

**Modelo Básico
para el Estudio y la Investigación
de los Procesos de la Comunicación**

Raúl Fuentes Navarro

Guadalajara 1980

INDICE.

Introducción.	(1)
1.- Fundamentos del Modelo Propuesto.	(6)
1.1 Presupuestos epistemológicos.	(7)
1.2 Las Premisas Teóricas del Modelo.	(12)
1.2.1 El Proceso de la Comunicación.	(12)
1.2.2 La Cultura como Contexto.	(15)
2.- El Modelo y sus Definiciones.	(18)
2.1 Representación Gráfica.	(19)
2.2 Componentes Básicos.	(20)
2.3 Factores determinantes.	(26)
2.4 Niveles de Funcionamiento.	(30)
3.- Las Dimensiones del Modelo.	(33)
3.1 Las Formas y las Funciones.	(33)
3.2 Los Grados y la Efectividad.	(37)
3.3 La Profundidad y el Enfoque.	(41)
Bibliografía.	(44)

Nota: El contenido de este trabajo es un extracto de los capítulos fundamentales de la Tesis Profesional elaborada por el autor para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), con Reconocimiento de Validez Oficial por acuerdo No.15018 de la S.E.P., publicado en el Diario Oficial el 29 de Noviembre de 1976.

El autor cursó sus estudios de 1970 a 1975 y sustentó examen profesional el día 27 de Junio de 1980.

D.R. Raúl Fuentes Navarro. 1980.

INTRODUCCION.

Hoy en día, casi en cualquier círculo social, y en multitud de circunstancias, se menciona la palabra "comunicación" en referencia a diversas situaciones y problemas de la convivencia humana. Parece ser que hablar de comunicación y de términos más o menos vagamente asociados con el tema, es uno más de los lugares comunes que circulan en nuestra sociedad.

Y sin embargo, incluso al nivel de ambigüedad con que el término "comunicación" se maneja comúnmente, algunos significados sobresalen. A veces, la palabra se usa para describir formas de relación (o falta de ella) entre los miembros de una familia o de una empresa; otras, para referirse a las noticias que se reciben o a diálogos interpersonales a distancia; en ocasiones, añadiendo el calificativo "masiva" o alguno similar, a propósito de los mensajes y programas difundidos socialmente. En este trabajo consideraremos la comunicación en su dimensión significativa, y la definiremos como "el proceso que relaciona a dos o más sujetos permitiendo la evocación en común de significados, de acuerdo a reglas convencionales".

Como cualquier otro fenómeno social de importancia, la comunicación ha recibido atención por parte de muchos pensadores, escritores y científicos, y en los últimos años ha llegado a ser estudiada en las universidades como materia digna de un conocimiento sistemático, provocando el establecimiento de escuelas dedicadas exclusivamente a su estudio. En México se cuentan ya por miles los egresados de esas carreras: profesionistas especializados en las "Ciencias de la Comunicación".

Son muchas las disciplinas incluidas bajo el rubro "Ciencias de la Comunicación" (o sus equivalentes), y diversas las orientaciones que cada universidad que la imparte ha diseñado para la carrera. Pero dado que la formación profesional que ofrecen todas estas instituciones gira en torno a la comunicación, el punto clave de todos los planes de estudio es (o debe ser) el conocimiento organizado de lo que ha sido englobado bajo el título genérico de "Teoría de la Comunicación".

En realidad, el contenido de tal denominación es muy extenso, y hasta la fecha, inconexo, difuso, incluso contradictorio en ocasiones. La "Ciencia General de la Comunicación" no existe aún como tal: el conjunto de conocimientos sobre el tema no ha sido sistematizado satisfactoriamente por una sola teoría universalmente aceptada entre los estudiosos de la comunicación, y consecuentemente no se dispone de una definición científica única de los problemas, métodos y soluciones que implica su estudio.

Por ello, parece necesario un trabajo intenso de unificación básica de conceptos, métodos y conclusiones, que sirva para comprender los fundamentos de la previsible Ciencia General de la Comunicación, dar una visión de conjunto del campo cognoscitivo que implica, y funcionar como guía para el creciente número de personas interesadas en la comunicación. Estas páginas pretenden responder en principio a esa necesidad, experimentada personalmente por el autor desde dos perspectivas: hace algunos años como estudiante, y actualmente como profesor de Teoría de la Comunicación en el ITESO.

En este sentido, el objetivo del trabajo es proponer un Modelo Básico del Proceso de la Comunicación, con la intención de sintetizar en forma unitaria, sistemática y comprensible para universitarios mexicanos, los conceptos fundamentales que, a partir de diversas ciencias y corrientes de pensamiento, constituyen la base del estudio teórico de la comunicación.

La pretensión de construir una teoría de la comunicación en sentido estricto, está fuera del alcance del autor, y por tanto no cabe dentro de los objetivos del trabajo; se intenta sólo una integración elemental de conceptos básicos en un modelo hipotético, que sirva como introducción al estudio de la comunicación y que eventualmente pueda ser útil como herramienta de investigación.

En consecuencia, las finalidades que determinan el objetivo y califican el desarrollo del trabajo, son tres principales:

-Contribuir a una mejor comprensión teórica de la comunicación;

-Servir como referencia elemental en cursos universitarios de Teoría de la Comunicación, permitiendo apreciar y sistematizar el conocimiento disponible sobre el tema; y

-Constituir un punto de partida para el estudio en profundidad y la investigación científica sobre los diversos aspectos de la comunicación en México.

En cuanto a la estructura del trabajo, el primer capítulo explicita algunos conceptos que fundamentan la construcción del modelo propuesto; el segundo expone el modelo y sus definiciones fundamentales; y el tercero presenta algunos conceptos complementarios.

Consciente de las dificultades epistemológicas, históricas y prácticas inherentes al tema abordado, y de no ser una "autoridad" en la materia sino un principiante en el campo, el autor pretende presentar una síntesis que, si no es todo lo profunda y completa que pudiera desearse, pueda resultar un punto de partida estimulante para la investigación rigurosa, la discusión seria y la búsqueda en profundidad de mejores soluciones. El grado en que tal objetivo se logre, será un paso más en el aprendizaje colectivo que desde hace tiempo se desarrolla en México en torno a la comunicación. Cabe repetir las palabras escritas hace algunos años por John R. Pierce:

"Siendo la comunicación tan diversa y tan importante, una Teoría de la Comunicación de validez y utilidad generalmente aceptadas, debe ser de incomparable importancia para todos."*

* (116)

"La Cultura por entero debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación; lo que significa que no sólo puede estudiarse la cultura de ese modo, sino que, además, sólo estudiándola de ese modo pueden esclarecerse sus mecanismos fundamentales."

Umberto Eco.

1.- FUNDAMENTOS DEL MODELO PROPUESTO.

"Cada situación en la comunicación difiere, en algunos puntos, de cualquier otra similar. Podemos, sin embargo, tratar de separar ciertos elementos que todos estos estados tienen en común. Son dichos elementos y sus interrelaciones los que tomamos en cuenta cuando tratamos de construir un modelo de la comunicación."*

* (13)p.19

La elaboración de modelos formales es parte esencial de todo trabajo científico, pretendiéndose así sintetizar en forma unitaria la estructura general de relaciones que caracteriza a un conjunto de fenómenos.

La Ciencia de la Comunicación, dado su estado actual de desarrollo, presenta una gran variedad de modelos del proceso de la comunicación, resultantes de las diversas teorías prevalecientes, e incluso de distintas interpretaciones de los mismos conceptos fundamentales. Los modelos proliferan, y sin embargo, parece ser que algunos conceptos son ampliamente aceptados. Lo que varía es, en general, la definición de los elementos y sus características y relaciones, hecho debido primordialmente a los diversos enfoques teórico-metodológicos y a los intereses extra-científicos de sus diseñadores y divulgadores.

Después de haber revisado los modelos considerados "clásicos" en el estudio de los procesos de la comunicación, el autor cree poder proponer válidamente uno más, que intenta integrar los conceptos fundamentales planteados en ellos, de manera que, al menos a un nivel elemental, pueda unificarse una concepción básica de la Teoría de la Comunicación. Para ello, adopta como fundamentos el Modelo Informacional de Shannon y Weaver y la Semiótica de Umberto Eco, además de algunos conceptos de otros autores, citados en su oportunidad.

1.1 PRESUPUESTOS EPISTEMOLOGICOS DEL MODELO.

En primer lugar, asumiremos una distinción esencial entre los fenómenos de comunicación como hechos de la realidad cotidiana, y los conceptos, estructuras y modelos creados, como abstracciones, para analizar científicamente esos fenómenos.

Es a este nivel de abstracción al que se mueve la Teoría de la Comunicación, como cualquier teoría científica. Sin embargo, debemos considerar lo que Umberto Eco describe como "una especie de Principio de Indeterminación" a semejanza de la Física Contemporánea: comunicar acerca de la comunicación implica hacer un uso "metalingüístico" del lenguaje (usar el lenguaje para hablar de él mismo)*, y por lo tanto, incidir sobre su realidad y la de la comunicación misma:

* (59) pp.
15-16

"Puesto que significar y comunicar son funciones sociales que determinan la organización y la evolución cultural, 'hablar' de los 'actos de habla', significar la significación o comunicar sobre la comunicación tienen por fuerza que influir en el universo del hablar, del significar, del comunicar."*

* (46) p.68

Esto es, la comunicación como hecho real, y la teoría de la comunicación como abstracción científica elaborada sobre ella, se relacionan y determinan mutuamente: una concepción teórica será válida en la medida en que explique la realidad, y al mismo tiempo, su construcción está determinada por el empleo de los fenómenos a los que se refiere; sus modelos abstractos deben expresarse en actos reales y concretos para poder ser conocidos. Sistematizar un conjunto de conceptos sobre los fenómenos reales en una teoría significa, en cierta forma, modificarlos al modificar nuestra conciencia de ellos y hacer que otros la modifiquen a su vez. Al enseñar, aprender y practicar una

ciencia, el mundo va cambiando a medida que se transforma el saber social sobre ese mundo. El conocimiento puro, sin relación con la vida cotidiana, en ese sentido, es imposible. De ahí que se afirme que aún en el discurso científico más abstracto, la ideología determina ineludiblemente el sentido.*

* (82) pp.
23-24.

Por tanto, la "objetividad" de la ciencia no puede entenderse como "neutralidad ideológica" o "no adopción de posición política", sino única y exclusivamente como honesta consideración de todos los factores que determinan un fenómeno (el "objeto") y como rigurosa aplicación del método científico.*

* (73)p.18

Este principio explica la relatividad de los conceptos integrados en el modelo, en dos sentidos: en primer lugar, al recoger elementos de diversas teorías y relacionarlos en una cierta forma, la validez del modelo depende sustancialmente de la vigencia de tales teorías; además, la construcción del modelo implica un punto de vista personal, que comienza a determinarlo desde los textos a que el autor ha tenido acceso, la interpretación que ha hecho de ellos, la selección de conceptos realizada y los objetivos explícitos e implícitos (inconscientes) que persigue al elaborar este trabajo.

