

# “Mass Communication Research” : Justificación, Desarrollo y Superación

MARILUZ RESTREPO DE GUZMAN

*El presente artículo es el segundo de una serie en proceso sobre el desarrollo de la Ciencia de la Comunicación para comprender mejor la posición latinoamericana frente a ella y, más concretamente, frente a su enseñanza universitaria. En este caso se pretende sintetizar los principales planteamientos de la comunicación desde la visión funcionalista para desde allí -como antecedente- poder entender mejor la situación actual de la ciencia. Está enfocado particularmente a estudiantes de Comunicación Social para que ubiquen dicha propuesta y desde allí profundicen en sus diferentes aspectos.*

## I

### *¿EL FUNCIONALISMO EN COMUNICACION, HOY?*

Muchos han sido los trabajos que se dedican a revisar los estudios sobre comunicación desarrollados principalmente en norteamérica dentro de los marcos funcionalistas de la investigación (1). Básicamente son trabajos realizados por los mismos investigadores que a

(1) Nos centramos en los estudios norteamericanos por ser los EE.UU. el generador de tal propuesta. Es importante anotar que muchos teóricos europeos trabajan, con ciertas variaciones, dentro de la misma perspectiva: Maletzke, McQuail, Silbermann, Williams, Blumer, Halloran.

través de *readers* y bibliografías buscan sintetizar y recopilar los aportes particulares de una época. Existen también otros trabajos de revisión histórica desde perspectivas europeas encaminados a situar el desarrollo de la investigación en comunicación. De otra parte, aparecen innumerables críticas a dichos estudios, que si bien pueden ser justificadas, los han hecho ver como opuestos a la posibilidad de ciencia (2).

Influenciados por esta postura crítica hoy en América Latina parece estar de moda un rechazo —acrítico— a todo trabajo enmarcado dentro de los lineamientos positivistas. Los trabajos funcionalistas sobre comunicación se desprecian por considerarse revaluados, fuera de contexto y más operativos que científicos.

Pero si la posición latinoamericana frente a las ciencias sociales es la de hacer la ciencia desde y en América Latina como única respuesta —como propuesta a partir de la misma realidad cotidiana— no se pueden desconocer los aportes y limitaciones provenientes de otras perspectivas. ¿Cómo crear, cómo transformar, cómo hacer ciencia de espaldas a modelos que prevalecen en nuestra sociedad y que de hecho han generado la situación actual? Para hacer ciencia de la comunicación referida a otros saberes, pero independiente de ellos y desarrollar métodos propios, no se pueden desconocer las diversas posturas y teorías que han intentado explicarla.

Es necesario reconocer que los estudios funcionales de la comunicación, conocidos genéricamente como *'Mass Communication Research'* son importantes y esenciales para comprender y apropiarse una postura latinoamericana, si se tiene en cuenta que:

- Dentro de esa perspectiva aparecen los primeros intentos por abordar científicamente el fenómeno comunicativo.
- En ellos se va delimitando un campo de acción para el entendimiento de la comunicación de una manera particular constituyendo un campo temático propio mediante la utilización de metodologías particulares.
- En el desarrollo de dichos estudios, como consecuencia dentro de la misma lógica, se han revaluado muchas posiciones teóricas.
- Muchas de sus teorías y posiciones han dado lugar a rupturas epistemológicas que han contribuido al desarrollo científico de la comunicación.
- Dicha visión funcional ha prevalecido en los estudios de comunicación en América

(2) En cuanto a los trabajos propios se pueden consultar los *'readers'* y otros relacionados en la bibliografía referente a estudios funcionales que aparecen en SIGNO Y PENSAMIENTO No. 5. En relación con trabajos europeos nos referimos a recopilaciones como por ejemplo: A. Benito (1973), F. Sanabria (1975), G. Statera (1976), M. de Moragas (1981).

Los trabajos críticos a los que nos referimos son innumerables desde concepciones estructuralistas, marxistas, críticas y desde la misma América Latina. Este punto se retomará en artículos siguientes para explicitarlo.

En América Latina han sido pocos los trabajos de recopilación y sistematización; sin embargo, es importante destacar la labor en este sentido de L.R. Beltrán.

Latina y a su vez ha sido la generadora de trabajos contestatarios que inician la búsqueda de propuestas propias (3).

– La misma situación latinoamericana –política, económica, social y cultural– aún está entroncada dentro de los marcos funcionalistas generados por modelos de sociedad y de progreso norteamericanos.

– La visión funcional no es simple historia, hoy sigue vigente desde la perspectiva norteamericana, como puede constatarse a través de investigaciones y estudios recientes. (Algunos consignados en este trabajo).

Será conveniente, entonces, revisar las características básicas de los estudios funcionales y las condiciones particulares de la sociedad y del hombre norteamericano que favorecieron dicha postura frente al conocimiento, situar los trabajos en su desarrollo histórico, puntualizar las temáticas centrales y las metodologías utilizadas para poder extraer los avances teóricos dentro de la misma concepción y su referencia a actividades particulares de la comunicación y, más importante aún, referirlos a aquellos estudios simultáneos o posteriores desde otras perspectivas.

## II

### *HOMBRE, SOCIEDAD Y COMUNICACION EN EL FUNCIONALISMO*

El interés por la comunicación como objeto de estudio se cristaliza en los Estados Unidos al finalizar la década del 20 con la aparición y expansión de medios de comunicación (4) que permiten la difusión amplia de mensajes. Es precisamente el auge de los medios lo que genera la preocupación por un fenómeno tan esencial a la persona humana. Esta visión será una constante en toda la investigación norteamericana, que a su vez ha condicionado el conocimiento de la comunicación en América Latina en donde por mucho tiempo –al igual que en otros continentes– se la ha tomado como sinónimo de medios (5).

Los trabajos se dedican a estudiar los potenciales propagandísticos y comerciales de los medios en relación con la opinión del público. “La investigación en comunicación, en consecuencia, trata de cómo se puede ser efectivo en la comunicación, cómo ser comprendido, cómo ser claro, cómo usa la gente los medios de comunicación, cómo pueden entenderse entre sí las naciones, cómo puede usar la sociedad los medios de masas con mayores ventajas y, en general, cómo trabaja el proceso básico de la comunicación” (6).

(3) Ver Bozzi, M. Raquel, Cano Marisol, Cortés, Carlos, “América Latina: Su-versión de la Comunicación”, 1984. Trabajo de grado, del cual aparecerán artículos en esta revista.

(4) Radio - 1899, difusión amplia 1920; cine - 1895; T.V., 1926.

(5) Para ampliación del tema, ver Pasquali, A. *COMPRENDER LA COMUNICACION*, 1980.

(6) Schramm, “Investigación de la comunicación en los EE.UU.” en *LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA*, México: Ed. Roble, 1966, Pg. 24.

De otra parte, los estudios en Europa también nacen del interés en los medios: teoría del diario y 'publicística' (7) pero desde sus comienzos parten de otra postura ante el conocimiento. Si bien la 'publicística' entiende los medios de comunicación como formadores de opinión pública —al igual que los investigadores norteamericanos— su visión está más emparentada con la filosofía del conocimiento. Hagemann, por ejemplo, la define como "la manifestación pública de contenidos de conciencia".

Se trata de una aproximación distinta al conocimiento. Aún con el mismo punto de partida —los medios— se llega a concepciones totalmente diferentes (8).

En ocasiones los ancestros europeos de muchos teóricos que trabajan en los Estados Unidos se dejan entrever en sus trabajos, pero difícilmente tienen repercusión o asimilación dentro del contexto norteamericano. Otro ejemplo es el de los integrantes de la Escuela de Frankfurt quienes emigran a los Estados Unidos donde desarrollan su "Teoría Crítica de la Sociedad" y publican junto con teóricos de tradición funcional y sin embargo no penetran en dicho pensamiento.

