

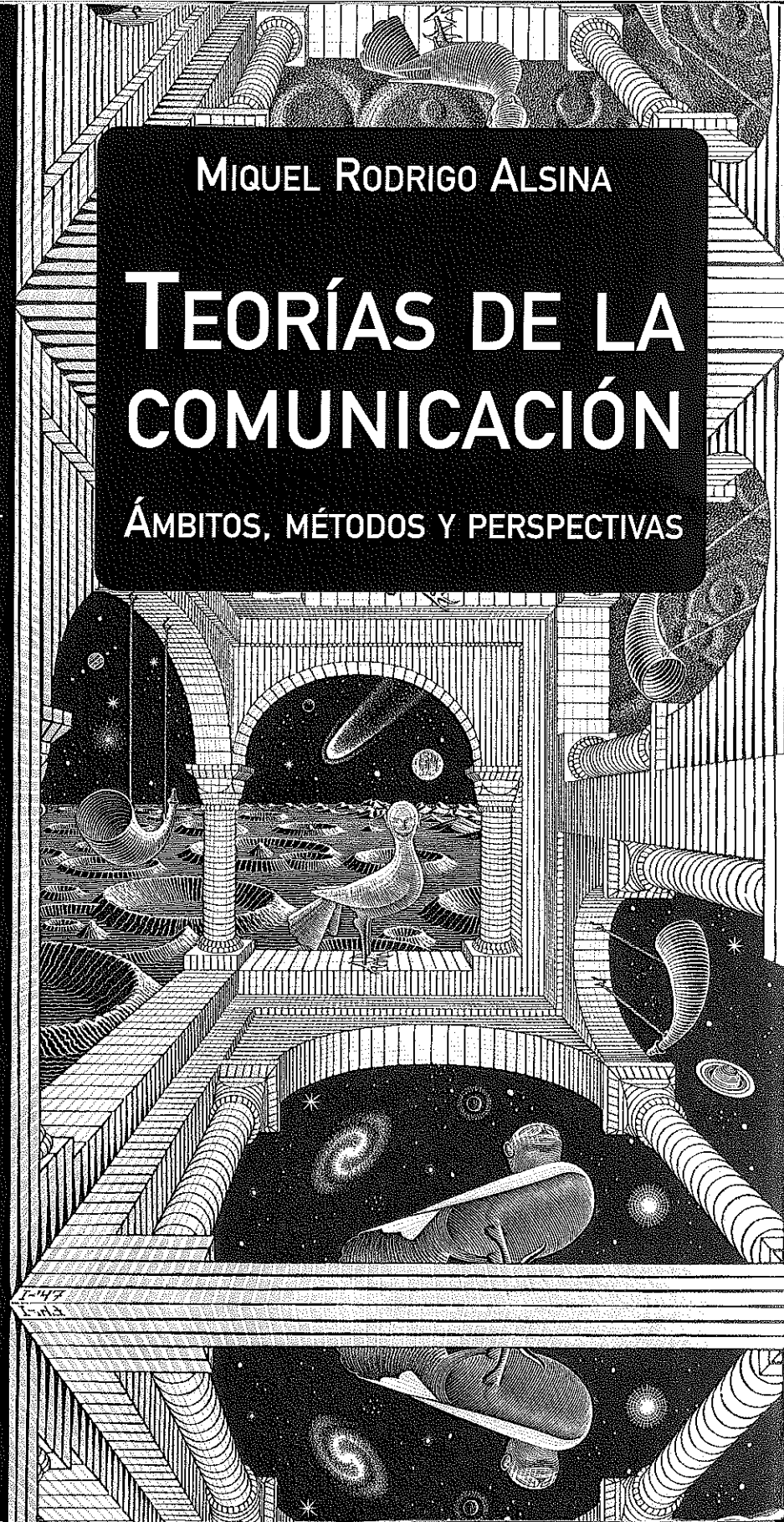


Universitat Autònoma de Barcelona · Universitat Jaume I · Universitat Pompeu Fabra · Universitat de València

MIQUEL RODRIGO ALSINA

# TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

ÁMBITOS, MÉTODOS Y PERSPECTIVAS



# TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN: ÁMBITOS, MÉTODOS Y PERSPECTIVAS

MIQUEL RODRIGO ALSINA

**Consell de direcció**

**Direcció científica**

Jordi Berrio  
Martí Domínguez  
Vicent Salvador  
Enric Saperas

**Direcció tècnica**

Carlos Alonso  
Joan Brunet  
M. Carme Pinyana  
Maite Simon

**Consell assessor**

Lluís Badia  
Vicente Benet  
Raúl Fuentes  
Josep Lluís Gómez Mompert  
Dominique Maingueneau  
Carlo Marletti  
Jesús Martín Barbero  
Isabel Martínez Benlloch  
Jordi Pericot  
Sebastià Serrano  
Antoni Tordera

Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions  
Publicacions de la Universitat Jaume I  
Universitat Pompeu Fabra  
Publicacions de la Universitat de València  
Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona; València, 2001



BIBLIOTECA DE LA UNIVERSITAT JAUME I. Dades catalogàfiques

**RODRIGO ALSINA, Miquel**

Teorías de la comunicación : ámbitos, métodos y perspectivas / Miquel Rodrigo Alsina. — València : Universitat de València ; Castelló de la Plana : Publicacions de la Universitat Jaume I ; Barcelona : Universitat Pompeu Fabra ; Bellaterra : Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, D.L. 2001

236 p. ; 24 cm. —

(Aldea global ; 11)

Bibliografia

ISBN 84-370-5133-9 (U. de València) .

ISBN 84-8021-347-7 (U. Jaume I).

ISBN 84-88042-35-3 (U. Pompeu Fabra).

ISBN 84-490-2194-4 (U. Autònoma)

I. Comunicació social. I. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions, ed. II. Universitat Jaume I (Castelló). Publicacions de la Universitat Jaume I, ed. III. Universitat Pompeu Fabra, ed. IV. Universitat de València, ed. V. Títol. VI. Sèrie  
316.77

**Edició**

Universitat Autònoma de Barcelona  
Servei de Publicacions  
08193 Bellaterra (Barcelona)  
sp@cc.uab.es  
ISBN 84-490-2194-4

Publicacions de la Universitat Jaume I  
Campus del Riu Sec  
12071 Castelló de la Plana  
publicacions@uji.es  
ISBN 84-8021-347-7

Universitat Pompeu Fabra  
Plaça de la Mercè, 12  
08002 Barcelona  
gabinet.rectorat@grup.upf.es  
ISBN 84-88042-35-3

Universitat de València  
Servei de Publicacions  
Carrer del Batxiller, 1-1  
46010 València  
publicacions@uv.es  
ISBN 84-370-5133-9

Primera edició: novembre de 2001

**Il·lustració de la coberta**

M.C. Escher's "Other World"  
© 2001 Cordon Art B.V. - Baarn - Holland  
All rights reserved

**Maquetació**

INO Reproducciones, S.A.

**Impressió**

INO Reproducciones, S.A.  
Ctra. de Castellón, km 3,800  
Pol. Miguel Servet - Nave 13  
50013 Zaragoza

Dipòsit legal: Z-2.442-2001

Imprès en paper ecològic



Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni totalment ni parcialment, ni enregistrada en, o transmesa per, un sistema de recuperació d'informació, en cap forma ni per cap mitjà, sia fotomecànic, fotoquímic, electrònic, per fotocòpia o per qualsevol altre, sense el permís previ dels editors.

*En los orificios de la nariz  
del Gran Buda  
anidan un par de golondrinas.*

ISSA

# Índice

INTRODUCCIÓN .....	11
<b>CAPÍTULO I. El objeto de estudio de las teorías de la comunicación</b> .....	17
Introducción .....	17
1. Las dificultades de delimitación del objeto de estudio .....	18
1.1. Introducción .....	18
1.2. El espíritu de la época .....	19
1.3. La comunicación en la sociedad de la información .....	23
1.4. Aproximación histórica .....	38
1.5. Aproximación doctrinal .....	40
1.6. La comunicación humana .....	44
2. El campo de estudio de las teorías de la comunicación .....	48
2.1. Introducción .....	48
2.2. El campo de la investigación .....	48
2.3. El campo de estudio a partir del objeto .....	51
2.4. El concepto de comunicación de masas .....	57
3. Las sinergias comunicativas .....	62
3.1. Introducción .....	62
3.2. Las emociones en la comunicación .....	63
3.3. La comunicación intercultural .....	68
3.4. La identidad cultural .....	72
4. La situación de la investigación en comunicación .....	79
4.1. Introducción .....	79
4.2. La investigación en los Estados Unidos .....	81
4.3. La investigación en Europa .....	94
4.4. La investigación en España .....	109
4.5. La investigación en Catalunya .....	114
4.6. Los retos actuales de la investigación .....	118
<b>CAPÍTULO II. Las teorías de la comunicación en el marco de las ciencias sociales</b> .....	123
Introducción .....	123
1. Los fundamentos epistemológicos .....	124
1.1. Introducción .....	124
1.2. La epistemología clásica .....	125
1.3. Las bases epistemológicas de las teorías de la comunicación .....	134
1.4. La epistemología actual .....	136

Fragmento de la realidad, 112



2. Las bases metodológicas .....	146
2.1. Introducción.....	146
2.2. Concepto y características del método .....	146
2.3. Los métodos en las ciencias sociales.....	148
2.4. La evolución metodológica en las teorías de la comunicación.....	153
2.5. Las opciones metodológicas.....	156
<b>CAPÍTULO III. Las perspectivas de las teorías de la comunicación .....</b>	<b>161</b>
Introducción .....	161
1. La perspectiva interpretativa .....	163
1.1. La Escuela de Palo Alto .....	164
1.2. El interaccionismo simbólico .....	167
1.3. Erving Goffman .....	171
1.4. El construccionismo .....	174
1.5. La etnometodología .....	180
2. La perspectiva funcionalista .....	182
2.1. Los orígenes .....	183
2.2. Los principios .....	185
2.3. Las funciones de la comunicación de masas .....	187
2.4. Las críticas al funcionalismo .....	193
3. La perspectiva crítica .....	194
3.1. La Escuela de Fráncfort .....	195
3.2. La economía política .....	201
3.3. Los estudios culturales .....	204
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>209</b>
<b>ÍNDICE DE AUTORES .....</b>	<b>225</b>
<b>ÍNDICE TEMÁTICO .....</b>	<b>229</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS .....</b>	<b>235</b>

## Introducción

Toda disciplina es una geografía a explorar en la que los estudiosos e investigadores se afanan por ir descubriendo y relatando. Mediante sus relatos permiten que los que les seguirán puedan avanzar con mayor rapidez y seguridad. Valbuena (1997 a) apunta que «hay unas disciplinas-mapas, que deben orientar la actividad de los estudiantes durante la carrera: precisamente, las que llevan el nombre de *Teoría: Teoría de la Comunicación, Teoría General de la Publicidad, Teoría General de la Imagen y Teoría de la Información*». Parafraseando a Valbuena (1997 b: 17), quisiera decir que he concebido este libro como un mapa que ayude a reconocer el territorio de las teorías de la comunicación.