Por otra parte, ninguna ciencia social puede ignorar el contexto global en que se desarrollan los fenómenos humanos y pretender explicarlos válidamente. Si se acepta la íntima relación postulada entre la comunicación, la cultura y la sociedad, un Modelo Básico del Proceso de la Comunicación debe permitir situar cada acto concreto de comunicación en su contexto global específico; implica la formulación y comprobación de hipótesis sobre las condiciones sociales e históricas que generan cada clase de hechos; y exige el empleo de una metodología de investigación ri

gurosa pero abierta, racional pero flexible, científica pero de alcance tan amplio como el espíritu humano mismo.

Otro factor condicionante del modelo propuesto es la necesaria interdisciplinariedad en el estudio de la comunicación. Dada la complejidad del universo en que se desarrolla, la comunicación no puede ser abarcada en la totalidad de los factores que la determinan por una sola herramienta conceptual. Esta afirmación no niega la posibilidad de una Ciencia de la Comunicación, sino la define: tal ciencia ha de tener por objeto estudiar la comunicación humana, concibiéndola al mismo tiempo como producto y origen de la cultura (que es a su vez producto y origen de las formaciones sociales), planteando modelos básicos, e integrando a ellos los conceptos y resultados empíricos desarrollados por otras disciplinas sobre los factores que determinan la comunicación, siempre que estos conceptos y resultados sean epistemológicamente congruentes con los postulados comunicacionales.

Por último, la concepción de la relación cultura/comunicación que fundamenta el modelo, se explica como resultado de un proceso deductivo a partir de una concepción, más general, de la relación individuo/sociedad. A este respecto, consideramos al individuo como un sujeto concreto, único e irrepetible, que necesita del grupo social para vivir, y que aprende a hacerlo desarrollando su mente en base a lo que el grupo le proporciona, que no es otra cosa que su cultura. En otras palabras, el individuo aprende a ser hombre introyectando contenidos culturales a través de procesos de comunicación (y de información: "lo que se intercambia con el mundo externo al ajustarnos a él, y hacer sentir nuestro ajustamiento sobre él"*) con su entorno. Este aprendizaje, llamado "socialización" por los psicólogos sociales, presenta tal varie

* (150)p.26

dad de factores (ambientales, genéticos, circunstanciales, volitivos, etc.), que si bien la cultura de un grupo ("forma específica en que una sociedad interpreta la relación del Hombre con el Mundo") y las formas de transmitirla a sus miembros pueden ser muy homogéneas, la introyección individual de cada uno de sus componentes, y el conjunto de relaciones resultante en cada individuo están sujetas a tal cantidad de variables, que el resultado es necesariamente heterogéneo.

En este sentido, aunque la sociedad impone una serie de normas culturales específicas a sus miembros, cada uno de ellos asume el conjunto "a su manera", lo cual implica toda la serie de rasgos de la personalidad que estudia la Psicología, pero también un principio muy importante para la Teoría de la Comunicación:

"Un sujeto no se hace cognoscible o comprensible para el Otro porque pasa a éste, sino porque establece con él una relación activa... el comunicarse requiere una comunidad en determinados procesos, no en la mera igualdad de los productos."*

* (28)p.163

Por tanto, la comunicación se fundamentará en el desarrollo de las facultades humanas de los individuos a través del aprendizaje cultural, pero este aprendizaje es necesariamente individualizado. De ahí que los individuos podrán participar como emisores y receptores de mensajes comunicativos de acuerdo a su grado de participación en la vida social y en el desarrollo de la cultura, y evidentemente tales posibilidades de participación varían en función de factores individuales y de oportunidades socialmente determinadas.

Esto significa que la imposición cultural no es rígida ni homogénea, ni funciona mecánicamente. Si así lo fuera, la cultura no podría ser elaboración humana ni evolucionaría como lo hace. De hecho, la cultura no es una suma de unidades fijas sino un conjunto dinámico de pautas generales (de distintos grados de especificidad y rigidez), que permiten a los individuos que las comparten generar mensajes, conductas, acciones o relaciones en su vida cotidiana. Entre la "dimensión cultural"; sustrato y origen de la interpretación y de la vivencia de la realidad (dimensión en la cual se inserta el conocimiento científico) y la "dimensión material", vida cotidiana espacio-temporal, realidad sensible de los hombres, se encuentra la posibilidad de libertad que hace a cada individuo responsable de su propia vida, y participante solidario del destino de la Humanidad.

* (61)

En síntesis, podemos decir que cada individuo tiene un rango específico de posibilidades de actuación social que le proporciona la cultura de su grupo, tal como la ha asumido. Esa adquisición de cultura, y esa actuación social individuales, se dan a través de innumerables actos de comunicación con otros individuos miembros a su vez de la sociedad. Por su parte, el conjunto de actos concretos de comunicación conforma la cultura del grupo, de la cual se vuelven a valer los individuos para comunicarse. Por tanto, la cultura y la vida de los individuos que la comparten, se determinan mutuamente en un ciclo dialéctico a través del cual ambas evolucionan. Así como la inteligencia es el sustrato de la vida individual, la cultura lo es de la vida social. Y sin comunicación son imposibles la vida humana, la inteligencia, la cultura y la sociedad.

1.2 LAS PREMISAS TEORICAS DEL MODELO.

Partiremos de una concepción de la comunicación como "la facultad exclusivamente humana de compartir y desarrollar un saber social: una cultura." Ahora bien, esa facultad se manifiesta en innumerables formas y se actualiza en infinidad de relaciones significativas entre los seres humanos. Todas esas relaciones de "producción social de sentido" son las que les permiten vivir. Y dado que esas relaciones están determinadas por la cultura del grupo social, la significación que continuamente se desarrolla en las mentes individuales y permite el establecimiento de tales comunicaciones, está en estrecha relación con la vida social en su conjunto. La Teoría de la Comunicación pretende diseñar modelos formales que expliquen todos esos diversos actos de comunicación haciendo abstracción de lo que tienen en común, y definiendo sus características esenciales.

En primer lugar, debe reconocerse que los fenómenos de comunicación no pueden concebirse en forma estática. La misma idea de comunicación como acto relacional implica una concepción dinámica: algo que deviene, que sucede en el tiempo y en el espacio como secuencia de actividades orientadas a un fin. Es por ello que se habla de procesos.

1.2.1 EL PROCESO DE LA COMUNICACION.

Un proceso de comunicación supone la actualización de una relación entre dos "polos" que podemos llamar EMISOR y RECEPTOR (o Fuente y Destino, respectivamente), que evocan en común un concepto o SIGNIFICADO a través del intercambio de eventos físicos o SEÑALES, convencionalmente habilitadas para representar ideas o entidades mentales. Estas uniones entre even-

tos físicos y entidades mentales, llamadas SIGNOS, es tan reguladas por CODIGOS o sistemas de significación y son establecidas por convención social. Es decir, no hay determinación natural en ellas, y cuando la hay, sólo produce significación a través de su convencionalización. Un código es una construcción cultural que permite la comunicación entre los individuos que comparten esa cultura y ese código, al prescribir las reglas de asociación entre señales y significados.

Lo esencial en la definición del proceso de comunicación que planteamos es la evocación en común de significados entre emisor y receptor. Para que esa evocación o "producción de sentido" sea paralela, ambos polos de la relación deben usar el código en una forma común: deben compartir un conocimiento de las reglas para codificar y decodificar sus mensajes de manera que el significado no se pierda o se deforme. Compartir un código y usarlo adecuadamente son condiciones indispensables para establecer una relación comunicativa.

Pero esa evocación en común de significados mediante la recurrencia paralela a un código, sólo es posible a partir de la transmisión y captación adecuadas de las señales. Emisor y Receptor se vinculan físicamente al comunicarse a través del intercambio de señales. Si las señales enviadas por el emisor no llegan al receptor, no puede darse la comunicación. Y esto implica la existencia de un CANAL físico, accesible a ambos.

Entonces, un proceso de comunicación requiere del establecimiento de dos tipos complementarios de relación: uno a nivel físico entre emisor y receptor a través de un canal apto para transportar señales de uno a otro, y uno a nivel cognoscitivo para interpretar en ambos polos la significación concep-

tual de las señales. Transmisión física y significación son pues, los dos aspectos constitutivos de todo proceso de comunicación. Umberto Eco define así estos conceptos:

"Un proceso de comunicación se verifica sólo cuando existe un código. Un código es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario representa otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación. Ahora bien, debe quedar claro que el acto perceptivo del destinatario y su comportamiento interpretativo no son condiciones necesarias para la relación de significación: basta con que el código establezca una correspondencia entre lo que representa y lo representado, correspondencia válida para cualquier destinatario posible, aún cuando de hecho no exista ni pueda existir destinatario alguno.

Por tanto, un sistema de significación es una construcción semiótica autónoma que posee modalidades de existencia totalmente abstractas, independientes de cualquier posible acto de comunicación que las actualice.

En cambio (excepto en el caso de los procesos simples de estimulación) cualquier proceso de comunicación entre seres humanos -o entre cualquier otro tipo de aparato 'inteligente', ya sea mecánico o biológico- presupone un sistema de significación como condición propia necesaria."*

* (46)p.35

Es decir, puede haber códigos que no se usen para la comunicación, pero no puede haber proceso de comunicación sin recurrir a alguno de ellos. Igualmente, pueden darse intercambios físicos de señales sin que intervenga la significación y por tanto, no haya comunicación. En resumen, un proceso de comunicación sólo es posible cuando se intercambian señales físicas, y cuando esas señales toman la función de signos, provistos convencionalmente de significados.

Estas nociones elementales sobre los procesos de la comunicación constituyen la base conceptual del Modelo Teórico propuesto. Por lo tanto, serán ampliadas y complementadas al presentarlo. Pero por ahora nos sirven para plantear una definición más precisa de comunicación:

PROCESO QUE RELACIONA A DOS O MAS SUJETOS, PERMITIENDO LA EVOCACION EN COMUN DE SIGNIFICADOS, DE ACUERDO A REGLAS CONVENCIONALES.

1.2.2 LA CULTURA COMO CONTEXTO.

Durante el desarrollo precedente de la concepción del proceso de la comunicación, recalcamos la naturaleza convencional de los signos, instrumentos básicos de un proceso que incluye tanto relaciones puramente psíquicas como transmisión de eventos físicos. Hemos de exponer ahora cómo es que los códigos se insertan en el concepto general de Cultura.

Siguiendo la definición de Cultura que hemos elegido manejar en este trabajo, "Forma específica en que una sociedad interpreta la relación del Hombre con el Mundo", debemos recalcar el concepto de convencionalidad, y por tanto de diversidad en el tiempo y en el espacio, que tal definición implica.

Una de las necesidades primordiales del grupo social humano es distinguir entre sí las cosas, los eventos, los lugares, las sensaciones, las relaciones causales, los fenómenos naturales, las ideas, los sueños. Esta distinción y clasificación del mundo en que se vive lleva a la definición de "UNIDADES CULTURALES"* (o "culturemas", en términos de Abraham A. Moles*), y de sistemas de interpretación de las relaciones observadas e inducidas entre ellas.