Es curioso anotar que al situar los primeros trabajos sobre comunicación aparecen enfoques que la investigación funcional no retoma ni apropia. Es el caso del estudio de Thomas (1920) sobre los inmigrantes polacos, al buscar la relación entre la adaptación social y el papel predominante de los medios (la prensa). Se deja ver una clara preocupación por revisar la comunicación como parte inherente a los procesos sociales. Sin embargo, este aspecto más tarde solo se toma desde una perspectiva totalmente funcional de la sociedad.

Así mismo, el trabajo de Lasswell (1927) sobre propaganda política, considerado como el primer esfuerzo teórico en comunicación, aún cuando hoy se sitúa dentro del "análisis de contenido", es más un intento por analizar la propaganda desde su interior para reconocer características y significados.

Si bien estos primeros trabajos podrían indicar un interés por la problemática social y la significación, estos no son temas propios del '*Mass Communication Research*'.

Cabe entonces preguntarse qué antecedentes, características y circunstancias particulares condicionaron los estudios de comunicación en Estados Unidos y qué visión del hombre, de la sociedad y de la comunicación subyace en el pensamiento funcional.

Es importante ubicar —aunque de manera general— el pensamiento filosófico que ha contribuido a moldear el carácter norteamericano. Su ancestro anglosajón hace que haya heredado fundamentos del pensamiento inglés: del Empirismo de los siglos XVI-XVIII que se centra en que el conocimiento se funda en la experiencia y su interés es la instruc-

(7) Para ampliación del tema ver Moragas: *TEORIA DE LA COMUNICACION*, 1981 y Casasús: "Evolución de los estudios sobre los medios de comunicación", 1972.

(8) Un análisis de las divergencias teóricas y metodológicas aparece en Cortés, C. "El contexto científico de la investigación en comunicación" aparecido en *SIGNO Y PENSAMIENTO* No. 3.

ción del hombre para la práctica y del Positivismo del siglo XIX que si bien tiene sus raíces en Francia con Comte, es apropiado por ingleses como Bentham, Spencer y Stuart Mill quien, por ejemplo, desarrolla el concepto de la moral utilitaria. Afirma que el fin de nuestras aspiraciones es el placer; lo bueno es lo que es útil y nos lo proporciona. Esta visión del mundo es coherente con los presupuestos funcionales que guían la investigación en comunicación. Se hace necesario, entonces, ubicar dichos trabajos.

Los primeros años del siglo XX para los Estados Unidos están marcados por su intención de neutralidad y su tardía intervención en la Primera Guerra Mundial y por el triunfo de la revolución bolshevique en la Unión Soviética que se convertirá en su contendor político e ideológico. Socialmente se dan grandes modificaciones por la inmigración de europeos después de la Guerra. Es un período de grandes invenciones que se extienden y modifican la concepción espacio-temporal del mundo: tecnificación de la prensa, telégrafo, teléfono, radio, automóvil, avión, cine, T V. . .

Los años 20 son esplendorosos: "The Roaring 20's". En contraste con el progreso material, es una época de excesos y corrupción privada y pública (juego, mafia, Ku Klux Klan. . .) que desemboca en el derrumbe económico en 1929 (La Gran Depresión).

Los jóvenes sienten que los mayores han acabado con el mundo, se interrogan sobre las bases morales de la sociedad y buscan nuevos caminos que sustenten su existencia.

Es un momento propicio para la investigación en ciencias sociales y dentro de ellas se sitúa la preocupación por los medios de comunicación. En esta perspectiva hoy quedan plenamente justificados los trabajos de interés eminentemente social (que más tarde se diluyen), la preocupación por la propaganda política de la Primera Guerra y los planteamientos éticos frente a los medios: "los graves peligros de los poderosos instrumentos de persuasión al manipular masas de individuos indefensos" (9).

Sin embargo, la situación cambia en 1933 con la elección de F.D. Roosevelt —quien gobierna durante 12 años (10)— y su política del *New Deal*: el nuevo trato. La consigna es mejorar el país. Roosevelt lleva a cabo modificaciones en la legislación laboral, económica y de bienestar social. Duplica la deuda pública para invertir en el desarrollo del país confiando en su recuperación y, lo más importante, apela al "ser americano" a ese hombre que ha ido configurando el país buscando libertad dentro de los marcos clásicos de la democracia: propiedad privada, libre comercio, libertad individual. . .

Se revivió el carácter protestante germánico que había sustentado el capitalismo y que está presente en el americano promedio: disciplina, amor al trabajo, iniciativa, competitividad, individualismo y grandes aspiraciones.

(9) Statera, G. "Las investigaciones sobre los efectos de los Mass-media" en Moragas, M. SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION, 1982, Pag. 53.

(10) F.D. Roosevelt elegido cuatro veces consecutivas presidente. Su muerte impidió la culminación de su último periodo. Ha sido el único caso de cuatro períodos presidenciales en la historia de los EE.UU.

El país prosperó, se recuperó económicamente y prevaleció el carácter optimista del americano basado en que el sistema, la sociedad funciona: '*Quien quiera, quien trabaje, quien sea emprendedor, siempre sale adelante*'.

En esta situación tan particular para un país se sitúan las nacientes ciencias sociales. La investigación se pone al servicio de los nuevos ideales.

La Psicología se encamina hacia la predicción y dirección de la conducta (Skinner, Pavlov) y a su interrelación social (G. Mead). La Sociología se ve influida por las teorías referentes a la organización social y económica de Cooley (1864-1929) y de Max Weber (1864-1920) que son retomadas y continuadas por sociólogos norteamericanos como Parsons y Merton.

Al hombre se le considera a partir de sus conductas y de su función en la sociedad. Es entendido como *elector y consumidor*. De ahí que la preocupación desde la comunicación sea por el potencial persuasivo de los medios y los trabajos se centren sobre los procesos electorales y sobre el consumo de medios.

La sociedad se entiende como un organismo interrelacionado cuyos elementos forman una estructura en donde cada uno de ellos se afecta si una parte deja de funcionar. Por ello cuenta con instituciones para satisfacer las necesidades humanas en donde todos cumplen ciertos roles que permiten un desarrollo armónico. Si bien se dan conflictos, existen mecanismos propios que la conducen al equilibrio. Por ello la sociedad no es estática. Sus disfunciones le ayudan a perfeccionarse sin necesidad de hecatombes y masacres.

Estas posiciones teóricas se hacen realidad durante la recuperación del *New Deal*, que como afirma L.R. Beltrán, es lo más cercano a una revolución pacífica. Los Estados Unidos se convierten en la primera potencia mundial a partir de su misma esencia. La sociedad recuperó su equilibrio perfeccionándose. ¡El modelo social efectivamente funciona!

La investigación, entonces, hace parte de esa visión de sociedad. ¿Para qué buscar nuevos parámetros si los existentes funcionan? En este marco de un país en reconstrucción se dieron los fundamentos de la comunicación desde una perspectiva psico-social que condicionó, no solo su enfoque temático, sino también sus métodos de trabajo.

La comunicación se entiende como un proceso que estandariza los fenómenos sociales y los medios se conciben como instituciones que cubren ciertas necesidades. Si bien Cooley afirma que sin comunicación no existe sociedad, Mead pone de relieve que sin sociedad no hay comunicación. La comunicación no existe por sí misma, ni está presupuesta en el proceso social, es éste el que está "para hacer la comunicación posible". Sin embargo, aún cuando el interés por la comunicación es netamente social, esta visión está desconectada de las circunstancias complejas e implícitas del todo social.

Son investigaciones que parten de una concepción atomística de la sociedad donde se da primacía a la descripción más que a la valoración buscando siempre resultados o respuestas a corto plazo.