Las Teorías de la Comunicación, con ésta u otras denominaciones, tienen una tradición en nuestro país de más de un cuarto de siglo. Cuando Miquel de Moragas, en 1981, publicó *Teorías de la Comunicación* y Ángel Benito, en 1982, *Fundamentos de Teoría General de la Información* se pusieron unos sólidos fundamentos para nuestra disciplina. Ha sido este trabajo fundacional y los siguientes estudios los que han consolidado el estatuto científico y académico de las teorías de la comunicación. Como afirma Saperas (1998: 94) «los especialistas en el estudio de la comunicación de masa desarrollan su labor en un campo temático específico plenamente legitimado en el mundo académico actual».

Sin embargo, la consolidación no significa petrificación. Todo lo contrario, las teorías de la comunicación constituyen una disciplina extremadamente viva, en evolución y en discusión permanente. Como señala Valbuena (1997 a) «Un peligro que acecha constantemente a los profesores es quedarse encerrados dentro de las Universidades, aislados del mundo real. Incluso, algunos pueden caer en un autismo científico, quedándose encerrados dentro de su asignatura. Por eso, una teoría no resulta pragmáticamente consolidada si no es sometida a crítica, polémica, debate... Las ideas que no son sometidas a los *dialogismos* acaban convirtiéndose en blandas, si se me permite el adjetivo. Es decir, no informan la actividad de los estudiantes. Si algún sentido tienen las jornadas, simposios, congresos, seminarios y demás modalidades, es facilitar el intercambio de ideas o, como decían los medievales, permiten «cuestiones disputadas». Igualmente, saber en qué están trabajando los compañeros y ajustar los contenidos para no solaparlos, es una actividad científica en el eje pragmático».

Por esto, no deben orillarse las «cuestiones disputadas» que se den en la disciplina. Una de ellas es las características epistemológicas de las teorías de la comunicación. Es evidente que la denominación que se dé a la disciplina ya nos indicará cuál es la tendencia que se apunta. Por mi parte, seguiré hablando de Teorías de la Comunicación porque ésta es la opción que los profesores e investigadores de la Universitat Autònoma de Barcelona hemos venido desarrollando (Moragas, 1981: 18-23). Como afirma Moragas (1976: 6) «Los investigadores de la comunicación de masas, y no precisamente por casualidad, han llegado a este objeto de estudio partiendo de distintas disciplinas: psicólogos, sociólogos, lingüistas, semiólogos, antropólogos. La capacidad de progreso de cualquier estructura académica que se ocupe de la comunicación de ma-

Cuadro 12. Ventajas y limitaciones de las técnicas de investigación

Técnicas	Ventajas	Limitaciones
<b>Trabajo de campo</b>	Información rica y profunda Permite una estrategia de investigación flexible Se aproxima a la vida cotidiana	Sólo se pueden estudiar grupos o comunidades pequeñas Dificultad para generalizar
<b>Encuestas</b>	Posibilidad de investigar grupos amplios Permite la cuantificación y comparación de las respuestas Facilita el análisis de la información	La información obtenida puede ser superficial Se desdibujan los matices diferenciales Los encuestados pueden no contestar lo que realmente piensan Falta de flexibilidad para adaptarse a los sujetos
<b>Experimentos de laboratorio</b>	El investigador controla la influencia de las variables específicas Fácil replicación Permiten una fácil generalización Se busca la predicción	Muchos aspectos de la vida no pueden estudiarse en el laboratorio Difícil extrapolación a un contexto real Las respuestas de los individuos pueden verse afectadas por el experimento (efecto Heisenberg)
<b>Historias de vida</b>	Da mucha información y profunda Permite estudiar la evolución de actitudes y creencias Se aproxima a la vida cotidiana	Depende de los recuerdos de las personas analizadas El sujeto analizado puede tergiversar la información que da
<b>Análisis de contenido</b>	Se pueden estudiar corpus amplios La replicación es sencilla La cuantificación permite la comparación	No profundiza en la creación de sentido No tiene en cuenta las distintas estructuras discursivas
<b>Análisis discursivo</b>	Análisis profundo de los discursos Permite analizar distintos niveles discursivos	El corpus suele ser de dimensiones reducidas Requiere un estudio detallado de la técnica
<b>Grupos de discusión</b>	Da información profunda sobre la vida real Es una técnica flexible y estimulante Posee gran validez subjetiva Ofrece resultados rápidos	Permite menor control que las historias de vida El análisis de la información puede ser difícil Los entrevistadores precisan de una buena formación para dirigir la discusión
<b>Método Delphi</b>	Elimina la influencia directa del grupo Riqueza de puntos de vistas diferentes	Según el tema la calidad del cuestionario es difícil A mayor número de rondas se da un mayor consenso

## Capítulo III. Las perspectivas de las teorías de la comunicación

### Introducción

No todos los autores coinciden, exactamente, a la hora de señalar cuáles son las fuentes de las teorías de la comunicación. Por fuentes entiendo aquellas corrientes que alimentarían de contenido teórico a las teorías de la comunicación, cada una desde su perspectiva. Veamos algunos ejemplos:

Attallah (1991) recoge la escuela funcionalista (en la que incluye a la Escuela de Palo Alto) y las teorías críticas (la Escuela de Fráncfort, Habermas y la semiótica estructuralista).

Saperas (1992 *a*), aunque puntualiza que se trata de tres vías de acceso a la sociología de la comunicación de masas, recoge el interaccionismo simbólico, el funcionalismo y la teoría crítica.

Montero (1994), que se aproxima a la propuesta de Saperas, hace la siguiente tríada: el paradigma funcionalista, la perspectiva interpretativa y la perspectiva marxista. Sin embargo, estos dos últimos autores no coinciden en la selección de las teorías de estas tres corrientes. Saperas en el interaccionismo simbólico trata básicamente a tres autores: Walter Lippmann, Robert Ezra Park y Erving Goffman; mientras que Montero (1994) en la perspectiva interpretativa se centra en el constructivismo y, en menor medida, en la etnometodología. En relación con el funcionalismo hay mayor coincidencia entre ambos, aunque Saperas introduce el funcionalismo sistémico de Luhmann. Por lo que respecta a la teoría crítica vuelve a haber diferencias entre ambos. Saperas selecciona la Escuela de Fráncfort y a Habermas. Por su parte, Montero, dentro de la perspectiva marxista, incluye los estudios de economía política de la comunicación, los estudios culturales de la Escuela de Birmingham y los estudios críticos norteamericanos sobre los medios.

Laramée y Vallée (1991) consideran que los cuatro paradigmas dominantes en la comunicación son el cibernético, el behaviorista, el funcionalista y el interpretativo. Para Laramée y Vallée (1991: 68-73) las características de cada uno de estos paradigmas son las siguientes:

*El paradigma cibernético* estudia la comunicación y el control en las máquinas y en los seres humanos. La cibernética puede ser concebida como la ciencia de los sistemas. En su estudio de los sistemas, que en nuestro ámbito podría corresponder, por ejemplo, a la comunicación organizacional, se interesa por la autoregulación del sistema que busca el equilibrio del mismo mediante la retroalimentación.

*El paradigma behaviorista* sigue el modelo de Estímulo-Respuesta, de acuerdo con el cual a todo estímulo le corresponde una respuesta apropiada y previsible. Apli-



cada a los estudios de comunicación este paradigma tiene como objeto los efectos de los medios de comunicación de masas.

*El paradigma funcionalista* describe a la sociedad como un todo organizado en el que cada elemento se explica por la función que cumple. Por consiguiente, se trata de descubrir cuáles son las funciones de los medios de comunicación.

*El paradigma interpretativo* concibe a la sociedad como una construcción social, a partir de los consensos sobre la interpretación de la realidad que hacen los sujetos. Por lo que respecta a la comunicación le interesa estudiar las historias, los mitos, los ritos, los conflictos y los sistemas simbólicos culturales.

Por último Armand y Michèle Mattelart (1997) en su compendio de la historia de las teorías de la comunicación recogen el empirismo norteamericano (Escuela de Chicago y *Mass Communication Research*), la teoría de la información (teoría matemática de la comunicación y la Escuela de Palo Alto), la teoría crítica (la Escuela de Fráncfort), el estructuralismo (la semiología, Althusser y Foucault), los estudios culturales británicos, la economía política (la comunicación internacional y la sociedad de la información), el estudio de lo cotidiano (el movimiento intersubjetivo —etnometodología, interaccionismo simbólico, Habermas— y la etnografía de las audiencias) y, finalmente, las corrientes que fundamentan la sociedad red tecnológica de fin de siglo. Como puede apreciarse, estos autores hacen un buen resumen de las teorías, pero no nos encontramos ante una clasificación sistemática.

No sólo hay discrepancias en la selección de las fuentes sino, también, en la adscripción de las distintas corrientes a dichas fuentes. Pero tampoco sería justo dar la impresión de que se produce un gran desacuerdo entre los distintos autores. En primer lugar, son lógicas estas diferencias porque, como ya he apuntado, algunas de estas corrientes o autores son de difícil encuadramiento. Un ejemplo, los estudios culturales podrían estar tanto dentro de la teoría crítica como dentro de la sociología interpretativa. Otro ejemplo, Goffman es un autor que se resiste a ser encasillado y que podría estar tanto en el interaccionismo simbólico como en la Escuela de Palo Alto. Si aceptamos que, en la actualidad, el trabajo intelectual no se desarrolla inscrito en un solo paradigma, comprenderemos que la clasificación de un autor se torna harto difícil. En segundo lugar, a pesar de las diferencias, considero que básicamente son tres las principales fuentes teóricas de las teorías de la comunicación: la perspectiva interpretativa, la funcionalista y la crítica. En esto coincido con Saperas (1991) y Montero (1994). Sin embargo, dentro de estas etiquetas me voy a permitir introducir corrientes que ellos no mencionan. También hay que decir que no he pretendido hacer una clasificación científica propiamente dicha. Se trata de una división con fines básicamente expositivos. Para hacer una investigación metateórica rigurosa deberíamos ir autor por autor para ver las múltiples influencias que ha recibido. Así, seguramente veríamos la dificultad de situar en una sola perspectiva a determinados autores.