* (46)p.131

* (96)p.203

Las Unidades Culturales elaboradas por un grupo social como segmentación abstracta del universo de su experiencia, no son necesariamente las mismas que las desarrolladas por otro grupo, aunque haya coincidencias. Es mucho más fácil que las unidades culturales "hombre" y "mujer" coincidan en todas las culturas, que las que definen "nieve" o "arena": tanto un grupo social que viva en el ártico como uno que habite en el desierto experimentan la diferencia entre hombres y mujeres, pero difícilmente concebirán nieve o arena en un medio natural donde no existan esos elementos. Incluso dependiendo de la importancia que cada hecho tenga en el entorno de cada sociedad, las unidades culturales variarán en extensión respecto a lo que representan. El ejemplo clásico es el que describe cómo los esquimales distinguen varias clases de "nieve", mientras que otros pueblos, si acaso, conciben un solo estado del agua congelada.*

* (46)p.144

Por tanto, cada sociedad segmenta de una manera específica su experiencia del mundo. Cada grupo humano define sus unidades culturales y las interpretaciones y relaciones que es válido establecer entre ellas. Estas unidades culturales son precisamente las entidades mentales, conceptos o significados que, unidos a eventos físicos o señales determinadas, y a un conjunto de reglas para asociarlos, conforman los códigos que posibilitan la comunicación.* Debe concluirse entonces que:

* (46)p.131

-Las Unidades Culturales se definen por convención. Esto es, la distinción entre ellas no está determinada por la Naturaleza, sino por la interpretación que una sociedad acuerda tácitamente elaborar a partir de ella.

-Las Señales físicas, asimismo, son convencionalmente seleccionadas y distinguidas entre sí, se

trate de sonidos, movimientos, gestos, dibujos, impulsos eléctricos, o configuraciones materiales o energéticas de cualquier clase.

-La relación establecida entre unidades culturales y señales, para formar Signos comunicables sistematizados por un código, es también necesariamente convencional, y rige los procesos de significación y comunicación específicos de esa cultura.

Por "convencional", entonces, debe entenderse la cualidad de "determinación humana significativa", más "entendimiento humano compartido (social)" de la asociación establecida. Es evidente que no se está hablando aquí de asociaciones mentales arbitrarias desarrolladas por un individuo aislado, sino de elaboraciones colectivas, compartidas por todo un grupo social, aunque las segundas tengan su origen en las primeras.

En consecuencia, podemos decir que, dadas tales definiciones y argumentos, la Cultura tiene su origen esencial en la comunicación, y que la comunicación sólo es posible gracias a la cultura. Dicho de otra manera, todo contenido de la comunicación es convención cultural, y por tanto, toda comunicación se inserta en el contexto de la cultura; a su vez, toda cultura es producto de la comunicación y puede concebirse como el conjunto de códigos elaborados por un grupo social: la forma específica en que una sociedad interpreta la relación del Hombre con el Mundo.

Cultura y Comunicación son conceptos unidos dialécticamente unidos, y por ello, dinámicos por excelencia. Nada en la Naturaleza parece equipararse en variedad y complejidad a una cultura desarrollada. Por eso es más fácil determinar leyes universales en las Ciencias Naturales que en las Sociales.

2.- EL MODELO Y SUS DEFINICIONES.

"Comunicar significa hablar sobre circunstancias extrasemióticas. El hecho de que dichas circunstancias puedan traducirse en términos semióticos no elimina su continua presencia en el fondo de cualquier fenómeno de producción de signos. En otras palabras, la significación se confronta con (y la comunicación se produce dentro de) un marco global de condiciones materiales, económicas, biológicas, físicas."*

* (46)p.268.

El Modelo de Proceso de Comunicación propuesto en este trabajo se vale de los constructos y enfoque de la Semiótica de Umberto Eco para abordar el análisis del proceso de la comunicación, más desde el punto de vista humano que desde el de la cultura o la semiosis.* Es decir, el modelo busca integrarse como una herramienta operativa que, conjuntamente con la Semiótica y otras disciplinas, sirva para comprender y manejar científicamente la comunicación como proceso. Eco escribe:

* (46) pp.
475-480.

"Definir el modelo comunicativo de un proceso abierto implica una perspectiva total que considere -en un universo visto sub specie communicationis- incluso aquellos elementos que se interfieren con la comunicación, pero que no son reductibles a comunicación, aunque determinen las modalidades de la misma."*

* (44)p.474

Pero además de esta consideración de la totalidad, Eco afirma que "es preciso descender al análisis de sus fases. En tal caso la totalidad del proceso se descompone -de perspectiva 'abierta' que era- en los universales 'cerrados' de los sistemas semióticos que individualiza."* Y por lo tanto,

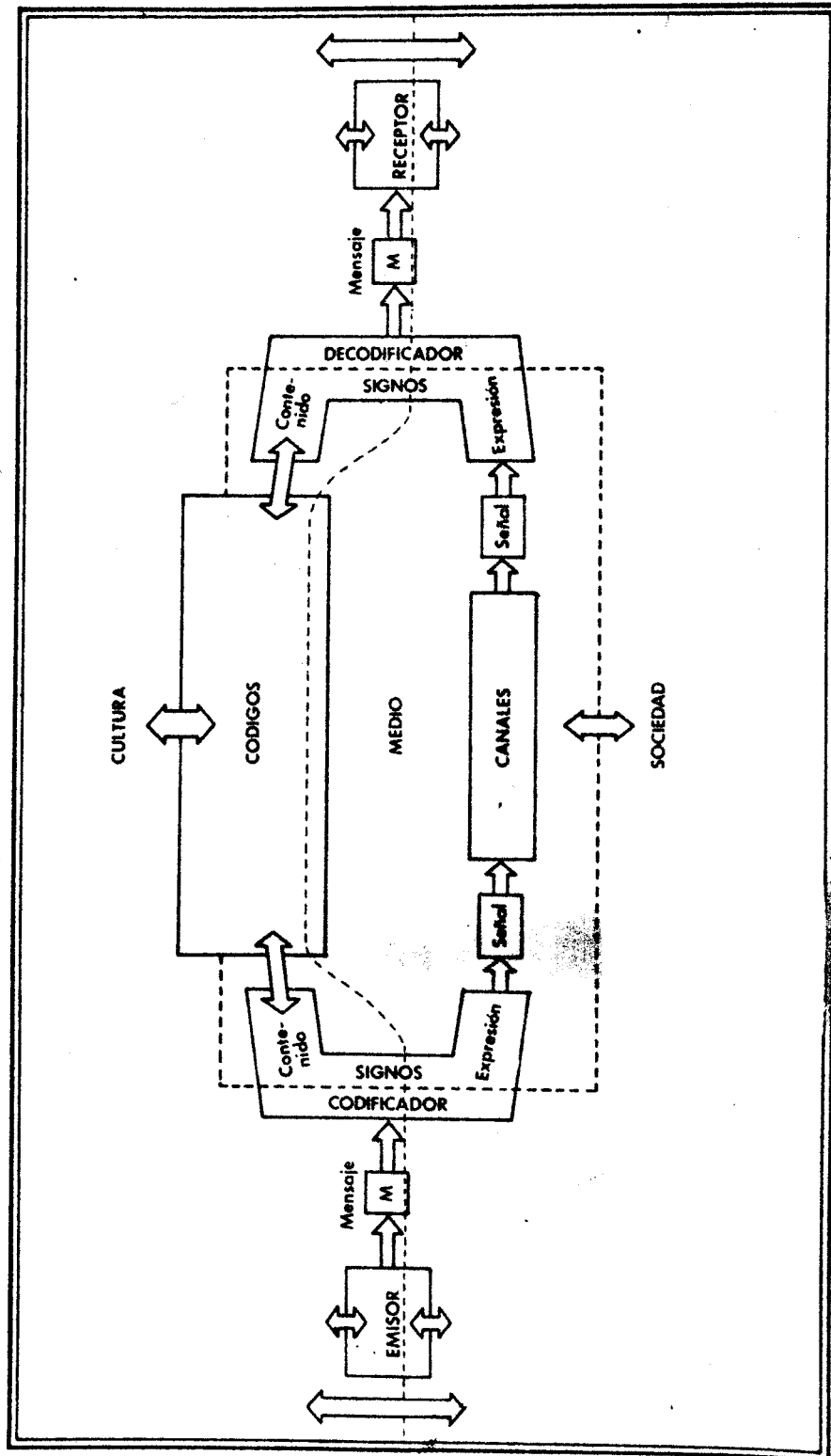
* (44)p.474

"A la organización de universos cerrados corresponde la conciencia de la apertura del proceso que los engloba y los reestructura; pero este proceso puede individualizarse sólo como una sucesión de universos cerrados y formalizados."

Por ello, el modelo pretende llevar al análisis de realidades parciales, integrantes de la Realidad, que como tal, se escapa.*

* (72)p.10

2.1 REPRESENTACION GRAFICA.



2.2 COMPONENTES BASICOS.

El Modelo de Proceso de la Comunicación propuesto aquí, incorpora como componentes básicos elementos y conceptos ya manejados por diversas teorías y plasmados en los modelos clásicos de la comunicación. Sin embargo, para este modelo, se han adoptado las siguientes definiciones:

Se entiende por EMISOR el "polo" del cual parte la iniciativa del acto comunicativo, pudiendo ser una persona, un grupo o institución social, un animal o cualquier otro ser vivo, o incluso un objeto inanimado, una máquina o un fenómeno natural. Lo que permite que cualquiera de estos "entes" sea considerado emisor es su capacidad de producir algún tipo de modificación material o energética en el entorno (señal), perceptible por un ser humano que interprete tal evento físico como significativo (mensaje). En consecuencia, no es esencial que la emisión del mensaje sea intencional o consciente.*

* (46)p.35

Por su parte, el RECEPTOR será el "polo" opuesto al emisor en el proceso de comunicación, que funciona como destinatario del mensaje. Puede ser considerado individualmente o como entidad múltiple hacia quien se dirige el mensaje, pero siempre concibiéndolo como sujeto de la significación, que en último término es la condición esencial para que una relación sea comunicativa. Por tanto, el receptor debe ser capaz, en alguna forma, de percibir los eventos físicos producidos por el emisor (señales) y de interpretarlos como significantes. En este proceso de significación desarrollado por el receptor a partir de las señales transmitidas se encuentra la clave del proceso de la comunicación, ya que si el receptor no provee de significado a las señales, no hay comunicación, sino una mera esti

* (46)p.35 mulación o paso de información.* Si bien investigaciones etológicas, zoosemióticas, cibernéticas, etc. afirman la presencia de "comunicación" en organismos no humanos, habremos de limitar aquí la comunicación (significativa, consciente) a los seres humanos. Por ello se considera la posibilidad de que un hombre (receptor) se comunique con cualquier otro ente (emisor), pero no al contrario.