La mayoría de trabajos se realizan desde organismos oficiales y entidades universitarias apoyadas por el gobierno (11). En una primera instancia se busca encontrar soluciones inmediatas a problemas inmediatos reconociendo cómo se interrelacionan los elementos para funcionar. Más tarde, con el país recuperado, se dedican los esfuerzos a mantener el equilibrio social buscando modificar la opinión pública en beneficio del buen funcionamiento de esa sociedad ideal ya convertida en realidad.

Es así como se explica la constante lucha contra otros sistemas y la intención de perpetuar *su modelo* y aplicarlo a otras sociedades no desarrolladas (12).

### III

#### LA COMUNICACION FUNCIONAL Y SU DESARROLLO

Una sistematización histórica de los principales trabajos será necesaria para comprender las etapas en el desarrollo del '*Mass Communication Research*' que nos conduzcan a aclarar las temáticas centrales y sus aportes desde la perspectiva latinoamericana actual.

Los trabajos se pueden agrupar en cinco períodos principales con características propias. El desarrollo de la investigación es continuo y no puede fragmentarse, sin embargo, tal división facilita la ubicación de temas centrales, lo cual, obviamente, no implica que solo se den en una época.

#### 1930-1945 EL DESPEGUE

Es el período entre guerras caracterizado por la propuesta del *New Deal* durante el gobierno del presidente Roosevelt. Se inician los estudios de la comunicación desde la psicología y la sociología, centrados en la relación lineal medios-público. Prevalece el esquema estímulo-respuesta (emisor-receptor) y como consecuencia se presenta la preocupación ética frente al poder de los medios. Es el momento donde aparecen estudios que serán básicos en el desarrollo del '*Mass Communication Research*'.

El tema central es la opinión Pública. Se busca conocer qué opina la gente, qué actitud se tiene frente a la comunicación de los medios masivos. Se desarrollan investigaciones de audiencia centradas en el conocimiento de los públicos receptores de los medios y estudios de efectos referidos al impacto de los medios sobre sus públicos dentro de un ámbito democrático. El enfoque general es desde la persuasión ya sea en el aspecto político o comercial.

(11) Ver referencia a instituciones más adelante.

(12) Consultar L.R. Beltrán, en especial "Premisas, objetivos y métodos foráneos en investigación en América Latina", 1976 en Moragas SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION, y "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación en América Latina" en MEMORIAS SEMANA INTERNACIONAL DE LA COMUNICACION, Un. Javeriana, 1980.

“El análisis sociológico de los medios de masa (aún vigente) trata de comprender objetivamente las consecuencias de la comunicación y la persuasión sobre la vida política y social” (13).

En un primer intento de recopilación de trabajos, Lasswell (1935) prepara una bibliografía sobre propaganda y actividades promocionales.

Aún cuando existen trabajos referentes a otros medios, la atención se dirige a la radio frente a la prensa y al cine. Si en estos últimos es fácil conocer el número de lectores o de asistentes, en el caso de la radio se requieren investigaciones que permitan detectar su alcance e impacto.

Los trabajos básicamente son contratados por organizaciones interesadas en conocer el impacto de los medios y su producción dentro de los marcos de la libertad. Figuran, entre otras:

- Payne Fundation preocupada por el impacto de los medios —el cine en particular— sobre la juventud.
- Comission on Freedom of Press, preocupada por la libertad de información desde los emisores. Es importante anotar que dicha comisión estaba presidida por Henry Luce el presidente del consorcio Time-Life-Fortune.
- Institute for Propaganda Analysis dedicado a la investigación de la propaganda política, especialmente la utilizada durante la Primera Guerra Mundial.
- Rockefeller Foundation, Princeton Office of Radio Research y The Institute for Educational Radio, Ohio University, se dedicaron a revisar los efectos de la radio.
- Gallup Institute encargado de la investigación de los procesos electorales.
- Federal Communication Commission cuyo objetivo era reconocer los efectos de los medios.

Durante este período surgen otras temáticas que no son centrales pero que reaparecen más adelante como continuación o con serias modificaciones.

Los estudios referentes al **quién**, o sea a los productores de los medios masivos desde una preocupación descriptiva y cuantitativa, más relacionadas con la organización misma, (Rosten 1917, 1941 y Nixon, 1945). Estudios de **análisis de contenido** donde se deja ver una búsqueda por encontrar relaciones latentes. El trabajo de Arnheim (1944) va más allá de lo que se entiende por análisis de contenido. Busca encontrar la **significación simbólica** y subjetiva que los diferentes públicos le atribuyen a programas en serie transmitidos por

(13) Janowitz y Shultz, “Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas” En Moragas, SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION, pg. 32.

radio. Dicha posibilidad de investigación se va cerrando con la perspectiva de total objetividad en la ciencia. (Otros como Kingsbury, 1937 y Lowenthal, 1944) Aparecen ya algunas propuestas sobre la sociedad de masas como el trabajo de Park (1929) que ve en esta sociedad un regreso a la polis griega gracias a los medios de masa, es casi un antecesor a las propuestas de McLuhan, y el trabajo de Wirth (1938) que se preocupa por estudiar la ciudad como una nueva forma de vida.

En resumen, las principales influencias teóricas provienen de G. Mead (1934) con su libro "Mind, Self and Society" y de Parsons (1942) con su trabajo sobre propaganda y control social en donde presenta a los medios como parte de dicho control. Se va perfilando, así una visión funcional de la sociedad.

La metodología de investigación durante este período va cambiando del análisis teórico de Lasswell (1927) hacia el trabajo de campo, de constatación, a través de encuestas (ver Gallup). Surge el panel (Lazarsfeld 1938) como herramienta de medición de la opinión pública.

#### 1945-1950 TRANSICION

Aún cuando en las revisiones históricas tradicionales este período se incluye con el anterior, este es un momento muy significativo en el desenvolvimiento de la investigación: por la cantidad de trabajos, porque en ellos se van delimitando temas centrales y porque surgen paradigmas teóricos que encausarán el desarrollo de la ciencia de la comunicación.

Es el período inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial caracterizado por ser una continuación del espíritu nacionalista de Roosevelt. El país, de nuevo, requiere una revitalización interna que el presidente Truman retoma bajo el *Fair Deal* que se explicita en el lema de *paz y prosperidad*. En el ámbito internacional se extiende el concepto de desarrollo a los países europeos y al Japón, como modelo para su reconstrucción. Nuevamente es un momento propicio para la investigación que apoye los programas oficiales.

La influencia de trabajos como "Theory of Social and Economic Organization" de M. Weber (1947), los estudios en el campo de la psicología referidos al cambio de actitudes de Lewin (1947) y el surgimiento de la teoría cibernética (Wiener 1948) fueron decisivos en la concepción de la investigación durante este período.

El tema central de los trabajos en comunicación sigue siendo el de la opinión pública, sin embargo, se concretan más en el estudio de los efectos, especialmente buscando las variables que influyen en el esquema estímulo-respuesta. (Klapper, 1949; Fearing, 1947; Jahoda 1947). Se continúa trabajando los temas ya iniciados y en algunos se van concretando posiciones teóricas:

- La persuasión, en la esfera de la propaganda política y en el de la publicidad comercial.
- Estudios de audiencias

- Trabajos sin mayor trascendencia referidos a los productores de los medios de comunicación.
- Se centran muchas investigaciones en el concepto de libertad de información visto desde el gobierno y las instituciones dueñas de los medios y se inicia la preocupación por la censura (White, 1950).
- Continúan los trabajos de análisis de contenido en donde aún se vislumbra un interés por ir más allá en la búsqueda de significación. (Lasswell, 1947; Patrick, 1949; Warner & Henry, 1950).
- Se concretan trabajos sobre áreas y grupos particulares, como por ejemplo: rumor (Allport, 1947), actitudes (Allport, 1949), niños (Wolf & Fiske, 1949)
- Siguen los trabajos de recopilación, básicamente en las áreas de propaganda y opinión pública.
- Van apareciendo nuevas áreas de interés, aún inmaduras, que luego se retomarán como temas centrales de investigación:
  - La relación entre la comunicación y el cambio social (Lasswell, y Kaplan, 1950, Lewin, 1947).
  - La comunicación interpersonal. (Merton, 1949).