A la hora de poner una etiqueta a esta división, he utilizado el término «perspectiva». Aquí tampoco hay acuerdo entre los autores. Mientras que Saperas (1992 a) habla de «vías», Attallah (1991: 25-32) justifica su distinción en «escuelas» de comunicación a partir del objeto de estudio, de un problema de investigación común, de estrategias de investigación comunes y de un ámbito institucional (real o virtual). Por su parte Montero (1994) prefiere no unificar la terminología. Así habla del «paradigma» funcionalista y de las «perspectivas» interpretativa y marxista. Es posible que esta autora tenga razón y que el funcionalismo se podría considerar un paradigma, pe-

ro seguro que también es una perspectiva, porque este término es mucho más amplio que el de paradigma. En cambio, el término «vía» lo encuentro quizás demasiado amplio. En la perspectiva hay, como mínimo, una aproximación semejante a un objeto de estudio parecido y una similar concepción de la comunicación dentro de la sociedad. Sin embargo, no creo que sea necesario dedicar mucha atención a esta discusión terminológica. La situación real de la investigación desborda estas circunscripciones. Finalmente, mi propuesta se concreta en tres perspectivas: la perspectiva interpretativa, la perspectiva funcionalista y la perspectiva crítica.

En cada uno de los apartados especificaré el contenido de cada perspectiva. Pero antes deberíamos justificar algunas ausencias que pudieran parecer significativas. Por lo que respecta al conductismo he de decir que, a pesar de que inspiró a las primeras teorías sobre los medios de comunicación, no ha sido un paradigma que haya tenido una gran incidencia en las actuales teorías de la comunicación. El paradigma cibernético tuvo, y sigue teniendo, una notable incidencia en los estudios de comunicación. Por un lado, a partir de una aproximación sistémica, ya sea de Habermas o de Luhmann, que tiene conexiones tanto con la perspectiva crítica como con la funcionalista. Por otro lado, hay toda una serie de estudios sobre la sociedad de la información que no tienen apenas ningún contacto con la teoría matemática de la comunicación. Dicha teoría, a mediados del siglo XX, tuvo su indudable importancia para la constitución científica de las teorías de la comunicación. En la actualidad, aunque puede aportar algunos conceptos interesantes, como por ejemplo el de homeostasis, no tiene un peso determinante en nuestra disciplina. Por último, no he incluido a la semiótica porque creo que se trata más de un método de análisis que de una perspectiva, tal y como la he definido.

Una última advertencia es que he hecho, simplemente, una presentación de cada perspectiva. No he pretendido hacer una relación exhaustiva, ni mucho menos, de todos los autores importantes que se deberían incluir en un estudio pormenorizado de cada una de ellas. El objetivo de las siguientes páginas es mostrar las características más destacadas de cada perspectiva. Inevitablemente, esto nos lleva a citar determinados autores, pero el objetivo es, sobre todo, mostrar las principales ideas y teorías de cada perspectiva. Por este motivo me he apoyado tanto en autores propios de cada perspectiva como en manuales recopilatorios. Estos últimos son importantes porque te aportan una visión rigurosa y general de cada perspectiva en concreto.

### 1. La perspectiva interpretativa

En la perspectiva interpretativa he seleccionado la Escuela de Palo Alto, el interaccionismo simbólico, Erving Goffman, el construccionismo y la etnometodología.

Esta perspectiva tiene, originariamente, como objeto de estudio la comunicación interpersonal. A partir de una aproximación subjetivista a la comunicación se pone de manifiesto la intersubjetividad de las relaciones sociales. Esta interacción permite que, compartiendo significados, se vaya construyendo la urdimbre de la sociedad. Como señala Montero (1994: 51) «Desde esta perspectiva, la comunicación de masas puede establecer nuevos significados, estabilizar los ya existentes o, por contra, alterar el contenido. Los medios de comunicación pueden ejercer una labor constante de definición de los universos simbólicos y de reforzamiento de la distribución social de conocimiento. En definitiva, se convierten en un instrumento de legitimación y, a su vez, de modificación de las instituciones en la sociedad».

La crítica habitual que se le suele hacer a la perspectiva interpretativa, por parte de la perspectiva crítica, es que se queda en las manifestaciones superficiales de lo social y no profundiza en las causas políticas, económicas e ideológicas del comportamiento social. Esta falta de visión crítica de la sociedad hace que considere a esta perspectiva favorecedora del *statu quo*. Las críticas que hace el funcionalismo a la perspectiva interpretativa hacen referencia al objeto de estudio y al método. Se considera que el objeto de estudio es de escaso interés, porque no da una visión global de la sociedad, aunque el construccionismo intentará trascender el nivel de análisis microsociológico. En relación con el método se piensa que es excesivamente intuitivo y que hace difícil la generalización de los resultados.

### 1.1. La Escuela de Palo Alto

Por si alguien duda de la incidencia de la Escuela de Palo Alto en las teorías de la comunicación quisiera recordar que Valbuena (1997 b: 59) considera a los principios de dicha escuela los principios gnoseológicos de la Teoría General de la Información.

Palo Alto es una pequeña ciudad situada muy cerca y al sur de San Francisco. En ella, en 1959, el psiquiatra Don D. Jackson decide fundar el *Mental Research Institute*, al que se integró, en 1962, Paul Watzlawick. Precisamente estudiando la esquizofrenia y las patologías en la comunicación acabaron por establecer una teoría de la comunicación interpersonal que tuvo gran predicamento en los años 60 y 70.

La Escuela de Palo Alto tiene como principales representantes a Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Don D. Jackson, Albert Scheflen, Stuart Sigman y Paul Watzlawick a los que podrían añadirse, aunque también podría encuadrárselos en otras escuelas, a Edward T. Hall y Erving Goffman. Estos autores de procedencias distintas, aunque básicamente provenían de la antropología y la psiquiatría, formaron lo que se llamó la «universidad invisible», aunque también se ha traducido *college* como el «colegio invisible» (Baylon y Mignot, 1996: 166-168). Es decir, se trataba de una universidad que no existía realmente, sino que sería lo que, en la actualidad, podríamos llamar una «universidad virtual» formada por las redes de conexiones que se establecen entre los investigadores. Aunque la escuela se la denomina de Palo Alto, no todos coincidieron en esta población para trabajar conjuntamente, más bien había una sintonía en su aproximación a los problemas comunicativos y simplemente coincidieron de forma esporádica en algún coloquio que, en ocasiones, organizaban ellos mismos para poder reunirse. Es decir, que aunque se le dé el nombre de Escuela de Palo Alto no hay que pensar que se trataba de una escuela como pudiera ser, por ejemplo, la Escuela de Chicago (Berrio, 1994), que tuvo estrechas relaciones con la otra teoría que veremos a continuación: el interaccionismo simbólico. De hecho, cada uno de los miembros de la Escuela de Palo Alto citado tuvo una experiencia vital y profesional diferenciada, aunque coincidieron en ocasiones en algún lugar, pero sobre todo coincidían, como ya he señalado, en su concepción de la comunicación (Winkin, 1994: 27-106). «[...] los investigadores del "colegio invisible" se caracterizan todos por recurrir a una modalidad del sistema: construir en un momento dado conceptos y esquemas, relacionar los instrumentos mediante una lógica interna y aplicarlos a los hechos» (Baylon y Mignot, 1996: 167). Así propusieron una serie de conceptos que tuvieron una gran aceptación dentro de los estudios de comunicación.

Uno de estos conceptos fue la explicación del fenómeno del doble vínculo. Attallah (1991: 127) establece cinco rasgos esenciales del doble vínculo, que es una paradoja pragmática:

- 1º) Al menos dos personas están en una situación de importancia vital, ya sea desde el punto de vista físico o psicológico.
- 2º) En este contexto se produce un mensaje paradójico del tipo «quien bien te quiere te hará llorar».
- 3º) El receptor del mensaje no puede metacomunicarse; es decir, no puede discutir el significado del mensaje paradójico.
- 4º) Las personas que se encuentran en esta situación vienen a considerarla normal y adecuan su comportamiento a ella.
- 5º) El comportamiento paradójico inducido por el doble vínculo tiende a perpetuar la situación.

Watzlawick (1986: 29-30) establece, en relación con el doble vínculo, los siguientes principios:

- 1º) «Cuando alguien ve que sus percepciones de la realidad, o el modo que tiene de considerarse a *sí mismo*, le acarrearán la reprensión de otras personas de vital importancia para él [...] se sentirá al final inclinado a desconfiar de sus propios sentidos» (Watzlawick, 1986: 29). En la comunicación intercultural se produce, precisamente, que entran en contacto dos sistemas de significación distintos por lo que uno se da cuenta de que no es capaz, en ocasiones, de transmitir lo que desea o de producir el efecto que desea producir. Así pues, empieza a desconfiar de su propia capacidad comunicativa.
- 2º) «Aquel a quien otras personas vitalmente importantes para él le echan en cara no tener los sentimientos que *debería* tener, acabará por sentirse culpable de su incapacidad de albergar los sentimientos debidos, los sentimientos "verdaderos"» (Watzlawick, 1986: 29). Un elemento importante en la comunicación intercultural son las emociones. El aprendizaje de una lengua o de la información sobre una cultura puede realizarse mucho más fácilmente que la interiorización de los valores o las emociones propias de aquella cultura.
- 3º) «Quien recibe de otras personas vitalmente importantes para él normas de comportamiento que exigen y al mismo tiempo imposibilitan unas determinadas acciones, se encuentra en una situación paradójica, en la que sólo puede obedecer desobedeciendo. He aquí la fórmula básica de dicha paradoja: "Haz lo que te digo, no lo que me gustaría que hicieras"» (Watzlawick, 1986: 30). Si se le pide a una persona de otra cultura que sea espontáneo y que actúe como lo haría en su contexto cultural y luego se le afea su conducta nos encontramos ante una paradoja. Es una paradoja que se propugne la interculturalidad o el mestizaje cultural y, al mismo tiempo, la asimilación o se rechace cualquier «contaminación» de las culturas ajenas en las esencias de la propia.

Como señala Watzlawick (1986: 33) «Las paradojas surgen por doquier, actúan en todos los campos imaginables de las relaciones humanas y existen buenas razones para creer que ejercen una considerable y permanente influencia en nuestra percepción de



la realidad. Conceptos tales como espontaneidad, confianza, coherencia lógica, demostrabilidad, justicia, normalidad, poder y otros muchos muestran, sometidos al más atento análisis, una fatal tendencia a desembocar en paradojas».

Otros conceptos importantes de la Escuela de Palo Alto son los de realidad de primer orden y realidad de segundo orden. Watzlawick (1986: 149) sitúa dentro de la realidad del primer orden «[...] aquellos aspectos de la realidad que se refieren al consenso de la percepción y se apoyen en pruebas experimentales, repetibles y, por consiguiente, verificables. [...] en el ámbito de esta realidad no se dice nada sobre la significación de estas cosas, o sobre el valor (en el más amplio sentido de la palabra) que poseen». Mientras que la realidad de segundo orden es la realidad simbólica y como señala Watzlawick (1989: 104-105) «Nunca nos enfrentamos con la realidad en sí, sino sólo con imágenes o concepciones de la realidad, es decir, con interpretaciones». En esta realidad de segundo orden «Estas reglas son subjetivas, arbitrarias y de ninguna manera expresión de las verdades eternas de la filosofía platónica. En el ámbito de esta realidad del segundo orden resulta, por tanto, absurdo discutir sobre lo que es "realmente" real» (Watzlawick, 1986: 150).