Tanto el polo emisor como el polo receptor actúan como tales en el proceso de la comunicación al desempeñar un trabajo productivo en el ámbito de la significación, esto es, al seleccionar, emitir, confrontar o interpretar señales,* que vienen a ser las unidades sobre las que se explica el principio de toda comunicación. Por lo tanto, las respectivas posiciones de emisor y receptor en el modelo son "estadísticas", esto es, dependen del estado en que se encuentre el proceso al analizarlo. Por ello, ha de considerarse el modelo como una estructura de relación recíproca y reversible, en la cual, según la dinámica de la relación, el receptor puede teóricamente convertirse en emisor en un momento dado, invirtiendo la "polaridad" del sistema. Cuando la comunicación analizada es un diálogo entre individuos humanos, esta reversibilidad alcanza su grado máximo de probabilidad, como bien lo ha explicado, entre otros, Jean Clouthier, al acuñar el término "EMIREC" para designar al hombre en su doble capacidad comunicativa: como emisor y como receptor de mensajes.*

* (34)

El MENSAJE se concibe como el resultado de un proceso de selección que el emisor elabora a partir de un conjunto de eventos posibles.* Cuando el emisor no tiene o no utiliza la facultad de dotar de significado al mensaje, éste lo será sólo si el receptor lo interpreta como significante*; en caso contrario, se considerará como un simple evento físico. Pero cuando

* (46)p.88

* (46)p.250

- el emisor desarrolla el proceso de significación, la selección del mensaje se efectúa a partir del conjunto de unidades culturales que ha introyectado y a través de procesos mentales aprendidos, que le permiten estructurar de una manera específica los conceptos con el fin de comunicarlos.* Entendido así, un mensaje no es transmisible (las ideas no viajan), pero sí evocable o "elicitable"* mediante la transmisión de signos convencionales. Por ello, al otro extremo del modelo se concibe la presencia del mensaje como el contenido conceptual que el receptor obtiene al cerrarse la relación comunicativa, y sobre él desarrolla un trabajo de producción significativa al dotarlo de un "sentido" es decir, de una confrontación específica con el código, que puede estar estructurado de diversas maneras.* En todo caso, puede decirse que un mensaje se comunica por medio de signos, generados a partir de un código.
- * (46)p.261
- * (140)
- * (46)p.177

- En consecuencia, un CODIGO es un sistema de significación que permite a quienes lo comparten, generar mensajes significativos.* Umberto Eco precisa esta definición de código al concebirlo como una regla o conjunto de reglas que asocia algunos elementos de un sistema sintáctico ("una serie de señales reguladas por leyes combinatorias internas") con elementos de un sistema semántico ("una serie de nociones sobre estados de la realidad que pueden convertirse en contenidos de una posible comunicación").* El mismo Eco define los sistemas como estructuras en que "los valores particulares de sus unidades constitutivas se establecen mediante posiciones y diferencias...(y que) se revelan sólo cuando se comparan entre sí fenómenos diferentes mediante la referencia al mismo sistema de relaciones!"*
- * (46)p.101
- * (46) pp. 78-80.
- * (46)p.82

Un código, entonces, es un sistema abstracto que permite transmitir y significar las unidades culturales generando signos, componentes de los mensajes comunicativos. Es evidente que un mensaje puede

- referirse simultáneamente a diversos tipos de códigos convirtiéndose en un TEXTO, cuyo contenido es un DISCURSO,* por lo cual deberá interpretarse en sus diversos "niveles de significación" para ser comunicado cabalmente: tanto a nivel DENOTATIVO (significados reconocidos culturalmente como asociados a un significante), como a nivel CONNOTATIVO (significados secundaria o parasitariamente transmitidos por la denotación precedente, no necesariamente reconocidos culturalmente como predicados del sujeto del mensaje).*
- * (46)p115
- * (46)p.160

- Una SEÑAL será cualquier evento físico que reúna tres condiciones: ser componente de un sistema sintáctico, lo cual lo hace susceptible de ser distinguido como unidad de acuerdo a reglas convencionales; capaz de ser transmitido a través de un canal idóneo; y de ser asociado con uno o varios elementos de uno o varios sistemas semánticos (unidades de significado).* De acuerdo con su naturaleza, una señal puede ser "continua" (como una onda electromagnética) o "discreta" (como una letra del alfabeto).*
- * (46)p.99
- * (134)p.72

- Por su parte, un SIGNO será una unidad de significación comunicable, compuesta por la asociación de una señal o unidad sintáctica (que constituirá su PLANO DE LA EXPRESION o significante) y un concepto o unidad semántica (que se convertirá en su PLANO DEL CONTENIDO o significado), asociación regulada por las leyes combinatorias convencionales de un código.* Eco adopta al respecto, como base de su Semiótica, la siguiente definición:
- * (46) pp. 103-104

- "Signo es cualquier cosa que pueda considerarse como sustituto significante de cualquiera otra cosa. Esa cualquiera otra cosa no debe necesariamente existir ni debe subsistir de hecho en el momento en que el signo la represente."*
- * (46)p.31

* (46)p.138

Por lo tanto, un signo no se refiere directamente a la realidad, sino a través de la unidad cultural que la representa, es decir, de otro signo, siendo así que todo contenido de la comunicación está siempre codificado, de una forma o de otra, constituyendo una cadena de signos y de "interpretantes" en el proceso llamado por Peirce "Semiosis Ilimitada."* Signos, entonces, son las unidades significativas que componen un mensaje al cumplir lo que Eco llama una "función semiótica", entendiendo que las asociaciones entre unidades sintácticas y semánticas no son fijas ni permanentes, sino que dependen del "sentido" que le den sus usuarios tanto en sus denotaciones como en sus connotaciones.

Un CODIFICADOR será el mecanismo, persona o instancia (o el conjunto de ellas) de que se vale el emisor para estructurar su mensaje de acuerdo con uno o varios códigos. Es el componente del modelo en el cual se realiza la transformación de un concepto o mensaje en señales capaces de ser transmitidas físicamente por un canal (plano de la expresión), mediante la referencia a un código que asocie tales señales con sus significados (plano del contenido).

Un DECODIFICADOR, a su vez, será el mecanismo, persona o instancia (o el conjunto de ellos), que realiza la función contraria al codificador: recibir las señales transmitidas por el canal, confrontarlas con el o los códigos apropiados, reunir los planos de la expresión y del contenido, y entregar el mensaje al receptor.

El CANAL será un sistema de transmisión, es decir, cualquier conducto capaz de transmitir señales entre un polo emisor y un polo receptor en un proceso de comunicación, uniéndolos físicamente.

Por MEDIO se entenderá el conjunto de mecanismos, instancias y procedimientos que hacen posible la comunicación entre emisor y receptor, incluyendo uno o varios canales de transmisión, códigos específicos para generar mensajes comunicables a través de él, y las formas y procesos por los cuales dichos mensajes son codificados y decodificados. En otras palabras, así como el código es un sistema de significación y el canal un sistema de transmisión, el medio es un sistema de comunicación que resulta de la coincidencia de los dos anteriores.

Como conceptos complementarios, si bien no se incluyen en la representación gráfica del modelo, hemos de considerar también el RUIDO y la RETROALIMENTACION, definidos como sigue:

RUIDO será cualquier elemento, evento o interferencia que perturbe el proceso de la comunicación e impida la identidad entre el mensaje emitido y el mensaje recibido.

RETROALIMENTACION será un mecanismo de control del proceso, que se realiza reincorporando al emisor los resultados de su actuación como tal, permitiéndole evaluar y modificar sus subsiguientes emisiones. Para que un proceso de comunicación se retroalimente, no es necesario, por tanto, que el receptor emita conscientemente una respuesta al mensaje recibido, sino que basta con que el emisor capte el efecto que su mensaje produjo y lo tome en cuenta como condicionante de su comunicación.

2.3 FACTORES DETERMINANTES.

Una vez definidos los elementos que intervienen como componentes básicos de un proceso de comunicación, es necesario describir los factores que determinan su dinámica y especificidad, de acuerdo con el modelo expuesto.

En primer lugar, es imprescindible reconocer que cualquier relación comunicativa afecta de alguna manera a sus participantes, provocando, sobre todo en el receptor, uno o varios EFECTOS, por mínimos e imperceptibles que sean. En otras palabras, todo mensaje recibido cambia en mayor o menor medida el equilibrio dinámico de la inteligencia y de la personalidad en alguno de sus aspectos.* Así, el contenido cognoscitivo o conceptual del mensaje debe ser asociado con los conocimientos previamente existentes en la mente del receptor; el contenido emotivo igualmente tenderá a relacionarse con los estados afectivos del receptor, en la misma forma que los aspectos axiológicos o valorales entrarán en juego con las actitudes y valores imperantes. Incluso a nivel fisiológico, la recepción del mensaje podrá estimular respuestas orgánicas a nivel físico, biológico o psicosomático. De todo esto dependerá la manera específica en que el receptor signifique el mensaje y las consecuentes respuestas que omita. De ahí la importancia de reconocer los múltiples factores individuales que condicionan cada proceso de comunicación, al grado que investigadores como el argentino Armando Sercovich consideran imprescindible el desarrollo de una "Teoría de la Subjetividad" que dé cuenta del "ámbito de la organización de lo simbólico intrasubjetivo" en la comunicación.*

* (108)

* (154)

Entonces, consideramos una amplísima serie de factores psíquicos como determinantes de la emisión y la recepción de mensajes, con toda la complejidad y variabilidad que implica. Ciertamente, será muy difícil estudiar todas y cada una de las variables en cada caso concreto, pero su intervención resulta muchas veces decisiva en cuanto a la producción de sentido en la comunicación. Aunque podría argumentarse que tal estudio corresponde a la Psicología, la comunicación no podrá explicarse totalmente prescindiendo de esos factores.

Lo mismo puede decirse de la determinación que ejercen los factores "sociales". La forma en que cada individuo participa de la cultura propia de la sociedad en la que vive es otra variable fundamental, que determina los modos en que una persona puede comunicarse (es decir, a qué códigos y medios tiene acceso y hasta qué punto los domina), variable que a su vez está condicionada por la ubicación del individuo en la estructura social y sus consecuentes condiciones materiales de vida. La posición del individuo en la sociedad determina qué mensajes puede comunicar (emitir y/o recibir), con quién y bajo qué circunstancias puede hacerlo, y sobre todo, qué significados puede manejar y en qué forma, (Concepto de Conciencia Posible)*. Por tanto, la familia, la escuela, el trabajo, el estrato socio-económico, la religión, la afiliación política, el sexo y la edad, y sobre todo, la estructura ideológica que las instituciones sociales imponen a los individuos, son factores que la Sociología debe estudiar y que la Ciencia de la Comunicación necesariamente debe considerar como determinantes en su análisis de los actos comunicativos.

* (104)pp.
81-83

Por otra parte, debemos tomar en cuenta que un acto comunicativo se realiza siempre en circunstancias determinadas. Independientemente de las es -

estructuras psíquicas que cada individuo pone en juego al comunicarse, y de las determinaciones que su posición social le impone, es obvia la influencia que la situación en que se entabla la relación comunicativa ejerce sobre ésta. Es decir, existen infinidad de circunstancias que pueden modificar la forma de los procesos de comunicación, y estas circunstancias inciden tanto en el emisor como en el receptor, en el medio y el código empleados, y por ende en la forma del mensaje y en su interpretación.