Más importantes son los trabajos que introducen modificaciones fundamentales y que son decisivos en la investigación de los siguientes años:

En 1948 Lazarsfeld, Berelson y Gaudet publican “The People’s Choice”, una investigación referente a la campaña electoral de 1940 (tercera elección de Roosevelt) en donde demuestran que el cambio de opinión no se da tan fácilmente, que la propaganda más que cambiar, refuerza las opiniones existentes. Es un trabajo que podría modificar sustancialmente el esquema lineal estímulo-respuesta y de hecho incide en el estudio de las variables que podrían intervenir en dicho proceso. Sin embargo, las investigaciones siguen partiendo de la suposición inicial: la comunicación masiva como estímulo que afecta, modificando las conductas. Estos mismos conceptos anteriormente fueron esbozados por Merton (1946) al encontrar como influencias la predisposición del auditorio y sus condiciones sociales y por Lewin (1947) en su trabajo referente a la influencia de los grupos en el cambio social. Solo hasta años después, con el trabajo de Katz (1954), esta nueva visión se canaliza.

En 1948 Lasswell publica el artículo: “Structure and Function of Communication” en donde intenta una clasificación de las funciones sociales de los medios y por primera vez se describe el proceso de comunicación, explicitando sus elementos principales, el hoy llamado paradigma de Lasswell: “Quien, dice qué, a quién, a través de qué, con qué efecto” ha influido en todos los trabajos de investigación posteriores, no solo por la generación de muchos otros modelos (14) y con ello un concepto organicista, mecánico de la

(14) Existen modelos de diversa índole desde diversas disciplinas. Un análisis de ellos será motivo de un trabajo posterior. A manera de ejemplo, existen modelos de Schramm, Riley, Reusch & Bateson, Hovland, Berlo, Rogers, Westley & MacLean, etc.

comunicación, sino porque refuerza el criterio lineal en donde un emisor le “habla” a otro que es simple receptor buscando un efecto particular. Se hace énfasis de nuevo en la intención de modificar conductas.

En 1949, Shannon y Weaver publican “The Mathematical Theory of Communication” en donde presentan un modelo para las telecomunicaciones influenciados por la cibernética y la teoría de la información. Es otra influencia decisiva en la visión de comunicación como fruto de un proceso mecánico y de donde fácilmente se desprende la confusión entre información y comunicación muy propia de los estudios del *‘Mass Communication Research’*.

### 1950-1960 SISTEMATIZACION

Es una época de expansión y prosperidad marcada por la política de moderación del presidente Eisenhower (1953-1961). Su estrategia económica es una de liberación de controles, se fomenta la empresa privada con menos intervención del gobierno y así mismo el gobierno se maneja como una empresa con la participación de muchos hombres de negocio en la esfera pública. (“Less government in business and more business in government”).

Son muchas las invenciones, la industria avanza, se automatiza. Se abren muchos horizontes con el lanzamiento del primer satélite al espacio (Sputnik, 1957).

La población crece considerablemente: más nacimientos, más control de enfermedades, inmigrantes de todo el mundo buscando el país ideal. De una parte se hacen notorios los grupos minoritarios que generan en las políticas oficiales un interés particular y que hacen volver los ojos hacia el tercer mundo. De otra, se afianza una clase media con ingresos moderados, que está contenta y conforme.

Es el momento ideal para que los estudios sociales inicien su integración. Es así como los trabajos de comunicación, si bien es cierto que continúan desarrollando las líneas de investigación de años anteriores, se centran más en la sistematización de estudios, en su recopilación y unificación en lo que para entonces oficialmente se denomina *‘Mass Communication Research’*.

Son muchas las recopilaciones de trabajos llamados *readers* (Berelson, 1952; Berelson & Janowitz, 1953; Katz, 1954; Schramm, 1954; Smith, 1956; Rosenberg & White, 1957) así como trabajos de síntesis que esbozan nuevas teorías y le van agregando elementos al proceso desde las diversas disciplinas. (Schramm, 1955; Sapir, 1953; Riley, 1951; Cherry, 1957; Fearing, 1953; Gerbner, 1956; Lasswell, 1953; Wright, 1959, Nafziger & White, 1958).

También se llevan a cabo trabajos donde se explicita la utilización del análisis funcional como metodología de la comunicación. (Hempel, 1959, Wright, 1960). Se sistematizan los trabajos de análisis de contenido (Berelson, 1952) y allí se explicita el método como una búsqueda objetiva, sistemática y cuantitativa de los contenidos manifiestos de la comunicación.

En el desarrollo teórico de este período, los principales influyentes son psicólogos como Maslow que estudia los temas de motivación y personalidad y los sociólogos como Parsons (1951 y 1960) y Merton (1957) quienes encauzan la investigación en comunicación hacia las estructuras sociales. Es curioso, sin embargo, que en este interés por la relación comunicación-sociedad, no permeen los trabajos referentes a la sociedad y la cultura desde una perspectiva crítica, de los miembros de la Escuela de Frankfurt quienes como Adorno, publican en los 'Readers' antes mencionados (15).

En estos años 50 son muchos los trabajos que continúan la línea de opinión pública en relación con persuasión (política y comercial) a través de casos particulares de estudio. Se trabaja con insistencia las variables que influyen en los efectos a partir de grupos particulares de interés: minorías, niños, hombres de negocios.

La influencia de la psicología conlleva a una modificación sustancial: Ya no solo se estudian los efectos y sus variables, sino que se centra la atención en cómo afectar, cómo influir, cómo crear opinión. (Hovland, 1951, 1953, 1954, entre otros). Se proponen teorías claras para una persuasión efectiva.

Junto con esta variante siguen los estudios iniciados por Berelson, Lazarsfeld y Gaudet, (1948) referentes a la ruptura del esquema estímulo respuesta y se sintetizan en el trabajo de Katz y Lazarsfeld (1955) en donde se pone de manifiesto la importancia de la comunicación interpersonal en los procesos masivos. Esta propuesta representa la modificación más improtante en el desarrollo de la visión funcional de la comunicación. Ya no se consideraría como la simple respuesta de receptores ante los estímulos que los afectan. Sin embargo, la concepción anterior -relación directa estímulo-respuesta- sigue prevaleciendo (16).

En un segundo trabajo Katz (1957) explicita su hipótesis central: la comunicación se da en dos pasos (*Two-step flow of communication*), esto es, entre la comunicación y los receptores median sus relaciones interpersonales. Surge, entonces, como figura importante en el proceso, el líder de opinión (17) concepto que más tarde será de vital importancia en los procesos de comunicación y cambio social, tema que en esta década inicia su tratamiento con trabajos como los de Henry (1954) referidos a la educación y Lerner (1958, 1960) frente a la modernización de las sociedades. Así también esta nueva visión determinará lo que más tarde se llamará el *new look* (Mendelsohn, 1964).

El análisis sobre sistemas sociales desde la sociología impulsa el interés por el estudio de la sociedad y/o cultura de masas (Rosenberg y White, 1957, como lo más importante).

(15) Adorno, "Freud, Theory and Patterns of Propaganda", 1951, Adorno, "T.V. and Patterns of Mass Culture", 1957 en el 'reader' de Rosenberg, como ejemplo.

(16) Klapper, 1960 es un trabajo excelente de recopilación de esta posición; sin embargo, solo hasta la década del 80 y desde otras perspectivas se ha considerado esta propuesta con todas sus implicaciones.