Algunos de los axiomas de los que parten en su estudio de la comunicación (Watzlawick, Beavin y Jackson 1974: 49-71) son los siguientes:

- La relación*
- «La imposibilidad de no comunicar «si se acepta que toda conducta en una situación de interacción tiene un valor de mensaje, es decir, es comunicación, se deduce que por mucho que uno lo intente, no puede dejar de comunicar» (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1974: 50). En relación con la comunicación intercultural hay que entender que la incomprensión o el malentendido también forman parte de la comunicación.
  - «Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional tales que el segundo clasifica al primero, y es, por ende, una metacomunicación» (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1974: 56). La idea es que el contenido viene determinado por la interacción que se establece entre los interlocutores. Es en esta interrelación donde se establece cuál es la intención comunicativa del mensaje, es decir, se establece cuál es la interpretación correcta del mismo. Por consiguiente, en la interacción se establece la metacomunicación.
  - «La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes.» (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1974: 60). Esto significa que en un proceso de interacción los participantes van estableciendo las secuencias de los hechos a su manera.
  - «Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según estén basados en la igualdad o en la diferencia» (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1974: 70). La interacción simétrica se basa en la igualdad de los inter-actantes, mientras que la complementaria se basa en su diferencia. En mi opinión, aunque evidentemente debe valorarse cada situación comunicativa en particular, en muchos de los contactos interculturales se produce una relación complementaria en la que un participante ocupa una posición más superior que el otro. En la comunicación también se establecen relaciones de poder.

Como puede apreciarse, básicamente en la Escuela de Palo hacían una aproximación pragmática a la comunicación. La Escuela de Palo rompió con la idea de la co-

municación como una transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor, que se daba en la teoría matemática de la comunicación y también en el funcionalismo. Para ellos la comunicación es un proceso creativo en el que participan múltiples mensajes: los gestos, las palabras, la mirada, el espacio, etc. La Escuela de Palo Alto hace una aproximación interaccionista a la cultura (Cuche, 1996: 49-50), y en este aspecto está muy próxima al interaccionismo simbólico.

Uno de los campos en los que la Escuela de Palo Alto tiene una notable incidencia, incluso aunque no incluyéramos en ella a Edward T. Hall, es en la comunicación intercultural.

## 1.2. El interaccionismo simbólico

Por lo que respecta al interaccionismo simbólico se suele considerar a George H. Mead como el fundador del interaccionismo simbólico, sin olvidar a Charles H. Cooley y a William I. Thomas. Sin embargo, el término de interaccionismo simbólico se debe a Herbert Blumer (1982: 1).

A pesar de publicar bastantes artículos, la obra de Mead no fue sistematizada por él. Su obra más importante *Espíritu, persona y sociedad* (Mead, 1982) se realizó a partir de los apuntes de clase de sus alumnos y de manuscritos inéditos de Mead. Para el interaccionismo simbólico, los símbolos (el lenguaje verbal y no verbal) permiten que las personas se comuniquen entre sí, y explica que es mediante esta comunicación como se establece la sociedad.

Para el interaccionismo simbólico, mediante la interacción permanente, vamos construyendo el sentido de las situaciones sociales de la vida cotidiana, que establecen lo que los demás esperan de nosotros y lo que nosotros esperamos de ellos. Es decir, por ejemplo, en la comunicación intercultural es necesario que se llegue a compartir con el otro el sentido de las nuevas situaciones creadas.

Cuando Blumer (1982: 13) señala que «[...] la vida de todo grupo humano se basa en y depende de la adaptación recíproca de las líneas de acción de los distintos miembros del grupo. La articulación de dichas líneas origina y constituye la "acción conjunta", es decir, una organización comunitaria de comportamiento basada en los diferentes actos de los diversos participantes» está pensando en una sociedad homogénea culturalmente hablando o como mínimo con una notable conocimiento de los demás. «En la mayoría de las situaciones en que las personas actúan con respecto a otras, los individuos cuentan de antemano con un profundo conocimiento del modo en que han de comportarse y de cómo se comportarán los demás» (Blumer, 1982: 13). Precisamente en muchos intentos de comunicación intercultural no se da conocimiento mutuo, de ahí los posibles malentendidos.

Frente al conductismo, el interaccionismo simbólico considera que la conducta no es una respuesta automática a los estímulos de origen externo sino que es una construcción subjetiva sobre uno mismo, sobre los otros y sobre las exigencias sociales que se producen en las situaciones de la vida cotidiana.

Saperas (1998: 136-137) recoge los siguientes objetivos del interaccionismo simbólico:

- Descripción e interpretación de los diversos sentidos elaborados por los hombres en el proceso de su relación mutua.

- b) Estudio de cómo los individuos y los grupos forman los sentidos y el significado social y cómo los negocian socialmente.
- c) Análisis de cómo los individuos tienen expectativas respecto al comportamiento de los otros individuos y cómo desarrollan su propia actividad respecto a estas expectativas.

Para el interaccionismo simbólico la sociedad puede ser entendida como un sistema de significados compartidos. Se trata de una actividad interpersonal de la que surgen expectativas estables que guían la conducta hacia esquemas previsibles. Es decir, la sociedad es producto de la interacción comunicativa. Para el interaccionismo simbólico las realidades sociales son construcciones de significado que han sido establecidas por la participación de las personas en la interacción simbólica que se produce en la sociedad y que, al mismo tiempo, la constituye. Así las interpretaciones individuales y colectivas pasan a ser socialmente convenidas e individualmente internalizadas. Es decir, se produce un proceso de objetivización de la realidad. Una realidad social al ser compartida por un grupo social pasa a ser patrimonio del sentido común o comunitario de dicho grupo.

Los interaccionistas simbólicos consideran que hay un cierto grado de indeterminación o de impredecibilidad en la conducta humana, se trata de una conducta provisional y en curso. Es decir que las personas bosquejan, ponen a prueba, suspenden y revisan sus actos manifiestos en respuesta a las acciones de los demás.

Para el interaccionismo simbólico la imagen que uno tenga de sí mismo y de los demás es un elemento muy importante en la vida social. Además, estas imágenes son construcciones personales de significados que surgen de la interacción simbólica. Uno de los conceptos más importantes del interaccionismo simbólico es el *self*, el «sí mismo». De la misma manera que una persona debe atribuir significados a las personas, a los objetos y a los acontecimientos que lo rodean, deben también darse significado a sí mismo. El sí mismo es un elemento importantísimo para la integración de las personas dentro de la trama de la existencia social.

Otro concepto importante del interaccionismo simbólico es el «otro generalizado». El «otro generalizado» supone la interiorización de las actitudes de los demás en relación con nosotros. Como señala Mead (1982: 185) «Es en la forma del otro generalizado que los procesos sociales influyen en la conducta de los individuos involucrados en ellos y que los llevan a cabo, es decir, que es en esa forma que la comunidad ejerce su control sobre el comportamiento de sus miembros individuales; porque de esa manera el proceso o comunidad social entra, como factor determinante, en el pensamiento del individuo». Aquí es donde el papel de la comunicación intercultural tiene gran importancia en la imagen de «el otro». ¿Qué imagen se da de «el otro» en la sociedad? ¿Qué imagen se forma «el otro» de sí mismo a partir de las imágenes sociales que circulan sobre él? Evidentemente no todos los miembros de las distintas culturas tienen la misma imagen en los medios de comunicación. Pero Delgado (1998: 29-44) pone de manifiesto que en la construcción de la figura del inmigrante se esconde una profunda discriminación. Esto es todavía más patente cuando, a algunos de estos inmigrantes, los medios de comunicación los denominan «los ilegales». Piénsese que con esta sustantivización del adjetivo ilegal lo que se hace es atribuir la ilegalidad sólo a un tipo de conducta. ¿Por qué a los defraudadores de impuestos no se les denomina «los ilegales»? Cuando se sustantiviza una conducta ilegal no se está calificando una acción simplemente sino que se califica al ser de un colectivo. Es precisamente la identidad de

este colectivo lo que se define. Si aceptáramos, que es mucho aceptar, que cualquier persona que comete un acto ilegal fuera «un ilegal», ¿por qué sólo los inmigrantes sin papeles son «los ilegales»? ¿Qué imagen de sí mismos puede tener un colectivo cuando la sociedad receptora los denomina «los ilegales»?

En relación con los medios de comunicación de masas y con la opinión pública Blumer (1982: 141-160) hizo distintas aportaciones. Hay que destacar que las propuestas de Blumer, realizadas a finales de los años 60, sintonizan con la actual teoría de la recepción. Blumer (1982: 142) señala que los aspectos a discutir al estudiar la influencia de los medios de comunicación son los siguientes:

1) La diversidad de las formas y del contenido de los medios

«Lo que se expone a través de los medios de comunicación, es decir, su “contenido”, varía enorme y continuamente. [...] lo que sus “audiencias” ven, escuchan y leen es, en esencia, algo siempre cambiante» (Blumer, 1982: 142).

2) La variabilidad de respuesta de los individuos ya que se produce un proceso de intermediación

No todas las personas reaccionan de igual manera ante el contenido de los medios de comunicación. «La sensibilidad y la respuesta difiere no sólo entre las personas que forman una determinada audiencia, sino también, lo que es aún más importante, entre esas mismas personas con el paso del tiempo» (Blumer, 1982: 142).

3) La conexión interdependiente de todas las formas de comunicación

Como señala Blumer (1982: 143) «[...] no puede considerarse que los medios operen en áreas independientes y claramente delimitadas sino, más bien, que confluyen en un amplio cauce común».

Aunque el propio Blumer (1982: 148) considera que es difícil establecer un modelo apropiado para el estudio de los medios de comunicación, establece las siguientes consideraciones:

- 1) Para estudiar la influencia de los medios de comunicación se debe reflejar fielmente el mundo empírico en que se produce esta influencia.
- 2) Hay que estudiar la sensibilidad de la población hacia los medios de comunicación. Esta sensibilidad, que es cambiante, es fruto de una serie de experiencias previas y va a estructurar los intereses, las opiniones y los sentimientos de las personas.
- 3) Es un error aislar la influencia de los medios de comunicación de otras influencias, porque en la experiencia real de las personas es una combinación de todas las influencias interrelacionadas.
- 4) Al estudiar la influencia de los medios de comunicación en las personas, son estas últimas las que van a determinar la influencia en su contexto social cambiante.
- 5) Se deben estudiar en toda su amplitud la influencia específica de los medios de comunicación. «Perfilar una sola línea de efectos, aunque sea ésta la intención declarada del estudio, puede debilitar seriamente el análisis de los hallazgos» (Blumer, 1982: 148).