Podríamos seguir añadiendo "dimensiones" que en una u otra forma enmarcan cada proceso comunicativo, pero eso no nos llevaría más que a una disección de la cultura en general, y de las formas en que los individuos participan de ella. En pocas palabras, el planteamiento importante ahora es que la comunicación se da siempre como acto concreto, que actualiza de cierta manera la estructura global de la sociedad y que, por lo tanto, no puede entenderse fuera de ese contexto. Todo acto de comunicación se da necesariamente en circunstancias determinadas y en último término su análisis puede involucrar a la totalidad de la cultura.

Por ello, y sin pretender más, queremos dejar claramente asentado que un proceso de comunicación, según el modelo propuesto, está constituido por elementos funcionales que se relacionan de cierta manera y constituyen el funcionamiento "interno" del proceso; pero dado que ese proceso, cualquiera que sea su forma específica, no puede darse aislado sino sólo en el contexto de una cultura, hemos de considerar también una serie de "factores externos" que lo determinan específicamente y que en conjunto no son sino manifestaciones de la cultura misma. La Ciencia de la Comunicación, creemos, para poder dar cuenta de la realidad, no puede prescindir del estudio de ambos campos:

debe explicar autosuficientemente los elementos "internos" y sus relaciones, pero participar en un estudio interdisciplinario en lo que se refiere a los factores "externos".

Este estudio interdisciplinario podría desarrollarse en base a un esquema dual de relaciones entre la Ciencia de la Comunicación y otras disciplinas, de forma tal que, por ejemplo, una Psicología de la Comunicación contribuyera con el análisis de los fenómenos psíquicos que determinan a la comunicación, en base a las teorías psicológicas, y la Ciencia de la Comunicación estudiara la Comunicación Psicológica sobre sus propios postulados, analizando los contenidos cognoscitivos, afectivos, creativos, etc., como funciones semióticas comunicadas. De la misma manera, la Sociología de la Comunicación se encargaría de estudiar los procesos de comunicación en función de sus teorías sobre las estructuras y las relaciones sociales, mientras que la Ciencia de la Comunicación se encargaría de estudiar la Comunicación Sociológica (o social) en base a la comunicación de significados.

Así, podríamos también hablar de una Economía de la Comunicación y de una Comunicación Económica, una Pedagogía de la Comunicación y una Comunicación Educativa (o pedagógica), una Estética de la Comunicación y una Comunicación Artística, una Politología de la Comunicación y una Comunicación Política, una Antropología de la Comunicación y una Comunicación Antropológica (o Cultural), y así sucesivamente, en un esfuerzo por explicar de una manera más adecuada los fenómenos comunicativos en su contexto humano, social y cultural, y por tanto, histórico y trascendental.

2.4 NIVELES DE FUNCIONAMIENTO.

Por todo lo expuesto anteriormente, podemos afirmar que el modelo propuesto para el proceso básico de la comunicación se justifica por su aplicabilidad al estudio de la comunicación en todos sus niveles. Sabemos que la complejidad de cualquier acto de comunicación real puede llegar a rebasar toda posibilidad de análisis si la teoría no define límites y parámetros de pertinencia. Así, una vez expuesto el modelo, hemos de exponer los niveles de análisis que plantea, lo cual permitirá sugerir "campos" de investigación y "líneas" de integración teórica sobre la comunicación.

Por una parte, el proceso de comunicación funciona (esto es, establece la relación comunicativa) sobre lo que podemos llamar un eje horizontal o SINTAGMATICO (extendiendo el significado del término), mediante la conjunción de dos procesos íntimamente vinculados, pero de muy distinta naturaleza: un proceso (físico) de transmisión de señales, y un proceso (psíquico) de significación que consiste en una doble recurrencia, idealmente simétrica y paralela, al código.

Por otra parte, siendo la comunicación un proceso dinámico, que sucede en un tiempo y un espacio específicos, y que se da entre seres concretos (sujetos históricos miembros de una sociedad), como manifestación cultural por excelencia, el análisis de todo proceso de comunicación debe contemplar también su funcionamiento sobre un eje vertical o PARADIGMATICO (siguiendo la misma extensión de los términos); y aquí, la influencia que la cultura ejerce sobre la comunicación abarca aspectos y grados de determinación prácticamente imposibles de enumerar. Así, toda generalización al respecto es necesariamente inexacta, por lo cual la investigación debe especificar rigurosamente las variables que en cada caso considera pertinentes.

En este sentido, es arriesgado afirmar que "la televisión enajena (o educa"; que "la discusión grupal ilumina (o confunde)"; o que "una imagen dice más que mil palabras (o viceversa)". En estos ejemplos comunes, como en otras aseveraciones similares, la generalización sin fundamento y fuera de contexto, destierra la objetividad. Es tarea de la ciencia investigar y exponer bajo qué condiciones y en qué sentido, cada afirmación es cierta o falsa, y sobre qué bases se puede probar su valor como conocimiento científico.

El estudio teórico de la comunicación establece niveles de funcionamiento de los procesos reales y, por ende, campos de análisis bien determinados. Hace ya más de 40 años, Charles Morris* propuso la definición de los tres aspectos fundamentales del estudio semiótico de la comunicación: a nivel SINTACTICO, el estudio de las relaciones de los signos entre sí; a nivel SEMANTICO, el análisis de los signos en relación con lo que representan; y a nivel PRAGMATICO, el estudio de la relación entre los signos y sus usuarios. Esta clasificación fue reformulada por Eco, que concibe la Semiótica de la Significación o Teoría de los Códigos y la Semiótica de la Comunicación o Teoría de la Producción de los Signos.*

* (97)

* (46)

Esto es, de acuerdo con el modelo propuesto, podemos estudiar los procesos de transmisión de señales como relación física; los procesos de significación como relación psíquica; y los procesos de comunicación como relaciones humanas, posibles sólo dentro de un contexto socio-cultural en que se inscriben las señales, los signos, los códigos, los mensajes, los medios, y en su dimensión total, los actos de comunicación.

Dicho esto, así sea a nivel elemental, el ciclo conceptual sobre la comunicación se cierra: la comunicación sólo es explicable por la cultura y la cultura sólo es explicable por la comunicación. Tautología o no, esta concepción esboza un esquema de análisis completo de ambas; fuera de la cultura no existe posibilidad de comunicación. Aparte de la comunicación no hay posibilidad de generar cultura. Y entre esos dos aspectos dialécticamente unidos en la esencia de lo que llamamos humanidad, el estudio de la vida y la evolución de la sociedad en sus múltiples aspectos, da origen al conocimiento que, una vez más convertido en cultura por la comunicación, vuelve a circular socialmente dentro de ese mismo marco que se expande y se contrae periódicamente, pero que permanece como el límite último del hombre sobre la tierra. Por ello debe afirmarse la estrecha vinculación entre la teoría y la realidad, entre el trabajo científico y la vida material, que Umberto Eco expone brillantemente en La Estructura Ausente:

"La comunicación engloba a todos los actos de la Praxis, en el sentido de que toda praxis es comunicación global, es institución de cultura, y por tanto, de relaciones sociales. El hombre se apropia del mundo y hace que la naturaleza se transforme continuamente en cultura. Pero los sistemas de acción se pueden interpretar como sistemas de signos con tal de que cada sistema de signos se inserte en el contexto global de los sistemas de acción; cada uno como uno de los capítulos (que nunca es el único ni el más importante) de la praxis como comunicación." *

* (44)p.479

3.- LAS DIMENSIONES DEL MODELO.

"El trabajo de producción de signos desencadena fuerzas sociales y, más aún, representa una fuerza social en sí mismo. Puede producir ideología y crítica de las ideologías. Por tanto la Semiótica (como Teoría de los Códigos y Teoría de la Producción de los Signos) constituye también una forma de crítica social y, por lo tanto, una de las formas de la Praxis."*

* (46)p.472

El análisis científico de la comunicación no está exento de responsabilidades sociales. Como trabajo que busca el conocimiento de la realidad, implica un compromiso con su transformación. Las formas de asumir tal compromiso pueden variar ampliamente, de acuerdo a la ideología y los valores adoptados por el investigador. De cualquier manera, el conocimiento teórico habrá de ser la base sobre la cual pueda optar axiológicamente el profesional de la comunicación.

La utilidad de una herramienta conceptual, como el modelo propuesto en este trabajo, depende de su usuario. Pero para terminar de delinear la proposición conviene detallarla más, sugiriendo algunas "dimensiones" conceptuales que permitan concebir el modelo como guía para la investigación. Esto es, como un instrumento que no sólo describa la realidad, sino que permita profundizar en su explicación.

3.1 LAS FORMAS Y LAS FUNCIONES.

Si la comunicación se define como "el proceso que relaciona a dos o más sujetos permitiendo la evocación en común de significados de acuerdo a reglas convencionales", es evidente que esta relación puede darse en distintas formas, y para cumplir con diversos objetivos, haciendo que la comunicación desempeñe funciones específicas.

Respecto a las "formas" de la comunicación, cualquier tipología resulta inadecuada en último término, por el simple hecho de que, se aborde por un aspecto o por otro, la realidad sigue mostrándose irreductible a las clasificaciones. Sin embargo, intentaremos distinguir las formas elementales en que la relación comunicativa puede realizarse.

De acuerdo con el modelo propuesto y la teoría adoptada como fundamento, podemos distinguir en primer lugar la comunicación establecida entre emisores y receptores capaces de significar y de transmitir mensajes sobre una estructura reversible: esto es, cuando el proceso puede cambiar su "polaridad" invirtiendo los respectivos papeles de emisión y recepción. Podemos sugerir una matriz de formas de comunicación reversible, considerando la naturaleza de los medios empleados y las posibilidades de composición de los polos como variables, con ejemplos en las intersecciones:

MEDIO	NATURAL	ARTIFICIAL
Un Emisor/ Un Receptor.	Diálogo interpersonal.	Diálogo telefónico.
Un Emisor/ Múltiples receptores.	Conferencista ante un auditorio.	Encuesta por medio del <u>co</u> rreo.
Múltiples emisores/ Un receptor.	Testigos ante el Juez.	Control de navegación aérea.
Múltiples emisores/ Múltiples receptores.	Jugadores en un partido de fútbol.	Radioaficionados o Radio CB.