(17) Término utilizado por Lewin, 1947 como 'guardianes' en su estudio sobre pequeños grupos como mediadores en el cambio social.

En el afán de ubicar y sistematizar conceptos surge la reflexión sobre el término *masa* el cual estaba unido a la investigación en comunicación desde sus orígenes como un supuesto y ya en 1929, Park proponía una defensa a ese tipo de sociedad.

Se inician trabajos teóricos que revisan las condiciones de una sociedad de masas y de ahí surge, de una parte, una intención de entroncar la comunicación dentro de los procesos sociales (tema inicial que fue dejado de lado, Thomas, 1920) y de otra, de tomar posición frente a lo masivo generado por el poder de los medios. Aparecen quienes la defienden por democrática e igualitaria (Integrados en palabras de Eco) y aquellos que la critican por acabar con la *verdadera* cultura, por simplificar y vulgarizar el conocimiento (Apocalípticos). Sin embargo, lo que prevalece detrás de las dos posiciones es una concepción -tal vez inconciente- de la comunicación lineal en donde los medios influyen directamente en los receptores y modifican la conducta, para mal o para bien.

### 1960-1970 INTERNACIONALIZACION

Los años sesenta marcan un período muy importante en el desarrollo de los estudios sobre comunicación y, en especial, para América Latina es un momento muy particular que modificará el rumbo de la investigación (18).

En estos años se presenta un auge en la preocupación por la comunicación desde diferentes perspectivas, se le ha llamado el "boom" de la comunicación en donde se conjugan propuestas teóricas en Estados Unidos, Europa y los países del tercer mundo.

En los Estados Unidos la década empieza con la elección de J.F. Kennedy como presidente (1961-1963) quien entre sus muchas estrategias gubernamentales presenta una política internacional activa y participante, de buen vecino. De frente a los países del sur lanza el programa de la *Alianza para el Progreso* que determinará por muchos años el curso de los trabajos en este continente.

Los estudios funcionales continúan interesados en la persuasión: los estudios de efectos y sus variables, estudios de audiencia, trabajos sobre los mediadores en el proceso de la comunicación masiva buscando siempre la efectividad en el cambio de actitudes y opiniones. Se siguen editando *readers* que recopilan trabajos recientes y se persiste en la búsqueda de un estatuto teórico: se reflexiona sobre el estudio de la comunicación, se presentan más modelos aplicados a circunstancias especiales (la organización, las innovaciones, la publicidad, etc.), se agregan más variables que afectan el proceso y se proponen teorías que sintetizan el trabajo realizado. (Por ejemplo, ver De Fleur, 1966).

Persiste el debate sobre la cultura y la sociedad de masas -como excelente o como devastadora- al cual se unen teóricos de otros países desde concepciones diferentes a las funcionalistas.

Si bien es cierto que se sigue el mismo curso de acción, esta década se caracteriza

(18) Ver trabajo de grado de Bozzi, et. al.

porque las propuestas norteamericanas se extienden a otras esferas, se unen a otras actividades y aparecen las propuestas del conocido canadiense McLuhan.

Desde años anteriores se ha canalizado el interés por la comunicación como parte importante de la sociedad, como herramienta de control que la mantiene en equilibrio. Pero solo hasta finales de los años cincuenta, este interés se concreta con la presencia de la comunicación en los programas de cambio social que busca mejorar las condiciones de vida de los países entendidos como subdesarrollados. (Rogers y su propuesta: 'Comunicación de Innovaciones', 1962).

Esta posición teórica junto con una política de gobierno de ayuda a los hermanos pobres y la visión económica del desarrollo presentada por Rostow (19) facilitan la internacionalización de los trabajos en comunicación.

La comunicación, entendida como proceso de persuasión que modifica conductas, se pone al servicio de una excelente causa: contribuir en el desarrollo de los países pobres. Es una época en donde se llevan a cabo miles de estudios de casos en América Latina, Asia y África y desde allí se sistematizan los conceptos que sustentan la teoría de la comunicación al servicio del cambio social, la modernización y el desarrollo.

Es muy explicable esta posición ya que el cambio se había dado en los Estados Unidos desde 1930, el país había progresado, se había industrializado, enriquecido y convertido en una potencia mundial; era el modelo de desarrollo. Cómo, entonces, no exportar el modelo, cómo no ponerlo al servicio de otros países considerados subdesarrollados desde 'su' perspectiva de desarrollo. Si el debate de lo masivo denunciaba el poder manipulador de los medios, de otro lado era importante demostrar que utilizados *correctamente* llevarían al progreso, a mejorar la sociedad.

Si bien los trabajos norteamericanos habían influido en la investigación en otros países desde su metodología y temática (20), es en esta época en donde se toman otros países como campo de experimentación en una acción directa desde los Estados Unidos. Lazarsfeld ya lo anotaba en 1953 cuando proponía que internacionalizar la investigación en comunicación presentaba nuevas oportunidades: "Primero la posibilidad de estudiar los mismos fenómenos sociales en diferentes contextos culturales, segundo, la posibilidad de estudiar temas tan peculiares a determinados países que en general no se encuentran disponibles para el científico social" (21).

La segunda gran propuesta de la década es la de McLuhan quien hace una apología a los medios de comunicación y a la nueva sociedad fruto de ellos. Da toda la importancia

(19) Rostow plantea que existen cinco etapas básicas en todo proceso de desarrollo: Sociedad tradicional, condiciones para el despegue, el despegue, camino a la madurez, el consumo masivo. Ver "The Process of Economic Growth", 1953 y "The Stages of Economic Growth", 1959.

(20) Ver L.R. Beltrán, op. cit.

(21) Lazarsfeld, "Pronóstico para una investigación de las comunicaciones internacionales" en Moragas, SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION, pg. 25.

a los medios —en especial los electrónicos— en sí mismos como mensajes (El Medio es el Mensaje, 1969) que están generando una sociedad global y no fragmentada como la resultante de la cultura de la escritura. En apariencia es una ruptura de la concepción de la comunicación centrada en el proceso y los efectos.

Si bien McLuhan presenta serias modificaciones de aproximación a la comunicación: quita la neutralidad a los medios, retoma la forma, el medio como signifiante en sí mismo, presenta una visión totalizante al problema; sin embargo, pensamos que más bien desde otra perspectiva (los medios) refuerza y sintetiza la concepción funcional de la comunicación y la sociedad al presentar los medios como todopoderosos, capaces de cambiar y moldear la sociedad.

Existe otra área de estudio durante esta década que abre el camino a nuevas aplicaciones de la comunicación: los trabajos referentes a la comunicación en la organización. La teoría administrativa en los años 50 y 60 fue cambiando su concepción clásica (E. Mayo) de eficiencia ante todo, por una visión más humana de los procesos de producción (McGregor). De ahí nace el interés por la interrelación humana y por ende de la comunicación como elemento esencial en la motivación y el desarrollo del hombre. Junto con estas propuestas desde la administración están los trabajos de psicólogos y sociólogos como Katz, Lewin, Maslow que aportan a esta concepción de las relaciones humanas en la empresa. La relación comunicación - organización se hace evidente y se concreta en trabajos como el de Thayer (1968) que la justifica y sistematiza (22).

### 1970-1980 MAS DE LO MISMO

Hacia la década del 70 las propuestas funcionalistas del *'Mass Communication Research'* contaban con presupuestos teóricos establecidos y difundidos internacionalmente como soporte del desarrollo.

A partir de entonces la investigación continúa con los mismos enfoques metodológicos revisando los mismos temas a partir de situaciones particulares de diversa índole.