En relación con la opinión pública, Blumer (1982: 153-156) también hace una serie de consideraciones:

- 1) La opinión pública tiene su base en una sociedad, es decir, que toma su forma de un marco social concreto y del proceso social que en el mismo se produce, y cumple una función de acuerdo con el papel que desempeña en la acción social.
- 2) Toda sociedad implica una organización con diversos tipos de grupos funcionales, que orientan las acciones de las personas en distintas direcciones.
- 3) Estos grupos funcionales actúan a través de los cauces accesibles en la sociedad. Esto hará que se intente influir, directa o indirectamente, en aquellos grupos o individuos que pueden facilitar el acceso a estos cauces.
- 4) «Los individuos clave que tienen que tomar las decisiones cruciales se enfrentan, casi inevitablemente, a la necesidad de valorar las diversas influencias, reclamaciones, demandas, y urgencias y presiones que recaen sobre ellos» (Blumer, 1982: 154).
- 5) En los puntos anteriores se viene a ofrecer una visión a grandes trazos del funcionamiento social en relación con la formación de la opinión pública. Así la formación de la opinión pública es, en gran medida, producto de la interacción de los grupos. La idea es que la opinión pública se produce entre grupos funcionales y no entre individuos aislados. Sin embargo también hay que señalar que no todos los grupos tienen la misma capacidad de influencia. Como afirma Blumer (1982: 155) «en la formación de la opinión pública intervienen las diferencias de prestigio, posición e influencia que caracterizan a los grupos y a los individuos en las organizaciones funcionales de toda sociedad».
- 6) Para que la opinión pública sea efectiva debe poder afectar a aquéllos que tienen capacidad de decisión en distintos ámbitos de la vida social: legislativa, judicial, etc. Estos individuos van a evaluar a la opinión pública tal y como se les presenta, es decir con puntos de vista diversos. En su evaluación no sólo se va a tener en cuenta la argumentación de los puntos de vista sino también los distintos grados de prestigio y poder de las personas que los sostienen.

Como puede apreciarse las propuestas de Blumer no han perdido una indudable vigencia. Pero otro autor que, dentro de la Escuela de Chicago, se destacó por su estudio de la comunicación de masas fue Robert Ezra Park, que fue profesor de Blumer. Este autor fue uno de los pioneros de lo que hoy sería la sociología urbana partir de su «ecología humana». Este concepto fue inventado en 1959 por el biólogo alemán Ernest Haeckel que definía la ecología humana como la ciencia de las relaciones del organismo con el entorno (Mattelart y Mattelart, 1997: 24).

Park aplicó esta concepción evolutiva a la comunicación. En palabras de Saperas (1992 a: 163):

Desde la perspectiva de la ecología humana los públicos de la comunicación de masas y la opinión pública son analizados como el resultado de forma evolutivas de los mecanismos sociales de la comunicación que dan lugar a los procesos de conflicto, acomodación y asimilación. Para ser más exactos Park analiza la producción de la noticia, y la organización de la opinión pública consiguiente, entendida como una forma de mantenimiento de la normativa social y de las costumbres, pero al mismo tiempo que puede

provocar el cambio social ya que dispone de la posibilidad de modificar los valores básicos que sustentan las normas sociales y la tradición social.

El estudio de la producción de la noticia es para Saperas (1992 a: 165) el aspecto más innovador de Park. Los medios de comunicación de su época (prensa, radio y cine) creaban para Park nuevas formas de comunicación y la noticia se convertía, en este contexto, en la forma de conocimiento propia de la época.

Saperas (1998: 138-139) resume el impacto general del interaccionismo simbólico en las teorías de la comunicación en los siguientes puntos:

- a) Rompe con la hegemonía del estructural funcionalismo.
- b) Impulsa la introducción de técnicas cualitativas.
- c) Introduce en la investigación comunicativa las nociones de sentido y de conocimiento social.
- d) Supone la refutación de la consideración lineal del proceso comunicativo.
- e) La noción de producción adquiere mayor importancia.
- f) Se redescubre al comunicador.
- g) La noticia es un objeto preferente de la investigación y una unidad básica del conocimiento social.
- h) Se da la introducción del estudio de los formatos informativos y de los formatos generales de los medios de comunicación.
- i) El análisis de la audiencia evoluciona hacia el análisis de la recepción.
- j) Se fragmenta la noción de efecto, ya no se establece según las intencionalidades del comunicador, sino como un proceso cognitivo.
- k) Se da la voluntad de colaboración o de diálogo con las otras formas de la sociología aplicadas al estudio de la comunicación.

### 1.3. Erving Goffman

Quisiera tratar a Goffman separado de las otras corrientes, en primer lugar, para poner de manifiesto su singularidad y, en segundo lugar, porque no hay un acuerdo entre los distintos autores sobre dónde encasillar a Goffman. Saperas (1992 a: 169-172) lo considera como el reanimador del interaccionismo simbólico. Armand y Michèle Mattelart (1997: 48) lo sitúan dentro de la Escuela de Palo Alto. Tanto el uno como los otros tienen razón, o al menos razones, y ninguno tiene razón. En la entrevista que Yves Winkin (Goffman, 1991 a: 211) le hizo en 1980, Goffman se siente muy molesto de ser encasillado en un movimiento, ya que según él sólo hay individuos. Goffman se manifiesta en contra del etiquetado sociológico.

No voy a hacer ni una breve biografía de Erving Goffman, recomiendo «El retrato del sociólogo joven» que hace Yves Winkin (1991). Se me va a permitir recoger simplemente algunos de sus postulados.

En su principal obra, *Frame Analysis*, Goffman (1991 b: 22) señala claramente que su libro trata de la organización de la experiencia de la persona individual, no pretende estudiar ni la organización ni la estructura social; es decir, que estudia asuntos que normalmente se consideran secundarios.

A Goffman le interesa analizar especialmente la dramaturgia social. De hecho en otro estudio afirmaba «En este estudio empleamos la perspectiva de la actuación o re-

presentación teatral; los principios resultantes son de índole dramática. En las páginas que siguen consideraré de qué manera el individuo se presenta y presenta su actividad ante otros, en las situaciones de trabajo corriente, en qué forma guía y controla la impresión que los otros se forman de él, y qué tipo de cosas puede y no puede hacer mientras actúa ante ellos» (Goffman, 1987: 11). *La vida cotidiana es una escenificación teatral donde el actor se presenta en público en las ocasiones más rutinarias.* Goffman (1979) describe las situaciones y cómo se establecen estas relaciones cara a cara en público. Así establece un modelo de la interacción conversacional (Goffman, 1991 a) con las siguientes premisas, que sintetizo:

- 1) Hay un orden social donde la actividad distinta de diferentes actores se integra en un todo coherente, permitiendo el desarrollo consciente o inconsciente, de ciertos fines o funciones globales.
- 2) El que un actor contribuya a la interacción es una expectativa legítima por parte de los demás actores que así pueden prever el desarrollo de la acción.
- 3) La contribución adecuada de los participantes se garantiza o estimula mediante sanciones positivas y negativas.
- 4) Toda manifestación concreta de orden social debe producirse dentro de un contexto social más amplio.
- 5) Cuando no se respetan las reglas, o ninguna regla parece aplicable, los participantes dejan de saber cómo comportarse y de saber lo que deben esperar del otro.
- 6) La persona que infringe las reglas es un contraventor. El que las infringe continuamente es un desviado.
- 7) Cuando un actor infringe una regla, debe sentirse culpable o con remordimientos, y la persona ofendida debe sentirse justamente ofendida.
- 8) Un delito o infracción del orden social requiere urgentemente acciones correctivas que restablezcan el orden amenazado y reparen el daño causado.
- 9) Algunos participantes desarrollan tretas y maniobras para, sin violar las reglas del orden social, alcanzar objetivos particulares proscritos por ellas.

Como puede apreciarse la vida cotidiana es una continua puesta en escena, con acotaciones tácitas interiorizadas acerca del uso de etiquetas, de reglas y de definiciones de conductas. Goffman divide al individuo en el actor, que es el soporte biológico y cognoscitivo, y el personaje, que es la imagen que el individuo tiene de sí mismo. Al estudiar su actuación hay que ver cómo el individuo se presenta y presenta su actividad ante los demás. Goffman (1987: 27) define la actuación «como la actividad total de un participante dado en una ocasión dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes». Además, especifica que la fachada es «la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación» (Goffman, 1987: 33-34). La fachada puede tener distintas partes. Por un lado, tenemos el medio, que hace referencia a los aspectos escénicos y, por otro lado, está la fachada personal, que está relacionada con actuantes (sexo, vestido, edad...). A su vez la fachada se compone de la apariencia, que se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del status social del actuante, y los modales, que se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina,

por ejemplo modales agresivos. Goffman (1987: 39) afirma que «Cuando un actor adopta un rol social establecido, descubre, por lo general, que ya se le ha asignado una fachada particular».

Aunque este autor no se caracterizó por centrarse demasiado en el estudio de los medios de comunicación podemos dejar constancia de un estudio sobre la imagen de la mujer en la publicidad, en concreto cómo se ritualizaba la femineidad (Goffman, 1991 a: 135-168). La conclusión a la que llega es que «los publicitarios no crean las expresiones ritualizadas que emplean: explotan el mismo cuerpo de exhibiciones, el mismo idioma ritual, que todos nosotros los que participamos en situaciones sociales, y con la misma finalidad, la de hacer interpretable un acto previsto» (Goffman, 1991 a: 168). Lo que caracteriza a la publicidad es lo que Goffman (1991 a: 167) denomina «hiperritualización»: «[...] la normalización, la exageración y la simplificación que caracterizan los ritos en general se reconocen en las poses publicitarias, pero elevadas a un grado superior y acordadas a menudo a la puerilidad, la irrisión, etc.». Goffman (1991 b: 150-154) también trató algo el tema de la radio y, en concreto, cómo los oyentes deben aceptar ciertas reglas a la hora de comprender los mensajes radiofónicos. Sin embargo, no se trata de una gran aportación.

Otro de los objetos de estudio de Goffman es la construcción de la identidad y, más en concreto, la identidad deteriorada. Así considera que los signos de estigma de la identidad son «aquellos signos especialmente efectivos para llamar la atención sobre una degradante incongruencia de la identidad, y capaces de quebrar lo que de otro modo sería una imagen totalmente coherente, disminuyendo de tal suerte nuestra valoración del individuo» (Goffman, 1989: 58). Los estudios de Goffman sobre la estigmatización son un punto de referencia ineludible para los estudiosos del tratamiento periodístico de los más desfavorecidos, a veces estigmatizados por los medios de comunicación (Rodrigo y Veloso, 1995).

