

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» (Wolff, 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 Matteiart (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 intenciones.
- 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 esta 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 las sociedades 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».

La imagen que daba la aproximación behaviorista de la comunicación de masas era que los medios eran muy poderosos y las personas muy débiles. Así para el conductismo los sujetos eran débiles, están atomizados y podían ser muy susceptibles de manipulación. Los medios de comunicación eran unos productores de estímulos muy poderosos y se podían considerar básicamente como manipuladores de masas. Este clima de opinión era reforzado, desde una perspectiva totalmente distinta, por la Escuela de Fráncfort que consideraba a los medios de comunicación medios de manipulación.

Como señala Attallah (1991: 56) «Las consecuencias de la aproximación behaviorista son bastante claras. Ya que los medios son poderosos y los sujetos débiles, es conveniente vigilar, reglamentar y controlar el contenido de los medios de comunicación, su propiedad, su accesibilidad a los públicos, etc.». Por consiguiente, la perspectiva conductista no era bien aceptada por la ideología liberal capitalista norteamericana porque mostraba una imagen de los medios de comunicación que podía provocar el intervencionismo gubernamental. Así pues, las principales empresas mediáticas americanas veían mal las investigaciones behavioristas y desean el desarrollo de una nueva forma de investigación más próxima a sus intereses. Es decir, las empresas mediáticas no deseaban potenciar investigaciones que tendieran a demostrar los efectos nefastos de los medios. Tengamos en cuenta que las empresas de radiotelevisión norteamericanas eran de origen privado. En Europa como eran empresas públicas la intervención no tenía sentido porque ya era un hecho, pero en EE.UU. era considerada totalmente indeseable. Pero tampoco el sistema político puede aceptar un visión de la sociedad en que los ciudadanos eran sistemáticamente manipulados por la propaganda política, porque atacaba a los cimientos de la democracia. No sería aceptable pensar que la audiencia fuera sólo manipulable en relación con otros aspectos de la vida social, como el consumo de bienes, y que a la hora de participar políticamente en unas elecciones re- cobrara de golpe toda su lucidez.

Por contra, el funcionalismo simonizó perfectamente con la sociedad norteamericana. Como señala Attallah (1991: 61) los «[...] dos elementos fundamentales de la visión funcionalista de la sociedad son: a) la sociedad está compuesta por individuos libres, racionales y autónomos, y b) la sociedad es en realidad un mercado libre de ideas o mensajes [...]». Con el funcionalismo se cambia la visión de los medios de comunicación y de las audiencias. El individuo es autónomo y libre y los medios son débiles. En definitiva, los medios cubren las necesidades de los consumidores. Es la autorregulación del libre mercado. Estamos ante el juego de la oferta y la demanda. La multiplicidad de la oferta y la demanda es la prueba del pluralismo de la sociedad. La sociedad norteamericana es pluralista porque tiene numerosos medios de comunicación que confirman los numerosos intereses personales. La facultad de escoger libremente equivale a la democracia.

El funcionalismo se impone en los Estados Unidos a partir de los años 40, sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial. ¿Cuál es el panorama internacional de la época? Los Estados Unidos imponen su política liberal en los países de su influencia. Así se declaran contra las barreras comerciales y aduaneras. Esto les sitúa en una posición de ventaja ante una Europa devastada y una Alemania perdedora, un Japón derrotado y una URSS cerrada en sus fronteras. Los Estados Unidos se constituyen en un modelo de sociedad deseable para todos, es decir, imponen su modo de vida, su cultura y su sistema económico y político como el ideal de toda sociedad civilizada. En este

dominio de los Estados Unidos, el funcionalismo también tiene su papel. Attallah (1991: 63) considera que el funcionalismo juega tres roles:

- Legitima la existencia y el funcionamiento de empresas mediáticas que son las puntas de lanza del imperialismo cultural norteamericano.
- Recoge los principios fundamentales del capitalismo norteamericano, libre mercado, individuos libres y autónomos.
- Justifica la hegemonía económica, cultural y política de los EE.UU. frente a posibles modelos alternativos.