Se publican muchas revisiones de trabajos que denotan un interés por iniciar un recorrido en el proceso histórico del estudio de la comunicación. Se siguen sistematizando muchos conceptos en textos que recogen la comunicación como teoría y práctica, como ciencia y arte. Parece haber un especial interés por las perspectivas de la investigación y se hacen reflexiones teóricas referentes a los métodos estadísticos y cuantitativos que se emplean.

En general, en los Estados Unidos, como lo anota Moragas (23) no existen cambios temáticos aunque si se presentan cambios de enfoque que siguen la línea de los trabajos

(22) En estas latitudes se hace necesario un estudio de recopilación de los trabajos en comunicación referidos a la organización, como base para iniciar una reflexión científica coherente con nuestra realidad.

(23) Ver Moragas, TEORIAS DE LA COMUNICACION.

de Katz y Lazarsfeld (1955) que rompen con el esquema estímulo-respuesta. Se trata principalmente de la teoría de *usos y gratificaciones* desarrollada conjuntamente por norteamericanos e ingleses en donde se busca no tanto discernir lo que los medios *hacen* con sus consumidores, sino más bien los que los consumidores *hacen* con los medios.

Aunque varía el enfoque, el mismo Wright (1964) en su trabajo "Functional Analysis Revisited" plantea que esta propuesta es congruente con los conceptos funcionales en tanto que centra la atención en la conexión entre los medios y sus contenidos con las expectativas de sus consumidores. "El conocimiento de sus modelos (patterns) de comportamiento, de sus necesidades sociales e individuales, aparece como la clave para una posterior interpretación o predicción de los efectos de los medios" (24). O sea, que solo se busca una forma más de conocer a la audiencia para poder influir sobre ella con mayor efectividad.

De otra parte el auge de trabajos desde otras perspectivas y la misma respuesta latinoamericana al preguntarse por el modelo e iniciar un diagnóstico propio y una denuncia —aunque débil— de muchos de los planteamientos funcionalistas trasciende entre algunos teóricos de la comunicación. Es el caso de De Sola Pool quien inicia trabajos referentes a las políticas de comunicación, tema candente entre los países pobres, y el caso de Rogers que evalúa los últimos diez años de difusión de innovaciones buscando incorporar la visión del tercer mundo en cuanto a comunicación horizontal y participación.

En los Estados Unidos durante esta época, aunque continúa el progreso material, se presenta una gran crisis de valores a partir de los sucesos de Watergate (1974) que tumbaron al presidente Nixon y resquebrajaron las instituciones. Esto, junto con los continuos problemas internacionales (Viet Nam, Chile, inicio de la situación Centro Americana), marcan un cambio en la mentalidad del ciudadano norteamericano medio. Se pierde confianza y credibilidad en el gobierno y en el sistema, se derrumban valores como lealtad, franqueza y rectitud. En general, el escepticismo es una constante, y si bien, los gobiernos continúan igual, el hombre norteamericano de hoy ya no es el mismo que recuperó un país dentro de la política del *New Deal*.

Estas circunstancias facilitan la aparición de una corriente de autoevaluación y autocrítica que en el campo de la comunicación está representada por Schiller. Sus trabajos denuncian la manipulación de una comunicación manejada con criterios imperialistas y de dominación cultural y presenta algunas alternativas de acción a través de nuevos medios de comunicación.

Es importante anotar el inmenso progreso tecnológico de los últimos años: computador, satélite, T.V. por cable. . . que ha llevado a los Estados Unidos a encontrar una nueva respuesta al desarrollo a través del inmenso potencial de la tecnificación en comunicación, y de otra parte a generar posiciones críticas desde los países del tercer mundo donde se ve dicha respuesta con otra perspectiva.

Por último y a manera de ejemplo es interesante revisar (al azar) títulos de trabajos producidos en los pasados cuatro años para encontrar que siguen siendo una reiteración de los temas que surgieron en los primeros veinte años de investigación:

– Tomados del *Human Communication Research* Vol 9 No. 4, 1983:

- Hirowakawa, R. "Group Communication and Problem Solving Effectiveness", 1980.
- Acker, S. "Viewer's Perceptions of Velocity and Distance in T.V. Events", 1981.

– Tomados de *Journal of Communication*, Vol 33 No. 4, 1983, (25).

- Brasch, W. "Black English and the Mass Media", 1981.
- Johnston, J. y Ettema, J. "Positive Images: Breaking Stereotypes with Children's T.V.", 1982.
- Frank, R. y Greenberg, M. "Audiences for Public T.V." 1982.
- Ewen S y E. "Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness", 1982.
- Westin, A. "Newswatch: How T.V. Decides de News", 1982.
- Panel Study: "T.V. and Agression", 1982.
- Adams, W (ed.) T.V. Coverage of International Affairs", 1982.
- Atwood, Rita, "Persuasion and Human Action", 1982.

Es importante revisar el No. 3 del volumen 33, 1983 del *Journal of Communication* que contiene una recopilación de artículos bajo la propuesta de "Ferment in the Field" así como el artículo de Eduardo Contreras "¿Fermento en el paradigma dominante?" aparecido en la revista *Chasqui* No. 9, 1984 en el cual se hace un análisis de los artículos aparecidos en el *Journal* y que hacen parte de la posición actual frente a la comunicación en donde "Estudiosos de la comunicación plantean cuestiones críticas y tareas de investigación de la disciplina". Hacia dónde se dirigirá la investigación en comunicación y cuál será el papel de América Latina es la pregunta que debe inquietarnos.

#### IV

### *PUNTOS DE INTERES EN EL PARADIGMA NORTEAMERICANO*

Como síntesis que explique y refleje los puntos centrales de la visión funcional de la comunicación, más concretamente del '*Mass Communication Research*', particularmente desde norteamérica, podemos plantear lo siguiente:

**Objeto de estudio:** Los estudios de la comunicación desde dicha perspectiva toman como objeto de estudio el proceso de la comunicación. Se centran en los medios de comunicación masiva y desde allí se llega a la preocupación por la comunicación en el hombre.

(25) Este número de la revista está dedicado a revisar artículos contemporáneos; se incluyen comentarios bibliográficos de más de cincuenta artículos y/o libros.

La comunicación, entonces, se concibe como un proceso en donde grandes audiencias son influidas por el poder persuasivo de los medios de comunicación.

La comunicación hace parte de la sociedad y contribuye de manera muy importante al control social para mantener el equilibrio y unas relaciones sociales armónicas. Los medios de comunicación son instituciones que cubren ciertas necesidades y “es necesario estudiarlas en su capacidad para cubrir diversas necesidades o colaborar a que realicen adecuadamente sus funciones” (26).

El proceso se entiende en forma lineal como estímulo-respuesta (y aún cuando se rompe) el concepto de un emisor (superior) que le habla a otro que es receptor subyace en todos los estudios. En la base de la comunicación está la tecnología —y de ahí la importancia de los avances tecnológicos— que permiten difundir mensajes a grandes masas para modificar sus conductas.

Se entiende al hombre como un elector y/o consumidor a quien hay que crearle opinión para que escoja adecuadamente. La sociedad capitalista democrática es una sociedad ideal en donde el círculo: producción, venta, consumo, innovación en la producción, dentro de los marcos de libertad y responsabilidad, es la base del progreso, del desarrollo, de la modernización. La cultura se toma como *una y única* producida por la sociedad y, frente a la comunicación, es una variable más que afecta el proceso.

**Las influencias principales** en la visión funcional de la comunicación provienen de los siguientes aspectos:

— La influencia científica se desprende de la sociología con teóricos como Cooley, Weber, Parsons y Merton; de la psicología social con G. Mead y de la corriente psicológica conductista con los trabajos de Pavlov y Skinner. También inciden otros trabajos de áreas antropológica y política.

— La influencia de carácter filosófico proviene de la herencia británica del pensamiento positivista del siglo XIX que justifica el utilitarismo y que está estrechamente unida a la visión empírica (también británica, Siglo XVI-XVIII) que concede primacía a la experiencia sensible.