Por otra parte, existen también formas de comunicación unilateral en que la reversibilidad del proceso no es posible, aunque la relación establecida incluye transmisión física y significación convencio-

nal, considerándose, por tanto, verdadera comunicación. La unilateralidad puede referirse al emisor o al receptor:

EMISOR UNILATERAL	En cualquier caso de comunicación en que el receptor no tenga acceso al medio que utiliza el emisor. (Televisión).
-------------------	--

RECEPTOR UNILATERAL	En cualquier caso de interpretación significativa de señales no emitidas con intención de comunicar. (Inferencia sobre un evento natural.)
---------------------	--

Evidentemente, hay una diferencia fundamental entre la unilateralidad en la emisión y la unilateralidad en la recepción. Mientras que en la primera debe necesariamente existir un receptor (al menos) que reciba las señales transmitidas y las signifique para que se verifique la comunicación, en la segunda no es necesaria la presencia de un emisor, sino sólo de una señal; es decir, puede considerarse que el proceso tiene sólo un polo, y que al interpretar la señal como significativa es el receptor quien se comunica, en general, con el mundo externo a él.* En este caso, desde el punto de vista del receptor podemos hablar de comunicación, aunque desde el punto de vista del "mundo" debamos considerar la relación como una de información.

* (46)pp.
48-52

Sobre estas formas básicas de comunicación (reversibles y unilaterales), pueden establecerse diversas clasificaciones de acuerdo con los medios o los canales utilizados*; según la modalidad de los signos comunicados*; de acuerdo con la distancia que medie en el tiempo o en el espacio entre emisión y recepción*; o según otros criterios, entre los cuales destaca el de las funciones.

* (4)
* (45)
* (96)

- Es clásica la definición de Roman Jakobson de las "seis funciones lingüísticas"*, que se han aplicado a la comunicación en general.*
- * (41)p.383
 - * (59)p.12

FUNCION REFERENCIAL: Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Es cognoscitiva y objetiva.

FUNCION EXPRESIVA O EMOTIVA: Define las relaciones entre el emisor y el receptor mediante la expresión de un afecto subjetivo.

FUNCION CONNATIVA: Define las relaciones entre el mensaje y el receptor, conminándolo ya sea afectiva o cognoscitivamente a responder de cierta manera al mensaje.

FUNCION POETICA O ESTETICA: Relación del mensaje consigo mismo en que el enunciado, en su estructura material se considera como poseedor de un valor intrínseco.

FUNCION FATICA: Tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación, para verificar el contacto, para atraer la atención del receptor o asegurarse de que no decaiga.

FUNCION METALINGÜISTICA: Relación del mensaje con su propio código. Tiene por objeto definir el sentido de los signos empleados.

Todas estas funciones por lo general se superponen y entremezclan en el proceso comunicativo, concurriendo en el mensaje y relacionando a éste con diversos códigos, que según el caso (y las características del medio empleado), producirán diversos sentidos, esto es, diversas maneras de estructurar los significados que, a todos esos niveles, conlleva un mensaje, estructurando una serie de denotaciones y connotaciones específica.*

* (46)pp.
250-254.

3.2 LOS GRADOS Y LA EFECTIVIDAD.

En su Teoría de la Producción de los Signos, Umberto Eco distingue cuatro tipos de "trabajo físico requerido para producir la expresión" de un signo o mensaje comunicable, que pueden servir como base de una clasificación de "grados" en que la relación comunicativa implica a sus participantes. Estos cuatro tipos de actividades productoras de sentido son el reconocimiento, la ostensión, la reproducción y la invención.*

* (46)p.364

"El RECONOCIMIENTO se produce cuando un objeto o acontecimiento o un fenómeno determinado, producido por la naturaleza o por la acción humana (intencionalmente o no) y existente como un hecho en un mundo de hechos, lo entiende el destinatario como expresión de un contenido determinado, ya sea gracias a una correlación codificada anteriormente o porque el destinatario plantea directamente una posible correlación.*"

* (46)p.366

Los casos de reconocimiento toman la forma de comunicación unilateral, en que el receptor se enfrenta a señales físicas sobre las cuales desarrolla un proceso de significación. Los actos de comunicación por reconocimiento pueden fundamentarse en la significación impuesta a las huellas (por ejemplo, digitales), los síntomas (de enfermedades), y los indicios (objetos "pista" de algo).*

* (46)pp.
366-372.

"La OSTENSION se produce cuando un objeto o fenómeno determinado, producido por la naturaleza o por la acción humana (intencionalmente o no) y existente como hecho en un mundo de hechos, resulta 'seleccionado' por alguien y 'mostrado' como la expresión de la clase de objetos de que es miembro. La ostensión representa el primer nivel de significación activa y es el artificio usado en primer lugar por dos personas que no conocen la misma lengua.*"

* (46)p.373

En el caso de la comunicación por ostensión se implica una estructura reversible de relación entre emisor y receptor hasta que el contenido haya sido comprendido, pero dado que se basa en una "codificación" muy circunstancial la mayor parte de las veces, la ostensión no puede servir para comunicar un contenido complejo o profundo. El signo objeto de la ostensión puede funcionar como ejemplo (un cigarro Ra leigh puede significar "cigarros") o como muestra (un pedazo de tela para significar todo el corte) del contenido que intenta expresar.*

* (46)p.375

"En las reproducciones el tipo es diferente del espécimen. El tipo prescribe sólo las propiedades esenciales que el espécimen debe realizar para que se le considere una reproducción satisfactoria, independientemente de otras características suyas. Por consiguiente, los especímenes de un tipo poseen características individuales que son irrelevantes para los fines del juicio de reproducción, con tal de que se hayan respetado las propiedades pertinentes fijadas por el tipo."*

* (46)p.311

La mayor parte de los procesos de comunicación se realiza en base a signos producidos como reproducciones. Evidentemente, hablando de comunicación lingüística, los sonidos del "habla" reproducen las propiedades pertinentes del código o "lengua"; sin importar las variaciones individuales para ser reconocidos como "especímenes" de un "tipo". El ejemplo de la comunicación verbal muestra que las reproducciones pueden referirse a unidades combinatorias, pero la misma actividad productiva rige las estilizaciones (como los emblemas heráldicos) y los vectores (dirección hacia la que señala un dedo).*

* (46)pp.
377-388

Los niveles de significación involucrados en un acto comunicativo basado en un signo o mensaje producido por reproducción pueden ser innumerables, ya

que aquí la relación comunicativa alcanza su grado en el que se involucra la totalidad de las posibilidades de participación cultural de que disponen emisor y receptor. Es en este nivel en el que se desarrollan los actos de comunicación que, a partir de códigos, generan mensajes significativos. Entonces, el grado de involucramiento personal en la relación comunicativa no dependerá del mensaje intercambiado, sino al contrario: reversible o unilateralmente, emisor y receptor pueden decidir la profundidad o complejidad del mensaje, dependiendo de su voluntad y de las circunstancias, pero contando con un código que les permite expresar un gran número de contenidos.

"Definimos como INVENCION un modo de producción en que el productor de la función semiótica escoge un nuevo continuum material todavía no segmentado para los fines que se propone, y sugiere una nueva manera de darle forma para transformar dentro de él los elementos pertinentes de un tipo de contenido... Puesto que no existen precedentes sobre el modo de poner en correlación expresión y contenido, hay que INSTITUIR de algún modo la correlación y volverla aceptable."*

* (46)pp.
392-393

En los casos de invención el emisor crea una nueva forma de codificar (como sucede en las obras de arte) sobre la base de otras convenciones culturales, "envolviendo" el nuevo mensaje (inventado) en signos o mensajes convencionales. Así, mediante el juego de interpretaciones, el nuevo mensaje va siendo "adoptado" por los receptores, hasta llegar a su convencionalización. Estos son los casos de comunicación en que puede decirse que el receptor actúa de una manera más decisiva en la significación, y en que la comunicación de ciertos mensajes "inventados" (en cuanto a su plano de la expresión comúnmente) promueve una evolución cultural al instituir nuevos códigos o modificar los precedentes.*

* (46)pp.
435-436

Según la forma en que son producidos los mensajes, como hemos visto, existen diversos grados de participación posibles de emisores y receptores en la comunicación. Estos grados se refieren a los códigos que deben manejarse para realizar la relación, y a las formas específicas en que emisores y receptores deben significar los mensajes recurriendo de una u otra manera a los códigos. Por tanto, un acto de comunicación, además de tener una "forma" y cumplir con una "función", también debe considerarse que implica un cierto "grado" al requerir de un mayor o menor conocimiento de los códigos y un mayor o menor trabajo significativo.

Por otra parte, los actos de comunicación pueden o no lograr el establecimiento de la relación significativa entre el emisor y el receptor, y por tanto, alcanzar una mayor o menor efectividad.*

* (126)pp.
148-149

En general, puede decirse que un acto de comunicación es efectivo en la medida en que coinciden el concepto que originó la comunicación en el emisor, y el concepto resultante del proceso de interpretación del mensaje por el receptor. Para que se dé una identidad absoluta entre el mensaje emitido y el mensaje recibido, éste debe ser sumamente sencillo, rígidamente codificado, claramente expresado y transmitido, y tan convencionalizado que prácticamente sea un "lugar común", de tal manera que la significación no implique una participación muy profunda y que por tanto el sentido (denotativo y connotativo) pueda coincidir en todos sus niveles entre emisor y receptor. Por lo general, los mensajes comunicados revisten formas mucho más complejas, y es por ello que la efectividad de la comunicación varía ampliamente.

Si bien la efectividad de un proceso de comunicación puede facilitarse por medio del recurso de codificación llamado REDUNDANCIA, consistente en aumentar el número de señales componentes del plano de la expresión de un mensaje, o por la repetición del mismo mensaje, el logro de la efectividad no depende únicamente del emisor. Umberto Eco ha propuesto una idea según la cual la Semiótica (y la Teoría de la Comunicación) pueden contribuir al combate de la manipulación ideológica de los mensajes sociales:

"Si es la circunstancia la que orienta la identificación de los subcódigos gracias a los cuales escoger las posibles interpretaciones de los mensajes, debemos preguntarnos si, en lugar de cambiar los mensajes o controlar su producción, se puede cambiar su contenido actuando sobre las circunstancias en que serán recibidos.

Este es un aspecto revolucionario de la empresa semiótica, y en una era en que las comunicaciones de masas aparecen como manifestación de un 'dominio' que contribuye al control social de los mensajes, quizá siendo posible cambiar las circunstancias de recepción para cambiar las interpretaciones del destinatario. Es lo que en otras obras nuestras (*) hemos llamado la GUERRILLA SEMIOLOGICA. En oposición a una estrategia de la codificación (volver los mensajes redundantes para asegurar su interpretación unívoca de acuerdo con códigos indiscutibles), ahí tenemos la posibilidad de una táctica de la descodificación en que el mensaje en cuanto expresión no cambia, pero el destinatario redescubre su libertad de respuesta."*

* (44)p.478

* (46)p.253

3.3 LA PROFUNDIDAD Y EL ENFOQUE.

Con todo lo apuntado hasta aquí, no queda más que sintetizar explícitamente las posibilidades de aplicación del modelo que proponemos, situando la actividad social que constituye la investigación de la comunicación en el marco de la estructura social y cultural que nos envuelve.