Además en esta época, desde instituciones de poder, aumenta la necesidad de desarrollar las investigaciones sobre la comunicación. Saperas (1992 b: 19-24) destaca, en este sentido, las demandas de los medios audiovisuales, del sistema político norteamericano, de las fundaciones privadas y del sistema militar. Por su parte Montero (1994: 34) considera que los factores que propiciaron este desarrollo fueron los siguientes:

- En el marco de la sociología se puso de manifiesto la necesidad de afrontar el estudio de los medios masivos desde la perspectiva del proceso global de la comunicación. Los intereses de la investigación se dirigieron hacia las funciones de los medios de comunicación y a la delimitación del sistema de comunicación de masas.
- El interés por la delimitación del proceso de la comunicación de masas planteó la necesidad de establecer cuál era la aportación de los diferentes elementos de la comunicación en el proceso global.
- La organización global del trabajo, la elaboración y la discusión de las líneas principales, teóricas y metodológicas, sobre las cuales poder progresar en el futuro.

Pero el éxito del funcionalismo no sólo se debe a su papel ideológico, a las demandas de investigación o a las necesidades de la propia disciplina, sino como señala Saperas (1992 a: 174) a sus propias características: «[...] la experiencia académica funcionalista se define por su pluralismo y por su diversidad. Ha sido este pluralismo de teorías y métodos el factor determinante de su capacidad de renovación constante, de su aproximación a la realidad histórica y de su aptitud para superar las sucesivas crisis que ha sufrido a lo largo de los años sesenta la actuación académica». Para Saperas (1992 a: 174-175) los dos elementos decisivos de la aportación funcionalista son:

- La capacidad del funcionalismo para adaptarse a las necesidades y a las demandas de conocimiento de su época.
- La pluralidad de aportaciones del funcionalismo a partir de una estrategia de investigación analítica y otra empírica.

El primer punto ya lo hemos visto, nos queda por comentar el segundo elemento.

2.2. Los principios

En el funcionalismo podemos diferenciar una parte más analítica y teórica de explicación de la sociedad y otra más concreta de estudios empíricos. La parte más teórica e ideológica se basa en las aportaciones de Talcott Parsons (1902-1979) que daba una visión de la sociedad integradora. Se trata del estructural funcionalismo que concibe la

sociedad como un todo, en el que los elementos no se yuxtaponen sino que se encuentran distribuidos, en ella, según una organización de conjunto. Los funcionalistas se interesan por el funcionamiento de los sistemas sociales. Se interesan por la diversidad de conductas de los individuos que están en un mismo ámbito cultural, pero que tienen diferentes *status* sociales.

Para los funcionalistas la sociedad se autorregula produciendo un sistema plural que implica un equilibrio democrático. La aproximación estructural funcionalista implica el estudio de las estructura y de las funciones del sistema. Como nos recuerda Merton (1994: 35) la estructura sería un conjunto de unidades pautadas relativamente estables, es decir, es el aspecto estático del sistema; mientras que las funciones son la vertiente dinámica del sistema. Las funciones sociales ayudan a determinar la estructura, así como la estructura ayuda a determinar la eficacia con que se realizan las funciones. Hay una interdependencia entre la estructura social y las funciones que se dan en esta estructura. La función es la contribución aportada por una unidad para la conservación de la estructura social.

La vertiente más empírica del funcionalismo era desarrollada por Felix Paul Lazarsfeld (1925-1976), que es uno de los denominados padres de la *Mass Communication Research*. Esta investigación recibió el nombre de *investigación administrada* y estaba básicamente orientada por los fondos de financiación, tanto del sector público como privado. Aunque no sólo se produjeron investigaciones empíricas, también se desarrolló un cuerpo teórico, que de acuerdo con la terminología de Robert King Merton eran teorías sociológicas de «alcance intermedio». Como ya hemos explicado, anteriormente, se trata de teorías que se sitúan entre, por un lado, las teorías generales de los sistemas sociales que están demasiado alejadas de los casos concretos de conducta y organización y, por otro lado, las descripciones ordenadas de particularidades que no generalizan nada. Así las teorías intermedias incluyen abstracciones y también elementos empíricos.