— La influencia del contexto sociocultural es claramente definible desde los sucesos ocurridos (guerras, tratados, depresión, escándalos, etc.) y desde las estrategias de gobierno de los distintos presidentes.

— Influye también el carácter norteamericano que tiene hondas raíces en el pensamiento protestante que valora el trabajo, la libertad, la utilidad.

Es interesante hacer una síntesis de los **principales teóricos** que han marcado puntos decisivos en el desarrollo de la ciencia. Berelson sitúa a Lasswell, Lazarsfeld, Hovland y

---

(26) Paoli, LA COMUNICACION, México: Ed. Edicol, 1970, Pg. 28.

Lewin como los padres de la comunicación (27). Sin embargo, estamos de acuerdo con otros estudios (como los de Sanabria) (28) en que hoy es justo agregar nombres como los de Shannon y Weaver, Berelson, Janowitz, Katz, Schramm, Wright, Nixon, Thayer, Klapper, De Fleur, Rogers, Lerner, De Sola Pool, Gerbner y Schiller.

Las principales temáticas podrían resumirse así:

**1. Opinión Pública** "Public Opinion Research" en donde se entiende la opinión como la expresión en torno a un tema de controversia o como simple actitud de la gente. Se considera pública porque se refiere a las actitudes compartidas de ciudadanos que hacen parte del mismo grupo social. En este campo se llevan a cabo:

- estudios de audiencias: gustos, opiniones, actitudes, motivaciones y hábitos.
- estudios de efectos —el impacto— y las variables que en ellos se presentan.

El objetivo básico es la persuasión tanto en el campo político (propaganda) como en el comercial (publicidad). Los campos específicos de estudio se centran en las guerras mundiales, las elecciones presidenciales, los hechos extraordinarios, el impacto de medios particulares, los grupos minoritarios, los niños y la juventud.

**2. Información-comunicación** Se entiende la comunicación como información, como fruto de la visión desde los medios. Esta concepción moldea la visión del proceso como mecánico, en donde el problema central es la adecuada transmisión de información. De ahí también aparece la preocupación por la libertad de información, la libertad *de decir*, contraria a la censura.

**3. Estructura y funciones de la comunicación** La concepción orgánica de la comunicación en la sociedad condiciona la aparición de los modelos que parten del paradigma de Lasswell y de la influencia de la cibernética. Los modelos se presentan en una instancia como lineales, pasan a una propuesta circular y de ahí a una helicoidal, en donde cada vez se van agregando más elementos que especifican su función (ruido, retroalimentación, actitudes, etc.). Así también se van planteando las funciones de la comunicación, muy especialmente de los medios en los procesos sociales como son: vigilancia del entorno, correlación de los componentes y transmisión del legado social. (Ver Lasswell, 1948).

Aquí también está presente el interés por los medios en sí, por la tecnología que tiene su propuesta culminante con McLuhan al convertir la forma, el medio, la técnica en el contenido mismo de la comunicación que influye positivamente en la estructura social.

**4. Sociedad de masas** El concepto masas proviene de los medios: "La comunicación de masas va dirigida a unas audiencias relativamente amplias y heterogéneas que son anóni-

---

(27) Berelson, "The State of Communication Research, 1954 en Dexter (ed.) PEOPLE, SOCIETY AND MASS COMMUNICATION", 1964.

(28) Sanabria, ESTUDIOS SOBRE COMUNICACION, Madrid: Ed. Nacional, 1975.

mas para el comunicador. Los mensajes son transmitidos públicamente y sincronizados para llegar rápidamente a una mayoría de la audiencia, a veces simultáneamente, y en general pretenden ser documentos más bien transitorios que permanentes. Finalmente, el comunicador tiende a ser —o a operar en su seno— una compleja organización formal que puede involucrar grandes gastos” (29).

De ahí se desprende el concepto sociedad y cultura de masas como producto de la influencia de los medios. En ocasiones se confunde lo masivo con lo “popular” entendiéndose popular como lo que le gusta, lo que utiliza la mayoría de la población.

Es así como surge la preocupación ética frente al poder de los medios. Para unos se crea una sociedad ideal, igualitaria y estandarizada y para otros se acaba con la ‘verdadera’ cultura.

**5. Comunicación y cambio social** Parte de la concepción de comunicación relacionada al proceso social y surge de la propuesta del *new look*. Se une la comunicación al proceso de desarrollo y modernización de países pobres a través de los estudios y el modelo de la difusión de innovaciones. Se entiende la sociedad americana como el modelo de desarrollo en donde la innovación es lo que impulsa el cambio. En esta propuesta subyace el concepto de persuasión, se busca influir en *otros* grupos sociales para que sigan el camino del desarrollo. Es la concepción que más fácilmente permite la internacionalización de los estudios del ‘*Mass Communication Research*’.

En general, podemos concluir que el método de trabajo es eminentemente empírico. Los estudios son de naturaleza descriptiva, cuantitativa basados en la verificación a partir del criterio estímulo-respuesta influenciados por la psicología y la sociología. Se utiliza la investigación por encuesta (panel, entrevista), así como trabajos experimentales con control de variables.

Surge un método propio a la comunicación denominado ‘Análisis de Contenido’ (Content Analysis) que aplica los presupuestos empíricos y la visión positiva de la ciencia ya que busca “descubrir objetiva, sistemática y cuantitativamente los contenidos manifiestos de la comunicación” (30).

De todos estos trabajos se desprenden varias áreas de actividad para el estudioso de la comunicación:

- La información como transmisión objetiva y veraz de los sucesos importantes ocurridos en la nación y en el mundo,
- La publicidad y la propaganda como el conocimiento de los públicos para persuadirlos a elegir o consumir con fines predeterminados.

(29) Wright, “Análisis funcional y comunicación de masas”, 1964 en Moragas, SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS, Pg. 209.

(30) Berelson, CONTENT ANALYSIS IN COMMUNICATION RESEARCH, 1952.

– Las relaciones públicas y más adelante la comunicación organizacional como la presentación de la imagen de la organización a sus públicos externos y el manejo de las interrelaciones interna y externamente para un adecuado funcionamiento de la organización en el sistema social.

– La comunicación de innovaciones como el manejo persuasivo de mensajes con la colaboración de agentes (líderes de opinión) para inducir al cambio social en pos del desarrollo y la modernización.

Por último es importante puntualizar los desplazamientos teóricos al interior de la comunicación funcional, para luego situarnos de frente a América Latina.

– Del estudio de los efectos como análisis de audiencia, a la comprensión de las variables que afectan el proceso.

– De los estudios que buscaban conocer qué opinan las personas, a qué influyen a que opinen de una u otra manera, a las investigaciones que buscan encontrar la manera para hacer que se opine de tal o cual forma.

– Del esquema estímulo-respuesta, a comprender la comunicación en dos pasos, “two-step flow”, a la teoría de usos y gratificaciones.

– De los estudios de los medios y sus públicos, a la investigación de los procesos de interrelación humana (dialógica, grupal, organizacional).

– De la concepción de receptor pasivo, a comprenderlo como perceptor con capacidad de selección.

– La aplicación de los modelos de la comunicación mecánica a las relaciones entre los hombres: De Shannon y Weaver a Schramm, y Berlo, por ejemplo.

– Del planteamiento de un modelo lineal, al circular donde está presente la retroalimentación, al helicoide que entronca la comunicación con el desarrollo del hombre, en una visión más antropológica.

– De la visión mecanicista, orgánica del proceso, a una concepción antropológica y social: el *new look* (social process approach) en donde la comunicación hace parte integral del sistema social.

– De la concepción vertical en los trabajos de difusión de innovaciones, a la búsqueda de una participación y una comunicación ascendente de quienes se busca influir.