Para finalizar hay que recordar el concepto de marco que es crucial en la teoría de Goffman. En la vida diaria la construcción de la realidad social se desarrolla mediante un flujo continuo de definiciones de las situaciones. Definir una situación significa «identificar cooperativamente una cierta estructura de interacciones, expresiones, comportamientos, expectativas, valores, como adecuados a los sujetos en aquel momento» (Wolf, 1982: 35). Como señala Goffman (1991 b: 19) «Toda definición de la situación es construida de acuerdo con los principios de organización que estructuran los acontecimientos –al menos los sociales– y nuestra propia implicación subjetiva. El término “marco” designa a estos elementos de base». Así pues, el marco (*frame*) es el sistema de premisas, de instrucciones necesarias para descifrar, para dar un sentido al flujo de acontecimientos. El *frame* permite definir las situaciones de interacción y la competencia de los individuos interactuantes. Además el marco implica expectativas de tipo normativo. Recordemos que, en una interacción, los dos interlocutores han de cooperar en identificar el carácter de la interacción, y que la tendencia normal del participante es tomar como real la definición dada por el interlocutor. En definitiva, el marco va a establecer los límites del comportamiento apropiado a cada situación. Es decir que en una interacción los participantes necesariamente deberán llevar a cabo un enmarcamiento (*framing*) de la situación, y además recordemos el principio de reflexividad por el que la definición del encuentro social forma parte del mismo encuentro.

Abril (1997: 26) pone de manifiesto con distintos ejemplos que «la interpretación de los mensajes-discursos de la comunicación masiva lleva también consigo una per-



manente aplicación/conjetura de marcos. [...] la aplicación de este tipo de interpretaciones enmarcadoras tiene mucho que ver con nuestra competencia respecto a los géneros de la comunicación masiva, es decir, con nuestra distinción de lo "informativo", lo "documental", lo "dramático", lo "ficticio", etc.».

Para Saperas (1992 a: 171) «El trabajo de Goffman representó en su momento la primera propuesta de una sociología que negó el valor de las técnicas de análisis social cuantitativo. Se enfrentará, por consiguiente, a la investigación representada por Lazarsfeld o Merton mediante la propuesta de un método cualitativo basado en la observación participante. Goffman no elabora un método en el sentido convencional de este término académico, más bien, crea una propuesta metodológica que se encuentra a medio camino entre el método cualitativo y la intuición particular».

#### 1.4. El construccionismo

El construccionismo ha tenido una cierta influencia en los estudios de comunicación en particular. Hay que recordar, antes de nada, la famosa obra de Berger y Luckmann *La construcción social de la realidad*. Veamos un resumen de sus propuestas.

La realidad de la vida cotidiana es un mundo intersubjetivo que comparto con los otros a través del sentido común. El objeto de estudio del constructivismo es la vida cotidiana. La realidad de la vida cotidiana es la suprema realidad. Se impone sobre la conciencia de manera masiva, urgente e intensa. Es imposible ignorarla o atenuar su presencia. La persona se ve obligada a prestarle atención total. Además, la realidad de la vida cotidiana se da por establecida como realidad, no requiere verificaciones adicionales. Es a través del sentido común que le doy significado a la vida cotidiana. Cuando hay algún fenómeno nuevo sólo dotándole de sentido ya lo integro en la vida cotidiana. Es cierto que hay otras realidades, por ejemplo el mundo de los sueños. Pero el individuo diferencia perfectamente estas distintas realidades, aunque en algunas ocasiones se puedan producir interferencias entre los distintos mundos. Esto sucede cuando un actor de una telenovela es increpado, en la calle, por algo que hace su personaje de ficción (Rodrigo y Veloso, 1995). Pero, en principio, estas otras realidades son unas zonas limitadas de significado que «se caracterizan por desviar la atención de la realidad de la vida cotidiana» (Berger y Luckmann, 1983: 43). Pero no hay que pensar que estas zonas limitadas de significado carezcan de importancia.

Téngase en cuenta que la cultura de masas es un espacio simbólico y narrativo donde la construcción de lo imaginario y de lo mitológico ha tenido un papel fundamental. Como afirma Abril (1997: 155) «La personalización, la fabricación de héroes, la puesta en drama y en mito serían, pues, algunas de las expresiones centrales de la *massmediación* y no, como a veces se dice, el resultado de una perversión o de un uso puramente "manipulador" de los medios».

Volviendo a Berger y Luckmann (1983: 46) «La realidad de la vida cotidiana es algo que comparto con los otros». El prototipo de interacción social es la situación «cara a cara». Se percibe a los demás a través de tipificaciones. La gente se aprehende entre sí a través de esquemas tipificadores. Por supuesto los esquemas tipificadores entran en negociación continua en las situaciones cara a cara. «La realidad social de la vida cotidiana es pues aprehendida en un *continuum* de tipificaciones que se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan del "aquí" y "ahora" de la situación

«cara a cara»» (Berger y Luckmann, 1983: 51). Así el *continuum* iría de las personas con las que convivo intensamente a aquellas que tipifico mediante un estereotipo. Para Berger y Luckmann (1983: 52) «La estructura social es la suma total de estas tipificaciones y de las pautas recurrentes de interacción establecidas por intermedio de ellas».

El lenguaje ocupa un papel central en nuestra vida cotidiana, ya que se refiere a lo que experimento en la conciencia y que comparto con otros de una manera establecida. Aunque el lenguaje también es capaz de trascender la vida cotidiana y referirse a experiencias que corresponden a zonas limitadas de significado.

En relación con el conocimiento Berger y Luckmann (1983: 61) señalan que la vida cotidiana está dominada por el conocimiento de receta: «el conocimiento que se limita a la competencia pragmática en quehaceres rutinarios ocupa un lugar prominente en el cúmulo social de conocimiento». Este cúmulo social de conocimiento, que está distribuido de forma diferente según los tipos de individuos, está estructurado de acuerdo con unos criterios de relevancia según los propios intereses pragmáticos y según la situación general en la sociedad de cada individuo. Hay que tener en cuenta que las estructuras de relevancia de una persona se entrecruzan con las de los otros.

Una de las principales aportaciones de Berger y Luckmann ha sido el análisis de la sociedad como realidad objetiva y como realidad subjetiva. *La sociedad*

Empecemos por el punto de vista filogenético: la sociedad como realidad objetiva. El orden social no se da naturalmente, sino que es un producto de la actividad humana. De hecho desde el constructivismo hay una gran desconfianza cuando se pretende naturalizar los comportamientos sociales. En muchos casos esta naturalización no es más que una estrategia de manipulación ideológica. Para Berger y Luckmann (1983: 73) el orden social es «[...] una producción humana constante, realizada por el hombre en el curso de su continua externalización». Además, toda actividad humana está sujeta a la habituación. Esta habituación va a permitir una economía de esfuerzos. La habituación antecede a la institucionalización. «La institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores» (Berger y Luckmann, 1983: 76). La institucionalización adquiere historicidad y objetividad, se presenta como un hecho externo y coercitivo. Las instituciones desarrollan mecanismos de control social. Las instituciones invocan autoridad sobre los individuos. El mundo institucional, una vez cerrado, necesita de la legitimación para permanecer. Es decir, necesita de unas fórmulas por las cuales pueda explicarse y justificarse. La legitimidad no es indispensable en la primera fase de institucionalización puesto que los individuos conocen perfectamente el origen de la misma y no necesitan justificarla. La necesidad de legitimar el mundo social aparece cuando éste se ha de transmitir a las generaciones venideras que no han conocido el proceso de formación de la institución. «La legitimación produce nuevos significados que sirven para integrar los ya atribuidos a procesos institucionales dispares. La función de la legitimación consiste en lograr que las objetivaciones de "primer orden" ya institucionalizadas lleguen a ser objetivamente disponibles y subjetivamente plausibles» (Berger y Luckmann, 1983: 120-121). En esta legitimación se pueden describir distintos niveles. El primero es el vocabulario, el propio lenguaje transmite una realidad objetiva que se impone al individuo. El segundo son proposiciones teóricas rudimentarias: proverbios, sentencias, aforismos. El tercero «son teorías explícitas por las que un sector institucional se legitima en términos de un cuerpo de conocimiento di-

ferenciado» (Berger y Luckmann, 1983: 123). El cuarto son los universos simbólicos que son «cuerpos de tradición teórica que integran zonas de significado diferentes y abarcan el orden institucional en su totalidad simbólica [...]» (Berger y Luckmann, 1983: 124). «Los universos simbólicos son la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales; toda la sociedad histórica y la biografía de un individuo se ven como hechos que ocurren dentro de ese universo» (Berger y Luckmann, 1983: 125). Así el universo simbólico, que es una construcción cognoscitiva, tiene una función organizadora individual y social. El universo simbólico ordena los acontecimientos colectivos e individuales dentro de una unidad coherente.

Abril (1997: 285-287) señala que el discurso de la información procede de una forma autolegitimadora, y pone algunos ejemplos tomando como referencia los cuatro niveles propuestos por Berger y Luckmann.

- 1) El discurso informativo se presenta como el dispositivo social adecuado, e incluso el único, para representar la realidad pública. Mediante los géneros se semantiza/contextualiza los acontecimientos y se establece cómo deben ser interpretados, como ficción o realidad, triviales o trascendentes, políticos o deportivos, etc. Incluso en relación con los temas, para ser un ciudadano informado legítimamente se debe ser competente tanto respecto a las formas textuales de los medios de comunicación como en relación con los contenidos de actualidad que seleccionan.
- 2) Una de las teorías sería la que establece la correspondencia «objetiva» entre las imágenes de la televisión y los acontecimientos. Se sostiene el aforismo: «las imágenes no mienten». En este nivel también estarían los esquemas pragmáticos en forma de actitudes legítimas de lecturas. Los periodistas se presentan como autoridades interpretativas de los acontecimientos y dirigen las posibles lecturas de los espectadores a coincidir con ellos. Por último, Abril (1997: 286) señala que «En la autolegitimación del discurso informativo televisivo un esquema pragmático central es la *interpelación visual* al espectador, en virtud de la cual el discurso previene posibles sospechas sobre el carácter ficticio de sus relatos».
- 3) En este nivel, el de las teorías explícitas, se podrían situar las ideologías profesionales de los periodistas y los presupuestos y convenciones que comparten los profesionales de la producción informativa.
- 4) Finalmente, «[...] los universos simbólicos producidos o mediados por la comunicación masiva (sus mitologías, sus imaginarios) están hoy en la base de todo proceso de legitimación y, *a fortiori*, del proceso autolegitimador de los medios» (Abril, 1997: 287).

Desde un punto de vista ontogenético Berger y Luckmann describen la sociedad como una realidad subjetiva. La sociedad es un continuo proceso dialéctico compuesto por tres momentos: internalización, objetivación y externalización. Berger y Luckmann (1983: 164) advierten que no se trata de una secuencia temporal, más bien los tres caracterizan simultáneamente a la sociedad. La persona «externaliza simultáneamente su propio ser y el mundo social y lo internaliza como realidad objetiva» (Berger y Luckmann, 1983: 164).