Este tipo de investigación cabría situarlo en el positivismo. Por ello, como apunta Saperas (1998: 119-120), debería tener las siguientes características: poder explicativo, poder predictivo, consistencia lógica, capacidad de falsación y capacidad de organización.

Veamos, a continuación, cuáles son los principios básicos de la perspectiva funcional. Merton (1984: 124-130) establece los principales elementos de un paradigma de análisis funcional en sociología, que resumidos serían los siguientes:

- 1) El análisis funcional puede analizar todo objeto estandarizado, es decir, que suponga actividades reiterativas y normativizadas desde emociones culturalmente establecidas hasta procesos sociales.
- 2) «En algún momento el análisis funcional supone invariablemente u opera explícitamente con alguna concepción de la motivación de los individuos implícita en un sistema social» (Merton, 1984: 125).
- 3) Un concepto fundamental es el de función. Merton (1984: 126) establece las siguientes definiciones:

Funciones son las consecuencias observadas que favorecen la adaptación o ajuste de un sistema dado; y disfunciones, las consecuencias observadas que aminoran la adaptación o ajuste del sistema. Hay también la posibilidad empírica de consecuencias atfuncionales, que son simplemente ajenas al sistema en estudio.

Funciones manifiestas son las consecuencias objetivas que contribuyen al ajuste o adaptación del sistema y que son buscadas y reconocidas por los participantes en el sistema; funciones latentes son, correlativamente, las no buscadas ni reconocidas.

- 4) Para establecer las funciones o disfunciones se ha de señalar cuál es el campo de unidades o subsistema de referencia: individuos en posiciones sociales diferentes, subgrupos, el sistema social general o sistemas culturales.
- 5) En todo análisis funcional hay alguna concepción tácita o expresa de las exigencias funcionales de un sistema analizado. Merton (1984: 107) recuerda dos postulados al respecto:

Primero, se supone que hay ciertas funciones que son indispensables en el sentido de que, si no se realizan, no persistirá la sociedad.

En segundo lugar [...] se supone que ciertas formas culturales o sociales son indispensables para la realización de cada una de esas funciones.

- 6) El análisis funcional debería estudiar de forma detallada los mecanismos sociológicos por los que se realiza una función.
- 7) Un teorema funcionalista señala «así como la misma cosa puede tener múltiples funciones, así puede la misma función ser desempeñada diversamente por cosas diferentes» (Merton, 1984: 107). Es decir, que hay que tener en cuenta la existencia de alternativas funcionales o sustitutos funcionales: una misma exigencia funcional puede ser cumplida por distintos elementos.
- 8) Sin embargo, «El margen de variación de las cosas que pueden desempeñar funciones deliberadas en una estructura social no es ilimitado. [...] la interdependencia de los elementos de una estructura social limita las posibilidades efectivas de cambios o alternativas funcionales» (Merton, 1984: 128).
- 9) El análisis funcional no sólo está interesado en la estructura social sino también en el cambio social.
- 10) El análisis funcional requiere unos procedimientos de investigación válidos de acuerdo con la lógica de la experimentación.
- 11) Por último, Merton (1984: 129-130) afirma que «el análisis funcional no tiene ningún compromiso intrínseco con ninguna ideología. Esto no niega el hecho de que los análisis particulares y las hipótesis particulares formuladas por funcionalistas pueden tener un papel ideológico perceptible».

Para Saperas (1998: 121) «El funcionalismo no ha de ser considerado como una teoría sociológica cerrada, sino como un agregado de teorías situadas a diferentes niveles que convergen en la descripción sistemática de las formas de acción social que se producen en el interior de los límites impuestos por el sistema social».

2.3. Las funciones de la comunicación de masas

Si nos centramos en las funciones de la comunicación de masas incluiríamos de forma mencionada, en primer lugar a Lasswell (1985: 68) que considera que «el proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones: vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afectan a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a darle una respuesta al entorno; transmisión del legado social».