– El paso a una perspectiva de autoanálisis y autocrítica que bien podría iniciar un replanteamiento de los supuestos de estos sesenta años.

## V

### DE LOS PRESUPUESTOS FUNCIONALES HACIA OTRAS PERSPECTIVAS

Lo más importante, tal vez, dentro de los objetivos de este trabajo es poder reconocer aquellos aspectos del trabajo funcional que hoy se miran desde otras perspectivas. Si bien es cierto que no en todos los casos los nuevos planteamientos han surgido como respuesta a la *visión funcional*, es necesario encontrar dichas relaciones para ir aclarando las diversas posiciones de aproximación a los mismos fenómenos. Sólo así podremos situarnos *en y desde* América Latina frente al hacer de la ciencia.

La intención no es desarrollar las *nuevas* visiones ya que esto será motivo de los siguientes artículos, sino dejar esbozados aquellos conceptos que se oponen, relacionan o superan los presupuestos funcionales.

1. El proceso como objeto de estudio ha sido criticado por ambiguo y hoy se buscan respuestas que sean más precisas más científicas, partiendo de lo propio de la comunicación; casi todas giran alrededor del concepto significado y sentido (31).
2. El uso indistinto de los términos información - comunicación que refleja una mezcla de procesos mecánicos y humanos, frente a propuestas como la de Pasquali que al diferenciarlos le devuelve el sentido eminentemente humano a la comunicación.
3. La visión de la comunicación como la búsqueda de una respuesta con la intención de influir, de afectar a otro, hoy se ha vuelto a la misma etimología de la palabra para plantearla como *poner en común* dejando de manifiesto la necesidad de reciprocidad.
4. De la concepción funcional de *opinión pública* se pasa al concepto de *opinión pública crítica* en donde se contraponen lo público a lo privado como reflejo de una visión social (Ver Habermas).
5. La comunicación entendida como un proceso indispensable al sistema social sobre el cual influyen muchos factores entre ellos la cultura, se ha desplazado a entender la comunicación como cultura, como expresión del hombre en su cotidianidad.
6. Lo masivo (a veces confundido con lo popular) se entiende como difusión y aceptación amplia de mensajes. Hoy, de una parte, se está interrogando el mismo concepto de masa y de la posibilidad de masificación de los medios, y de otra, se ha vuelto sobre lo popular como lo propio del pueblo. Desde ahí precisamente se están generando muchos de los trabajos latinoamericanos. (Ver J. Martín).

(31) Ver artículo anterior "La comunicación: del proceso al mensaje" en SIGNO Y PENSAMIENTO, No. 3.

7. De la *cultura de masas* como una visión democrática del mundo o como devastadora de la *verdadera* cultura, se ha pasado al concepto de cultura *para las masas*, impuesta sobre ella, no propia ni auténtica que sin embargo no lo afecta tan fácilmente como se cree porque entre el hombre y los mensajes masivos median multiplicidad de factores.
8. La comunicación estudiada desde los medios llegó a confundirse con ellos; hoy la distinción es bien clara y se entronca la comunicación dentro del desarrollo antropológico social del hombre.
9. La visión tecnológica de la comunicación ha generado un nuevo modelo de desarrollo cuya propuesta se basa en el uso extensivo de las posibilidades de la informática que han propiciado en países del tercer mundo posiciones críticas al respecto.
10. Del auge de los medios masivos, cada vez más y mejores, se ha pasado a la preocupación por los '*medios alternativos*' que a su vez han generado una polémica sobre lo alternativo no solo en medios sino en maneras de comunicación.
11. Si la preocupación funcional es por la difusión amplia de mensajes, hoy en muchas latitudes se ha recobrado la visión de comunicación *en y desde* grupos particulares. Solo así se entienden las propuestas de la comunicación alternativa, de lo popular; es un regreso a la diferenciación y diversidad cultural.
12. La libertad de información entendida como el *derecho a informar* ha hecho que se plantee el problema del *derecho a ser informado*.
13. De los estudios referentes a la comunicación y al cambio social sintetizados en la teoría de difusión de innovaciones, desde los países del tercer mundo ha surgido la gran pregunta ¿Es desarrollo o es más bien una reiteración de la dependencia? (Ver Antonio García), desde esa postura han aparecido varias propuestas encaminadas hacia la comunicación *alternativa y alterativa*.
14. La actitud de responsabilidad social en el manejo de los medios y de las organizaciones y en la difusión de innovaciones, desde los países del tercer mundo se entiende más como una actitud paternalista con la intención de extender un modelo que solamente refuerza la dependencia.
15. Entender la comunicación como la interrelación entre individuos, hoy con el desarrollo de otras disciplinas (semiótica, psicoanálisis) se propone que la comunicación no se da *entre* las personas, sino *en* las personas. Lo que ocurre no es el paso de un contenido de una mente a otra, sino la producción *sígnica* que cada quien interpreta.
16. Del *Content Analysis* que solo buscaba objetiva y sistemáticamente encontrar los contenidos manifiestos de los mensajes, hoy el trabajo de contenido es desde el análisis semiótico que comprende los procesos de significación inherentes a la cultura y se busca develar lo latente que hay en la apariencia de los mensajes.

17. Las propuestas de la percepción selectiva y más concertadamente los trabajos de usos y gratificaciones se ven planteados desde otra perspectiva como un problema de producción y reconocimiento de mensajes (Ver E. Verón).
18. El método de trabajo cuantificable, medible propio de la visión positiva de las ciencias sociales cambia con el entronque de la comunicación como cultura, de ahí una búsqueda no del proceso sino de la significación desde una visión crítica, transformadora.
19. La aproximación a la comunicación desde otras ciencias sociales en forma sumativa, no integral ha hecho que hoy se piense más en una interdisciplinariedad de las ciencias sociales, pero con cada ciencia partiendo de su objeto y método propio. Es así como la comunicación está en esa búsqueda sin desconocer los aportes de otras disciplinas, pero centrando su interés sobre lo propio para desde allí partir en el trabajo científico.
20. Los estudios de la comunicación que buscan soluciones a un tipo de problemas de una sociedad particular -la norteamericana- han cambiado por trabajos que se refieren más directamente a otro tipo de sociedades, los países del tercer mundo. Ha influido notablemente la Teoría Crítica de la Sociedad de la Escuela de Frankfurt y la necesidad misma de estos países por encontrar respuestas propias a problemas propios.

A manera de epílogo, pensamos que es importante reconocer la importancia de los estudios funcionales en el desarrollo de la ciencia y en el quehacer diario de la comunicación.

No podemos negar la validez y oportunidad de dicho enfoque en la *operatividad* de la comunicación, especialmente en sociedades que viven dentro del esquema funcional. ¿Cómo no utilizar la famosa fórmula de Lasswell cuando estamos preparando un mensaje? El problema, pensamos, radica en quedarnos ahí.

Si bien los Estados Unidos han logrado replantear muchas de sus propuestas, en todo su trabajo prevalece "su" visión, su posición ante el conocimiento. Contrario a pensar que allí la ciencia se estancó, pensamos, más bien, que continúa su evolución dentro de los mismos presupuestos, buscando siempre responder a las necesidades de "su" sociedad.

Es nuestra responsabilidad, entonces, situarnos desde nuestra realidad, conocer quienes somos y qué es nuestro continente, volver sobre lo propio -algo bien difícil- para enfrentar la comunicación desde nosotros mismos y no con la visión de otros. Solo así se podrá trascender el enfoque funcional, sin olvidarlo o rechazarlo a priori porque de hecho tal posición ha contribuido a configurar nuestra realidad.

**NOTA:** Todas las referencias de autores aparecerán relacionadas en una bibliografía sistematizada sobre estudios funcionales en comunicación, la cual se incluirá en SIGNO Y PENSAMIENTO No. 5.