En ese sentido, cualquier modelo del proceso de la comunicación (como cualquier herramienta científica) puede aplicarse al descubrimiento de la realidad social o a su encubrimiento, justificando ideológicamente (con apariencia de racionalidad) las situaciones analizadas. La comunicación, deliberadamente o no, ES utilizada como instrumento de poder, de dominio y de control social, convirtiéndose en una relación enajenante, en la cual el emisor determina los procesos de significación del receptor, limitando su acceso al manejo libre de los códigos culturales y por tanto, su participación activa en la vida social.*

* (82)

Por lo tanto, el estudio de la comunicación, al analizar en profundidad las formas específicas de relación, debe explicar las causas de que el proceso de comunicación se realice de ciertas maneras, en el contexto de las estructuras sociales y de la historia, para no sólo describir la realidad, sino contribuir a su transformación, "objetivizando" el conocimiento. En otras palabras, es posible realizar análisis superficiales y limitados de la comunicación para conseguir objetivos limitados y superficiales; pero sólo mediante un estudio profundo (y que considere todos los factores determinantes), podrá conocerse científicamente una realidad que nos involucra integralmente en la vida social.

Por otra parte, el estudio de la comunicación, mediante el modelo propuesto u otro cualquiera, puede enfocarse de diversas maneras, según se justifique su utilización. No puede ser lo mismo una investigación que pretenda encontrar cómo vender más eficientemente un producto comercial, que una investigación tendiente a analizar los factores que puedan facilitar una campaña masiva de alfabetización o de politización de una comunidad.

Las dimensiones de "profundidad" y de "enfoque" en la aplicación del modelo pueden contribuir a la transformación de la realidad de la comunicación al proporcionar la posibilidad de analizar la ideología de los mensajes (ocultamiento de la realidad), de una manera no ideológica, sino crítica, aunque sin pretender tampoco sobrepasar los límites del conocimiento:

"Un análisis crítico del discurso ideológico no elimina las motivaciones prácticas, materiales, del interlocutor y, por lo tanto, no cambia el mundo (no cambia las bases materiales de la vida). Únicamente puede contribuir a volverlas explícitas."*

* (46)p.468

De cualquier manera, y a modo de conclusión, la conciencia de la naturaleza del instrumento empleado para desarrollar el conocimiento debe ser clara:

"Elaborar un modelo hipotético y tentativo no excluye la confianza en el hecho de que los fenómenos concretos puestos en forma de hecho presenten las relaciones evidenciadas. Pero se puede tener confianza absoluta en la realidad de las conexiones descubiertas por un modelo estructural sin que por ello se niegue que puedan haber otras capaces de aparecer, solamente si se miran desde otro punto de vista. Ni que en el momento en que el modelo propuesto funciona operativamente, no sabré cuáles ni cuántas otras relaciones posibles ha dejado en la sombra mi operación.

Mientras fijo la realidad en modelos (y para captar lo real no puedo hacer otra cosa), sé que la realidad me presenta también y no sólo los perfiles que individualizo. El resultado de mi operación (que se realiza llevando los hechos a otro nivel de comprensibilidad y por ello enriqueciendo mi poder de captación sobre las cosas y contribuyendo así a modificar el mundo) no me ha de llevar a concluir que la realidad se reduce tan solo a aquellos perfiles."*

* (44)pp.
466-467

BIBLIOGRAFIA.

Nota: se incluyen en esta Bibliografía, además de los títulos directamente utilizados en la elaboración de este trabajo, otros más que pueden consultarse para complementarlo. Con objeto de facilitar su utilización, se ha determinado la siguiente metodología de referencia:

(35) = Numeración de acuerdo al orden alfabético de los apellidos de los autores, que remite a las citas y referencias directas en el texto.

* = El asterisco en el texto, remite a esta Bibliografía.

(1970)= La fecha entre paréntesis indica la publicación original de la obra, mientras que la fecha sin paréntesis indica la edición consultada o la fecha de la primera traducción al español.

- (1) ABRAMSON, NORMAN. Teoría de la Información y Codificación. Paraninfo, Madrid, 1976 (1974)
- (2) ALLEGRI, LUIGI et al. Cultura, Comunicación de Masas y Lucha de Clases. Nueva Imagen, México, 1978 (1976).
- (3) ALVAREZ BARAJAS, ENRIQUE et al. Ciencias de la Comunicación. UNAM, México, 1976.
- (4) ARANGUREN, JOSE LUIS L. La Comunicación Humana. McGraw Hill/Guadarrama, Madrid, 1967.
- (5) ARNHEIM, RUDOLF. Visual Thinking. University of California Press, Berkeley, 1972 (1969).
- (6) ASHBY, W.ROSS. Introducción a la Cibernética. Nueva Visión, Buenos Aires, 1977.
- (7) BARDAVIO, JOSE MARIA. La Versatilidad del Signo. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1975.
- (8) BARTHES, ROLAND. Elementos de Semiología. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, s/f (1964).
- (9) BELLERT, STANISLAS, et al. El Concepto de Información en la Ciencia Contemporánea. Siglo XXI, México, 1976.

- (10) BENEYTO, JUAN. Conocimiento de la Información. Alianza Editorial, Madrid, 1973.
- (11) BENVENISTE, EMILE. Problemas de Lingüística General I. Siglo XXI, México, 1971 (1966).
- (12) BENVENISTE, EMILE. Problemas de Lingüística General II. Siglo XXI, México, 1977.
- (13) BERLO, DAVID K. El Proceso de la Comunicación. El Ateneo, Buenos Aires, 1969 (1960).
- (14) BERNAL, JOHN D. et al. La Ciencia de la Ciencia. Grijalbo, México, 1968 (1964).
- (15) BERTALANFFY, LUDWIG VON. Teoría General de los Sistemas. Fondo de Cultura Económica, México, 1976. (1968).
- (16) BERRUTO, GAETANO. La Semántica. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (17) BERRUTO, GAETANO. La Sociolingüística. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (18) BETTETINI, GIANFRANCO. Producción Significante y Puesta en Escena. Gustavo Gili, Barcelona, 1977 (1975).
- (19) BLAKE, R.H. y HAROLDSEN, E.O. Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. Nuevo Mar, México, 1977 (1975).
- (20) BLOCK DE BEHAR, LISA. El Lenguaje de la Publicidad. Siglo XXI, México, 1973.
- (21) BORDEN, GEORGE A. An Introduction to Human Communication Theory. WM.C.Brown, Dubuque Iowa, 1971.
- (22) BOSCH GARCIA, CARLOS. La Técnica de Investigación Documental. UNAM, México, 1978.
- (23) BRADDOCK, RICHARD. An Extenssión of the Lasswell's Formula. Journal of Communication 8 (1958).
- (24) BRYSON, L. The Communication of Ideas. Harper Row, New York, 1948.
- (25) BÜHLER, MICHAEL. Esquemas de Estudio y Modelos de Comunicación. Cuadernos de Comunicación No. 10.
- (26) BUNGE, MARIO. La Ciencia. Su Método y su Filosofía. Siglo Veinte, Buenos Aires, s/f.

- (27) CARPENTER, E. y McLUHAN, M. El Aula sin Muros. LAIA, Barcelona, 1974. (1960).
- (28) CASSIRER, ERNST. Las Ciencias de la Cultura. Fondo de Cultura Económica, México, 1951, (1942).
- (29) CASTILLA DEL PINO, CARLOS. La Incomunicación. Península, Barcelona, 1970.
- (30) CHERRY, COLIN. On Human Communication. M.I.T. Press, Cambridge, 1957.
- (31) CHOMSKY, NOAM. Estructuras Sintácticas. Siglo XXI, México, 1974 (1957).
- (32) CHOMSKY, N. y MILLER, G. El Análisis Formal de los Lenguajes Naturales. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, s/f.
- (33) CIESPAL. Documento sobre Modelos de Comunicación. Quito, 1969.
- (34) CLOUTHIER, JEAN. La Communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self media ou l'ère d'emerec. Presses Universitaires, Montreal 1973.
- (35) COMUNICACION Y CULTURA No. 6. "El Imperialismo Cultural." Nueva Imagen, México, Feb. 1979.
- (36) CUADERNOS DE COMUNICACION 48/49. "La Comunicología: raíces y teoría de una nueva ciencia!" México, Jun/Jul. 1979.
- (37) DeFLEUR, MELVIN L. Teorías de la Comunicación Masiva. Paidós, Buenos Aires, s/f. (1966).
- (38) DEUTSCH, KARL W. Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos. Paidós, Buenos Aires, 1969. (1966).
- (39) DIAZ GUERRERO, ROGELIO et al. Investigación Formativa de Plaza Sésamo. Trillas, México 1975.
- (40) DORRA, R. y SEBILLA, C. Guía de Procedimientos y Recursos para Técnicas de Investigación. Trillas/ANUIES, México, 1977.
- (41) DUCROT, O. y TODOROV, T. Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje. Siglo XXI, México, 1974. (1972).
- (42) ECO, UMBERTO. Indagación Semiológica del Mensaje televisivo. Cuadernos de Comunicación No. 36.

- (43) ECO, UMBERTO. Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Lumen, Barcelona, 1968. (1965).
- (44) ECO, UMBERTO. La Estructura Ausente. Introducción a la Semiótica. Lumen, Barcelona, 1972 (1968).
- (45) ECO, UMBERTO. Signo. Labor, Barcelona, 1976 (73)
- (46) ECO, UMBERTO. Tratado de Semiótica General. Nueva Imagen, México, 1978 (1976).
- (47) ESTEVA, GUSTAVO. El Estado y la Comunicación. Nueva Política, México, 1979.
- (48) FERNANDEZ FONT, JORGE. Notas para una Semiótica Explicativa. Cuadernos de Comunicación 48/49.
- (49) FLAMENT, CLAUDE. Redes de Comunicación y Estructuras de Grupo. Nueva Visión, Buenos Aires, 1977 (1965).
- (50) GARRONI, EMILIO. Proyecto de Semiótica. Gustavo Gili, Barcelona, s/f (1972).
- (51) GARRONI, EMILIO. Re-Conocimiento de la Semiótica. Concepto, México, 1979. (1977).
- (52) GARVIN, P.L. y LASTRA DE S., Y. Antología de Estudios de Etnolingüística y Sociolingüística. UNAM, México, 1974.
- (53) GARZA MERCADO, ARIO. Manual de Técnicas de Investigación. El Colegio de México, México, 1970.
- (54) GARZA CUARON, BEATRIZ. La Connotación: problemas del significado. El Colegio de México, México, 1978.
- (55) GIACOMANTONIO, MARCELLO. La Enseñanza Audiovisual. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- (56) GODED, JAIME. Antología sobre la Comunicación Humana. UNAM, México, 1976.
- (57) GODED, JAIME. Los Medios de la Comunicación Colectiva. UNAM, México, 1976.
- (58) GOLDMANN, LUCIEN. Marxismo, Dialéctica y Estructuralismo. Calden, Buenos Aires, 1968.