La internalización constituye la base «primero, para la comprensión de los propios semejantes y, segundo, para la aprehensión del mundo en cuanto realidad significati-

va y social» (Berger y Luckmann, 1983: 165). Veamos este proceso de internalización. Un individuo no nace como miembro de una sociedad sino que tiene simplemente una predisposición hacia la sociabilidad. El punto de partida es la internalización: mediante la socialización no sólo comprendo el mundo sino que también se convierte en mi mundo. Berger y Luckmann (1983: 164-204) distinguen una socialización primaria y otra secundaria. La socialización primaria es la que vive el niño hasta convertirlo en un miembro de la sociedad. Se construye el primer mundo del individuo, y no sólo a nivel cognoscitivo sino, además, en circunstancias de enorme carga emocional. El niño acepta los roles y actitudes de los otros, los internaliza y se apropia de ellos. Pero también hay una socialización secundaria, es la que realiza el individuo ya socializado. «La socialización secundaria requiere la adquisición de vocabularios específicos de "roles", lo que significa, por lo pronto, la internalización de campos semánticos que estructuran interpretaciones y comportamientos de rutina dentro de una área institucional» (Berger y Luckmann, 1983: 175). Evidentemente existe una gran variedad cultural e histórica en el contenido de estos procesos de socialización. Pero en cualquier caso la socialización jamás se termina y los contenidos que la misma internaliza enfrentan continuas amenazas a su realidad subjetiva. Toda sociedad debe desarrollar procedimientos de mantenimiento de la realidad para salvaguardar cierto grado de simetría entre la realidad objetiva y subjetiva. Así, por ejemplo, el diálogo es un vehículo importante de mantenimiento de la realidad. De hecho es el diálogo el que mantiene, modifica y reconstruye continuamente la realidad subjetiva.

Aunque Berger y Luckmann (1983: 188) sólo lo mencionan de pasada el papel de los medios de comunicación es, en este aspecto, muy importante. Recordemos, de nuevo, que Martín Serrano (1982: 43) en su investigación sobre el uso de los medios de comunicación señala que, en España, la televisión y la radio cumplen la función de refuerzo de la identidad social. Esta función se da cuando el hecho de que el medio comunique significa que el mundo sigue funcionando regularmente independientemente del contenido de los medios. Pero en relación con el contenido habría que recordar que las personas también llevamos a cabo una interacción permanente con los medios. Como señala Krieg (1994: 125):

En la medida en que esa sociedad crece, se sirve de herramientas técnicas para la comunicación: los medios. El sentido de esos medios es crear conjuntamente ámbitos consensuales dentro de los cuales es posible una coordinación de las acciones de los individuos. A esos ámbitos consensuales los denominamos simplemente «realidad». Por lo tanto la realidad es una construcción social que a su vez permite y constituye a la sociedad. Por lo tanto los medios tienen la función de crear esa «realidad» construyéndola mediante la observación de la sociedad y difundiendo en ella. Cuanto más compleja y grande es la sociedad, tanto más importante es la función de los medios, pues sin ellos una sociedad de dimensiones y complejidad más grandes no podría funcionar como sociedad.

La socialización tiene pleno éxito cuando se produce un alto grado de simetría entre la realidad objetiva y la subjetiva. Aunque nunca se produce una socialización absoluta. La máxima socialización probablemente se da en las sociedades que tienen una división del trabajo sencilla y una mínima distribución del conocimiento (poca especialización). Es decir en lo que Tönnies denominaría «comunidad» o Durkheim «solidaridad mecánica». En sociedades con una distribución más compleja del conocimiento se pueden producir tensiones en la estructura social, amenazando a los programas institu-



cionales y su realidad establecida. Precisamente esta situación es la que Berger y Luckmann (1997) ponen de manifiesto en su última obra, de la que ya hemos hablado.

Lo interesante de Berger y Luckmann es que partiendo de un análisis microsociológico finalizan con una visión macrosociológica. Para Berger y Luckmann (1983: 33):

El fracaso en realizar la vinculación entre la psicología social de Mead y la sociología del conocimiento, por parte de los «interaccionistas-simbólicos», tiene, por supuesto, relación con la limitada «difusión» de la sociología del conocimiento en América, pero su fundamentación teórica más importante ha de buscarse en el hecho de que, tanto el mismo Mead, como sus seguidores posteriores, no desarrollaron un concepto adecuado de estructura social. Precisamente por esta razón, creemos, que la integración de los enfoques de Mead y Durkheim cobra tanta importancia.

El construccionismo o constructivismo es realmente importante porque supone un cambio de concepción de la comunicación, como todas las perspectivas interpretativas en mayor o menor medida. Mientras que la teoría matemática de la comunicación se preocupaba fundamentalmente por la transmisión de la información, el constructivismo considera que lo fundamental es la producción de sentido, a partir de la interacción social.

Sin embargo, dentro del propio construccionismo hay matices diferenciales. Según Pearce (1994: 271-273) en lo que todos los constructivistas están de acuerdo es, en primer lugar, que el lenguaje construye el mundo, no lo representa. En segundo lugar, sostienen la idea que la función primaria del lenguaje es la construcción de mundos humanos y, por último, se afirma que la comunicación es un proceso social fundamental. Las discrepancias se manifiestan en que mientras algunos afirman que vivimos inmersos en el lenguaje y no hay nada fuera de él, otros —como Pearce— afirman que el lenguaje forma parte de todas nuestras actividades, impregna a la totalidad pero no es la totalidad. Este último enfoque es lo que Pearce (1994: 273-276) denomina «construccionismo social» y que se fundamenta en las siguientes ideas básicas:

- El mundo social consiste en actividades conversacionales que son definidas como diseños de actividades conjuntas semejantes a juegos.
- Los seres humanos tienen la capacidad innata para hacerse un lugar en esta clase de juegos.
- Estas actividades se estructuran según ciertas reglas de obligatoriedad acerca de lo que debemos y no debemos hacer.
- Si queremos entender estos juegos debemos centrarnos en el producir y en el hacer.
- De hecho, en la vida cotidiana nunca nos incorporamos a sólo un juego, sino que estamos jugando muchos juegos a la vez.

Estas ideas suponen una serie de implicaciones que el propio Pearce (1994: 276-280) se encarga de señalar:

- a) La identidad es fruto de la interacción. Luego las múltiples interacciones nos permiten tener ciertas identidades.
- b) Todo acto es co-construido. Es decir que es una interacción social con los otros. «Cuando se piensa seriamente en los actos como co-construidos y se pretende comprender la comunicación humana, la menor unidad de análisis debe ser una triada de acciones. Para entender lo que acontece en un momento dado, ustedes deben considerarlo como co-construido por los eventos circundantes y en

función de lo que sucedió previamente y de lo que sucederá después. Esta triada es la unidad básica de análisis» (Pearce, 1994: 278).

- c) Nada tiene significado fuera de contexto. Siempre actuamos desde y hacia contextos. El contexto en que nos encontramos prefigura cómo debemos actuar. «En mi teoría de la comunicación utilizo dos tecnicismos que pueden ser útiles como hitos. Hablo de *fuerza contextual* (la prefigurada por el contexto vigente) y de la fuerza implicativa (lo que la acción realizada implica para el contexto). Y es dable imaginar una situación en la cual una cierta acción tenga suficiente fuerza implicativa como para cambiar el contexto en que sucede» (Pearce, 1994: 279).

Las propuestas constructivistas han dado lugar a distintas aproximaciones a la realidad mediática, sobre todo a la concepción de la noticia como construcción social de la realidad (Rodrigo, 1996 c: 29-31). En relación con la construcción de la noticia quisiera recordar la obra de Tuchman (1983) *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, porque en ella se recogen prácticamente todas las corrientes de la perspectiva interpretativa: Edward T. Hall, Harold Garfinkel, Erving Goffman, Peter Berger y Thomas Luckmann. De acuerdo con la síntesis de Montero (1994: 54-56) en el estudio de Tuchman sobre las rutinas del trabajo periodístico, que determinan la producción de la información, se pueden destacar cuatro niveles diferentes e interrelacionados.

- 1) Las organizaciones informativas dan forma al mundo social y definen la noticiabilidad de los acontecimientos a través de su red espacial de informadores.
- 2) El conocimiento de rutina de los profesionales de la información permite dominar el tiempo social en que se desarrollan los hechos y los acontecimientos.
- 3) La noticia es una institución y como tal tiende a cohesionar el marco institucional social.
- 4) La noticia es una realidad construida y una forma de conocimiento.

También quisiera recordar cuál es el papel de los medios de comunicación en el proceso de la construcción social de la realidad. Para Adoni y Mane (1984: 325-326) nos encontramos ante un proceso dialéctico entre tres tipos de realidad:

- 1) La realidad social objetiva. Es experimentada como el mundo objetivo que existe fuera del individuo. Esta realidad es aprehendida por los individuos como algo que no necesita verificación y por esto no dudamos de ella, permitiéndonos llevar a cabo los actos de existencia cotidianos.
- 2) La realidad social simbólica. Consiste en las distintas formas de expresión simbólica de la realidad objetiva. En este apartado entrarían los medios de comunicación, aunque hay multitud de realidades simbólicas con diferentes sistemas de símbolos (arte, literatura, etc.). Sin embargo, el individuo diferencia las distintas esferas de esta realidad simbólica. No es lo mismo una novela que un informativo de televisión.
- 3) La realidad social subjetiva. Esta realidad es producto de las otras dos: la realidad social objetiva y la realidad social simbólica. Las construcciones individuales de la realidad social se basan en las acciones sociales individuales, la existencia de la realidad objetiva y el significado de sus expresiones simbólicas.

En un interesante artículo, Schmidt (1991) plantea un tema fundamental en la construcción de la realidad por los medios de comunicación, como es la diferencia entre realidad y ficción. Desde un punto de vista ontológico (Schmidt, 1991: 12) considera que «el mundo cognitivo que intuitivamente consideramos "la realidad" es una construcción social viable producida en el individuo cognitivo. Esta construcción se lleva a cabo según las condiciones sociales, neuronales y psicológicas de los sistemas cognitivos en los sistemas sociales». Por lo que respecta al papel de los medios de comunicación considera que tienen un papel muy importante en los procesos de interpretación del mundo. «A pesar de que a causa de la constructividad cognitiva del individuo, lo que ofrecen los medios de comunicación no puede influir automáticamente y casualmente al público de una manera predecible, sí que influyen de alguna manera en los receptores. Los sistemas de medios de comunicación refuerzan maneras especiales de percepción y de comunicación; introducen estilos de vida y construcciones de realidades sociales, políticas o culturales que pueden servir de modelos y entrar, así en la comunicación privada y pública, y provocar consenso u oposición» (Schmidt, 1991: 15-16). Para Schmidt (1991: 16) «La interacción constante entre la comunicación mediada y la no-mediada funciona como uno de los instrumentos más poderosos para crear y consolidar las respectivas construcciones sociales de una realidad». Por lo que se refiere a la distinción entre realidad y ficción, desde un punto de vista epistemológico, «es el resultado de operaciones cognitivas del individuo que están encasquetadas en sus experiencias sociales. No obstante, esta operación no se produce en un espacio vacío: las personas, a través de la socialización y las experiencias previas, normalmente saben muy bien ante qué tipo de productos de los medios de comunicación se encuentran, en qué lugares y en qué contextos» (Schmidt, 1991: 20). Así, para poder determinar ante qué tipo de discurso se encuentra, el espectador aplica los esquemas «medios de comunicación-acción» que remiten a las personas a unos modos de referencia de realidad socio-históricamente admisibles.

