 1977. "Experiencing Television News". En *Journal of Communication*.
- LIPPMANN, W. 1922. *Public Opinión*, Nueva York: MacMillan.
- MALAMUTH, N. M. y DINNERSTEIN, E. 1984. *Pornography and sexual agresión*. Nueva York: Academic Press.
- MARCUSE, H. 2001. *Towards a critical theory of society*. Londres: Douglas Kellner.
- MATTELART, Armand y MATTELAR Michèle. 1997. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mccombs, M. E. y SHAW, D. L. 1972. "The Agenda Setting Function of the Press". En *Public Opinión Quaterly*.
- _____. 1993. "The evolution of Agenda Setting Theory: 25 Years in the Marketplace of Ideas". En *Journal of Communication*.
- Mcluhan, M. 1985. *La Galaxia Gutemberg*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- _____. 1973. *Understanding media: The extensions of man*. New York: The New American Library.
- _____. 1973. *Del clisé al arquetipo*. México: Diana.

- MCQUAIL, Denis. 1983. *Mass Communication Theory*. Londres: Sage.
- _____. 1994. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España: Paidós.
- MELÉ, Doménech. 1995. *Empresa y Vida Familiar*. Pamplona: Estudios y Ediciones IESE.
- MORIN, E. 1961. *El cine, o, el hombre imaginario*. Barcelona: Seix Barral.
- NEGUS, K. 1993. *Producing Pop*. Londres: Edward Arnold.
- NEWMAN, W. R. 1982. "Television and American Culture". En *Public Opinion Quarterly*.
- ORTEGA, Félix, y Humanes, María Luisa. 2000. *Algo más que periodistas: sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- PASQUALI, A. 1980. *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- PARK, R. 1940. *News as a Form of Knowledge*. En TURNER, R. H. *On Social Control and Collective Behavior*. Chicago: Chicago University Press.
- PETTY, R. E., PRIESTER, J. R. 1981. *Cognitive processes in attitude change, Handbook of social cognition*. Nueva York.
- RODRÍGUEZ LUÑO, Ángel. 1984. *Ética*. Pamplona: Editorial Eunsa.
- ROGERS, E. M., DEARING, J. W. 1987. *Agenda Setting Research, Communication Yearbook*. Londres: Newbury Park.
- ROGERS, E. M., DEARING, J. W. y BREGMAN, D. 1993. "The anatomy of Agenda Setting Research". En *Journal of Communication*. www.joc.oxfordjournals.org

- ROSENTAL, T. L. y ZIMMERMAN, B. J. 1978. *Social Learning and cognition*. Nueva York.
- SÁNCHEZ, Silvio G. 1998. *Fundamentos para la investigación Educativa*. Bogotá: Magisterio.
- SCHUDSON, M. 1978. *Discovering the News*. Nueva York: Basic Book.
- SEARS, D. O. y KOSTERMAN, R. 1973. *Mass media and Political persuasion*. Nueva York: General Learning Press.
- SIGNORIELLI, N. y MORGAN, M. 1990. *Cultivation Análisis*. Londres: Newbury Park.
- SCHILLER, H. 1989. *Information and the crisis economy*. Madrid: Tecnos.
- SCRAMM, W. 1964. *Mass Media and National Development*. C. A. Stanford University Press. www.communication.stanford.edu
- SHANNON, C. y WEAVER. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois.
- THOMPSON, Jhon. 1998. *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- VOLMER, Ingrid. 2004. *Universalism and Particularism: The Problem of Cultural Sovereignty and Global program Flow*. www.ksg.harvard.edu
- WEINRICH, H. 1978. "La comunicación problema clave de las ciencias sociales". En *Cuadernos de Filosofía*, Vol. XVIII. Buenos Aires.
- WEBER, Max. 1997. *Economía y sociedad*. Título original, *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der Verstehenden Soziologie*. 1922. Traducción Carlos Gerhard. México: Fondo de Cultura Económica.

- WILLIAMS, R. 1958. *The Long Revolution*. Londres: Chatto and Windus.
- WILLIAMS, R. 1962. *Britain in the sixties: communication*. Middlessex: Penguin.
- WIMMER, Roger y DOMINICK, Joseph. 2001. *Introducción a los medios masivos de comunicación*. México: Thomson.
- WINSTON, B. 1986. *Misunderstanding Media*. Cambridge: Harvard University Press.
- WHITNEY, R. E. 1973. *Political persuasion*. Nueva York: General Learning Press.
- YARCE, Jorge. 1986. *Filosofía de la Comunicación*. Pamplona: Eunsa.
- YEPES, Ricardo. 1996. *Qué es eso de la filosofía. De Platón a hoy*. Barcelona: Ediciones del Drac.
- ZILLMANN, D. y BRYANT, J. 1984. *Effects of massive to pornography and sexual aggression*. Nueva York: Academic Press.