- (59) GUIRAUD, PIERRE. La Semiología. Siglo XXI, Buenos Aires, 1972.
- (60) GUTIERREZ VEGA, HUGO. Información y Sociedad. Fondo de Cultura Económica, México, 1972.
- (61) HALL, EDWARD T. La Dimensión Oculta. Siglo XXI, México, 1972 (1966).
- (62) HALL, EDWARD T. Más allá de la Cultura. Gustavo Gili, Barcelona, 1978 (1976).
- (63) HARNECKER, MARTA. Los conceptos elementales del Materialismo Histórico. Siglo XXI, México 1969.
- (64) HUND, WULF D. Comunicación y Sociedad. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1972 (1970).
- (65) JAKOBSON, ROMAN. Ojeada al desarrollo de la Semiótica. Plural 48 y 49, México, Sep. y Oct. 1975. (1974).
- (66) KATZ, J.J. y FODOR, J.A. La Estructura de una Teoría Semántica. Siglo XXI, México, 1976. (64)
- (67) KLIR, GEORGE J. (Comp) Tendencias de la Teoría General de los Sistemas. Alianza Universidad, Madrid, 1978. (1972).
- (68) KÖHLER, WOLFGANG. Gestalt Psychology. Mentor, New York, s/f (1947).
- (69) KUHN, THOMAS S. The Structure of Scientific Revolutions. University of Chicago Press, Chicago, 1962.
- (70) LEACH, EDMUND. Cultura y Comunicación. La Lógica de la Conexión de los Símbolos. Siglo XXI, Madrid, 1978 (1976).
- (71) LEROY, MAURICE. Las grandes corrientes de la Lingüística. Fondo de Cultura Económica, México, 1969 (1964).
- (72) LEVY-VALENSI, ELIANE AMADO. La Comunicación. Marfil, Alcoy, 1968.
- (73) LOPEZ CANO, JOSE LUIS. Método e Hipótesis Científicos. Trillas/ANUIES, México, 1979.
- (74) MALETZKE, GERHARD. Psicología de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1972.

- (75) MALMBERG, BERTIL. Los Nuevos Caminos de la Lingüística. Siglo XXI, México, 1977.
- (76) MALMBERG, BERTIL. Teoría de los Signos. Siglo XXI, México, 1977 (1973).
- (77) MALTESE, CORRADO. Semiología del Mensaje Objetual. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1972 (1970).
- (78) MARCUSE, HERBERT. El Hombre Unidimensional. Joaquín Mortiz, México, 1968 (1964).
- (79) MARTIN BARBERO, JESUS. Comunicación Masiva: Discurso y Poder. CIESPAL, Quito, 1978.
- (80) MARTIN, M.A. y GUARDIA, G.S. Comunicación audiovisual y Educación. Anaya, Salamanca, 1976.
- (81) MATTELART, ARMAND. Agresión desde el Espacio. Siglo XXI, México, 1972.
- (82) MATTELART, ARMAND. La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación. Siglo XXI, México, 1973.
- (83) MATTELART, ARMAND. La Cultura como Empresa Multinacional. Era, México, 1974.
- (84) MATTELART, ARMAND. Multinacionales y Sistemas de Comunicación. Siglo XXI, México, 1977.
- (85) MAUTHNER, FRITZ. Contribuciones a una Crítica del Lenguaje. Juan Pablos, México, 1976.
- (86) McLUHAN, MARSHALL. The Gutenberg Galaxy. Mentor, New York, 1962.
- (87) McLUHAN, MARSHALL. Understanding Media: the extensions of Man. Signet, New York, 1964.
- (88) McLUHAN, M. y FIORE, Q. The Medium is the Massage. Bantam, New York, 1967.
- (89) McQUAIL, DENNIS. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Paidós, Buenos Aires, s/f (1969).
- (90) MENDOZA, J./OBREGON, C./MADERO, G. Introducción al Estudio de la Comunicación. Signo, ITESO, Guadalajara, 1977.
- (91) MENENDEZ, ANTONIO. Comunicación Social y Desarrollo. UNAM, México, 1972.
- (92) MILLER, GEORGE A. Psicología de la Comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1973 (1967).

- (93) MOLES, ABRAHAM A. Sociodinamique de la Culture. Mouton, Paris/La Haya, 1967.
- (94) MOLES, ABRAHAM A. Teoría de la Información y Percepción Estética. Jucar, Madrid, 1975.
- (95) MORAGAS, MIQUEL DE (Comp) Sociología de la Comunicación de Masas. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- (96) MOLES, ABRAHAM A. et al. La Comunicación y los Mass Media. Diccionarios del Saber Moderno, Bilbao, 1975 (1971).
- (97) MORRIS, CHARLES W. Signs, Language and Behaviour. George Braziller, New York, 1946.
- (98) NIXON, RAYMOND B. Investigaciones sobre Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1968.
- (99) NOVACK, GEORGE. La Teoría Marxista de la Alienación. Fontamara, Barcelona, 1979 (1974).
- (100) OGDEN, C.K. y RICHARDS, I.A. El Significado del Significado. Paidós, Buenos Aires, 1954. (1923).
- (101) ORTEGA Y GASSET, JOSE. Misión de la Universidad. Revista de Occidente, Madrid, s/f.
- (102) PACKARD, VANCE. The Hidden Persuaders. Pelikan, England, 1957.
- (103) PALMER, F.R. La Semántica. Siglo XXI, México, 1978 (1976).
- (104) PAOLI, J. ANTONIO. Comunicación. Edicol, México, 1977.
- (105) PARDINAS, FELIPE. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Siglo XXI, México, 1969.
- (106) PARDINAS, FELIPE. Manual de Comunicación Social. Edicol, México, 1978.
- (107) PASQUALI, ANTONIO. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Avila, Caracas, 1976.
- (108) PIAGET, JEAN. Psicología de la Inteligencia. Psiqué, Buenos Aires, 1971.
- (109) PIAGET, JEAN. La Formación del Símbolo en el Niño. Fondo de Cultura Económica, México, 1961 (1959).

- (110) PIAGET, JEAN. Psicología, Lógica Y Comunicación. Nueva Visión, Buenos Aires, 1970.
- (111) PIAGET, JEAN. Introducción a la Psicolingüística. Proteo, Buenos Aires, 1969.(1967).
- (112) PIAGET, JEAN. Structuralism. Harper Torch, New York, 1970 (1968).
- (113) PIAGET, JEAN. Psicología y Epistemología. Ariel, Barcelona, 1971 (1970).
- (114) PIAGET, JEAN. La Equilibración de las Estructuras Cognitivas. Siglo XXI, Madrid, 1978.
- (115) PIAGET, JEAN. Epistemología de las Ciencias Humanas. Proteo, Buenos Aires, 1972.
- (116) PIERCE, JOHN R. Símbolos, Señales y Ruido. Revista de Occidente, Madrid, 1962.
- (117) PIGNATARI, DECIO. Información, Lenguaje, Comunicación. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.(73)
- (118) PRIETO, LUIS J. Mensajes y Señales. Seix-Barral, Barcelona, 1967 (1966).
- (119) PRIETO, LUIS J. Estudios de Lingüística y Semiología Generales. Nueva Imagen, México, 1977 (1975).
- (120) PRIETO, LUIS J. Pertinencia y Práctica. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- (121) ROMERO RUBIO, ANDRES. Teoría General de la Información y de la Comunicación. Pirámide, Madrid, s/f.
- (122) ROSENBLUETH, ARTURO. Mente y Cerebro. Una Filosofía de la Ciencia. Siglo XXI, México, 1970.
- (123) ROSENBLUETH, ARTURO. El Método Científico. Prensa Médica Mexicana/CIEA IPN, México, 1971.
- (124) ROSENTHAL, M. Qué es la Teoría Marxista del Conocimiento. Ediciones Quinto Sol, s/f.
- (125) ROSSI-LANDI, FERRUCCIO. Semiótica y Estética. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.
- (126) SALOMON, GAVRIEL. Lo que se aprende y cómo se enseña. Revista de Tecnología Educativa, Vol. 2, No.2, 1976.
- (127) SAUSSURE, FERDINAND DE. Curso de Lingüística General. Losada, Buenos Aires, 1975, (1916).

- (128) SCHAFF, ADAM. Introducción a la Semántica. Fondo de Cultura Económica, México, 1969 (1962).
- (129) SCHAFF, ADAM. Lenguaje y Conocimiento. Grijalbo, México, 1967 (1964).
- (130) SCHRAMM, WILBUR. Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1969, (1954).
- (131) SCHRAMM, WILBUR. La Ciencia de la Comunicación Humana. Roble, México, 1966 (1963).
- (132) SCIENTIFIC AMERICAN. "Communication", September, 1972.
- (133) SERENO, K.K. y MORTENSEN, C.D. Foundations of Communication Theory. Harper Row, New York, 1970.
- (134) SHANNON, C.E. y WEAVER, W. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press, Urbana, 1949.
- (135) SHAPIRO, HARRY L. Hombre, Cultura y Sociedad. Fondo de Cultura Económica, México, 1975.
- (136) SILVA, LUDOVICO. Teoría y Práctica de la Ideología. Nuestro Tiempo, México, 1971.
- (137) SINGH, JAGJIT. Teoría de la Información, del Lenguaje y de la Cibernética. Alianza Universidad, Madrid, 1972 (1966).
- (138) SMITH, ALFRED G. (Comp) Comunicación y Cultura. TRES TOMOS. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976-77, (1966).
- (139) STATI, SORIN. La Sintaxis. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (140) STEWART, DANIEL K. Psicología de la Comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1970 (1968).
- (141) SZILASI, WILHELM. ¿Qué es la Ciencia? Fondo de Cultura Económica, México, 1949 (1945).
- (142) TAUFIC, CAMILO. Periodismo y Lucha de Clases. La Información como forma del Poder Político. Nueva Imagen, México, 1978.
- (143) THAYER, LEE. Comunicación y Sistemas de Comunicación. Península, Barcelona, 1975 (1968).
- (144) VERON, ELISEO (Comp) Lenguaje y Comunicación Social. Nueva Visión, Buenos Aires, 1969.

- (145) VERON, ELISEO. Conducta, Estructura y Comunicación. Jorge Alvarez, Buenos Aires, 1968.
- (146) VYGOTSKY, LEV S. Pensamiento y Lenguaje. La Pléyade, Buenos Aires, 1977 (1934).
- (147) WALLON, HENRI. Del acto al pensamiento. Psiqué, Buenos Aires, 1974.
- (148) WATZLAWICK, BEAVIN & JACKSON. Teoría de la Comunicación Humana. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971, (1967).
- (149) WIENER, NORBERT. Cybernetics or Control and Communication in the animal and the machine. M.I.T. Press, Cambridge, 1961 (1948).
- (150) WIENER, NORBERT. The Human Use of Human Beings. Avon, New York, 1950.
- (151) WRIGHT, CHARLES R. Comunicación de Masas. Paidós, Buenos Aires, 1976.
- (152) YOUNGBLOOD, GENE. Expanded Cinema. E.P. Dutton, New York, 1970.
- (153) YUREN CAMARENA, MARIA TERESA. Leyes, Teorías y Modelos. Trillas/ANUIES, México, 1979.
- (154) 6° SEMINARIO DE COMUNICACION. Universidad Anáhuac, México, D.F., Octubre de 1979. (Grabaciones magnetofónicas).