Los esquemas «medios de comunicación-acción» constituyen los modos de referencia de la realidad, es decir especifican qué «estatuto de realidad» se asigna a un determinado comportamiento verbal o no-verbal (pero referencial) en el marco de un esquema «medios de comunicación-acción» y qué grado de fiabilidad y autenticidad se atribuye a alguien que actúa en este esquema (por ejemplo, los presentadores de noticias de televisión frente a los portavoces de una empresa industrial). Según las respectivas condiciones socio-históricas, la especificación de los modos de referirse a la realidad puede ser «verdadera, real, auténtica, creíble, fidedigna, indudable», etc., o «falsa, irreal, ficticia, utópica, no-fidedigna, dudable» etc. (Schmidt, 1991: 20).

Así las personas distinguen, también la realidad de la ficción. Pero, finalmente, lo que plantea Schmidt (1991: 21) es que para el constructivismo no interesa tanto la explicación ontológica de la realidad, sino su explicación operativa, para la que no se necesita una base ontológica.

### 1.5. La etnometodología

Harold Garfinkel, que había sido alumno de Parsons en Harvard, propuso el término «etnometodología» para designar la metodología mediante la que los jurados populares norteamericanos toman sus decisiones. Es decir, «La Etnometodología es la bús-

queda empírica de los métodos empleados por los individuos para dar sentido y, al mismo tiempo, realizar sus acciones de todos los días: comunicarse, tomar decisiones, razonar» (Coulon, 1988: 32). El prefijo «etno» hace referencia a la competencia que tiene una persona en los conocimientos de sentido común propios de su sociedad, y «metodología» significaría el conjunto de actuaciones prácticas basadas en dichos conocimientos o en los modos de organización del conocimiento que los individuos poseen acerca de las secuencias normales de acción (Wolf, 1982: 109-110).

La etnometodología estudia las actividades corrientes que caracterizan la vida cotidiana, aquello que todo el mundo sabe pero que se pasa por alto, casi siempre, a la hora de estudiar el comportamiento. En definitiva, se estudia de qué modo las personas crean y mantienen sus concepciones de un mundo real a través de sus interacciones sociales. No cuestionan la existencia de ese mundo. Afirman que existen múltiples realidades percibidas y procuran examinar esas numerosas versiones (incluidas las suyas propias) acerca del modo en que es compuesto el mundo por cada sujeto. Si quisiéramos caracterizar los estudios etnometodológicos podríamos destacar lo siguiente:

- a) La etnometodología estudia la sociedad desde dentro y toma el punto de vista del actor social.
- b) Su objeto de estudio básico es la vida cotidiana.
- c) Para la etnometodología los sujetos de un grupo social organizado están continuamente comprometidos a decidir, reconocer, evidenciar el carácter racional de su forma de actuar.
- d) Toda propiedad «racional» de la acción es considerada como una realización contingente de prácticas comunes organizadas socialmente.
- e) La etnometodología propone la hipótesis de que toda situación organiza las actividades que la componen de modo que formen un contexto coherente de actividades.

Al estudiar la actuación en la práctica cotidiana, la etnometodología enfatiza los supuestos tácticos de interacción mutua. Para la etnometodología, incluso «[...] la significación es una interacción reflexiva (pudiendo ser identificada y organizándose por ella misma) entre la organización de la memoria, el razonamiento práctico y el discurso» (Cicourel, 1979: 135). Además al estudiar el lenguaje pone el acento en los deícticos o expresiones indexicales, que sólo pueden comprenderse a partir del contexto y del enunciador. La característica indexical de un discurso pone de manifiesto que éste sólo puede entenderse a partir de las circunstancias propias del contexto en que se produce. Para la etnometodología la indexicalidad es omnipresente e ineludible. Pero además esta interacción no sólo hace referencia a la situación de comunicación sino también al conocimiento compartido de los interactuantes. «La reciprocidad y los procedimientos formales normales implican que los miembros de una comunidad interiorizan los aspectos fundamentales de su cultura común –supuestamente la misma para todos– para facilitar las cosas [...]» (Cicourel, 1979: 113). Estamos ante el principio del *et caetera*. «La regla del *et caetera* requiere que un hablante y un oyente acepten fácilmente y asuman juntos la existencia de significaciones y de comprensiones comunes de lo que se dice cuando las descripciones se consideran evidentes, e incluso si no son inmediatamente evidentes» (Coulon, 1988: 38).



Otro concepto clave de la etnometodología es el de reflexividad. La reflexividad designa las prácticas que describen y constituyen a la vez un marco social. «Un enunciado no "transmite" sólo una cierta información, sino que al mismo tiempo crea un contexto en el cual la información misma pueda aparecer» (Wolf, 1982: 132). En el curso de nuestras actividades ordinarias no solemos prestar atención al hecho de que mientras hablamos, a medida que enunciamos, estamos construyendo el sentido, el orden y la racionalidad de lo que estamos haciendo en ese momento.

Según Armand y Michèle Mattelart (1997: 91), Cicourel es el etnometodólogo que más se ha interesado por criticar a la *Mass Communication Research*, sobre todo por lo que se refiere a la metodología de la sociología tradicional (Cicourel, 1982). Como afirma Cicourel (1982: 64) «Por tanto, la ciencia y el método científico como medios de considerar y adquirir conocimiento sobre el mundo en torno proporcionan, a quienes aceptan sus principios, una gramática que no es un mero instrumento reproductor para explicar en qué consiste el mundo, sino también conforma nuestras ideas sobre cómo es el mundo, a menudo con exclusión de otras maneras de considerarlo».

Por su parte Giddens (1987: 53) critica a la etnometodología, entre otras corrientes interpretativas, señalando tres debilidades de sus concepciones:

- 1) Se ocupa de la acción como significado antes de entender la acción como *praxis*, es decir, el compromiso de los actores con la realización práctica de intereses.
- 2) No reconoce la centralidad del poder en la vida social. Incluso en una conversación nos encontramos con una interacción en la que se dan relaciones de poder.
- 3) Las normas sociales son susceptibles de interpretación diferencial. De hecho en una sociedad dividida en clases o intereses diferentes es inevitable esta interpretación diferencial, que la etnometodología no tiene en cuenta.

En relación con la aplicación a las teorías de la comunicación Montero (1994: 58) afirma que:

La etnometodología, desarrollada por H. Garfinkel y A. Cicourel, condujo a un planteamiento más radical al aplicarse al estudio de los medios de comunicación. Desde el punto de vista de algunos autores inspirados en esta disciplina, la acción de los medios en la construcción social de la realidad no pasa por constituirse en un elemento más que se tiene que tener en cuenta al lado de otros agentes del entramado social. Los medios masivos son una parte activa en la construcción de la realidad: construyen y presentan realidades que circulan en la sociedad. La aplicación de la etnometodología al estudio de los medios de comunicación ha enfatizado las formas en que éstos organizan el conocimiento social y el mismo proceso de producción de este conocimiento.

## 2. La perspectiva funcionalista

En primer lugar, estableceré algunos de los principales orígenes del funcionalismo. En segundo lugar, describiré el contexto en que aparece y cuáles pueden ser algunas de las razones por las que tuvo una gran aceptación. En tercer lugar, recogeré sus postulados básicos y los presupuestos implícitos que comporta. En cuarto lugar, trataré de las fun-

ciones de la comunicación. Por último, recogeré distintas críticas que se han hecho al funcionalismo.

### 2.1. Los orígenes

Los orígenes del funcionalismo se pueden encontrar en Comte (1789-1857) y Durkheim (1858-1917), pero el desarrollo del funcionalismo moderno está muy influido por la antropología. Radcliffe-Brown (1881-1955) y Malinowski (1884-1942) sostienen que debemos estudiar una sociedad o una cultura en su conjunto si queremos comprender sus principales instituciones y explicar el comportamiento de sus miembros. Estudiar la función de una práctica o una institución social es analizar la contribución que esa práctica o institución hace a la continuidad de la sociedad en su conjunto. Comte y Durkheim hacían una analogía del cuerpo humano con el cuerpo social, con una visión organicista que en su momento tuvo gran influencia. Así para estudiar un órgano, como por ejemplo el cerebro, debemos mostrar cómo se relaciona con las demás partes del cuerpo y cuál es su función en el desarrollo del organismo. De modo similar analizar la función de un elemento social implica mostrar el papel que juega en el funcionamiento de una sociedad. Durkheim señalaba que la religión refuerza la adhesión de las personas a los valores sociales centrales, y por ello contribuye al mantenimiento de la cohesión social.

Para entender la rápida aceptación del funcionalismo en los estudios de comunicación hay que recordar en qué contexto científico hizo su aparición. En los años 20 y 30 el paradigma dominante en el mundo de la psicología era el conductismo. Recordemos brevemente los principales principios del conductismo:

- 1) En la investigación hay que hacer un uso exclusivo de procedimientos objetivos para la obtención de los datos.
- 2) Se reduce del lenguaje psicológico a términos de estímulo y respuesta. Las conductas son estudiadas a partir del mecanismo estímulo-respuesta.
- 3) Se pone el énfasis en el aprendizaje como proceso asociativo de estímulos y respuestas.

Como apunta Wolf (1987: 28) las ideas conductistas podían integrarse muy bien en las teorizaciones de la sociedad de masas de la época. A principios del siglo XX, la autopercepción que se tenía era que, con la sociedad de masas, se estaba produciendo una impersonalización de las relaciones personales y un aislamiento de las personas. La aparición de la radio pudo fomentar esta idea ya que se empezó a describir a su audiencia como anónima y aislada. Además el conductismo aportaba el prestigio de las ciencias naturales, mediante la cuantificación y los experimentos de laboratorio con animales, que luego se extrapolaban a la conducta humana. Esta concepción biologicista tuvo su influencia en las primeras teorizaciones sobre la comunicación. Recordemos a Lasswell (1985: 56) cuando afirmaba «Los procesos de comunicación de la sociedad humana, una vez examinados detalladamente, revelan numerosas equivalencias con las funciones especializadas que se encuentran en el organismo físico y en las sociedades animales inferiores».