Por su parte Wright (1985) al hacer un inventario funcionalista parcial para comunicaciones de masas añade un cuarta función: el entretenimiento. Además, propone la siguiente fórmula para este estudio de las funciones (Wright, 1985: 77): ¿Cuáles son las funciones y las disfunciones, manifiestas y latentes, de la comunicación de masas en la vigilancia (noticias), correlación (actividad editorial), transmisión cultural y

Cuadro 13. Inventario funcionalista parcial para comunicaciones de masas

SISTEMAS CONSIDERADOS			
Sociedad	Individuo	Subgrupos	Cultura
1. VIGILANCIA			
Funciones (manifiestas y latentes)	Advertencia: peligros naturales, guerras, etc. Instrumental: noticias esenciales para la economía y otras instituciones Moralización	Instrumental: Información útil para el poder Detecta: Conductas desviadas y subversivas Gobierna la opinión pública Inspecciona y controla	Favorece los contactos culturales y el desarrollo cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Amenaza la estabilidad Fomenta el pánico	Amenaza al poder: propaganda enemiga Revelaciones comprometedoras.	Favorece la invasión cultural
2. CORRELACIÓN			
Funciones (manifiestas y latentes)	Apoya la movilización Combate las amenazas a la estabilidad social	Ayuda a conservar el poder	Impide la invasión Mantiene el consenso cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Incrementa el confort mismo Dificulta el cambio	Incrementa la responsabilidad	Impide el desarrollo cultural
3. TRANSMISIÓN CULTURAL			
Funciones (manifiestas y latentes)	Incrementa la cohesión Reduce la anomia Prolonga el proceso de socialización	Favorece la integración Altera la idiosincrasia Reduce la enemía socialización	Estandariza Mantiene el consenso cultural
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Aumenta la masificación	Despersonaliza los actos de socialización	Reduce la variedad de subculturas
4. ENTRETENIMIENTO			
Funciones (manifiestas y latentes)	Ocio masivo	Ocio	Amplía el poder: control sobre otra área de la vida
Disfunciones (manifiestas y latentes)	Distraer: Obstaculiza la acción social	Incrementa la pasividad Degrada la exigencia y el «gusto» Permite la evasión	Degrada los valores estéticos «Cultura popular»

Fuente: Wright (1985: 78-79)

entretenimiento de la sociedad, de los subgrupos y para el individuo y los sistemas culturales? A partir de estos elementos Wright (1985: 78-79) establece su inventario, que recoge de forma resumida (véase cuadro 12). Aunque advierte que «muchas de las funciones de la comunicación masiva pueden ser interpretadas como mecanismos sociales destinados a minimizar o contrarrestar las disfunciones producidas por otra actividad, con el fin de evitar una ruptura del sistema» (Wright, 1985: 88).

Por su parte Lazarfeld y Merton (1985: 29-36) destacan las siguientes funciones sociales de los medios de comunicación de masas.

La función otorgadora de status

Los medios de comunicación confieren categoría, *status*, a las personas, organizaciones y movimientos sociales al considerarlos dignos de atención. Sólo por el hecho de aparecer en los medios de comunicación la importancia social de la persona que aparece aumenta, aunque sea simplemente porque deja por unos momentos el anonimato para conciliar en su persona la atención pública. Como señala Moragas (1981: 50) la sociedad moderna, por su propio funcionamiento, necesita que algunas instancias puedan destacarse. Así «La comunicación de masas es el instrumento indispensable para estabilizar y dar cohesión a esta jerarquización».

La función de compulsión de normas sociales

Los medios de comunicación pueden iniciar una acción social exponiendo situaciones distintas a lo establecido por la moral pública, que hasta ahora habían permanecido ocultas para la opinión. Esto obliga a la sociedad a replantearse sus propias normas, ya que no se trata simplemente de dar a conocer un hecho, se trata de que la opinión pública y las autoridades competentes tomen una postura. Como señalan Lazarfeld y Merton (1985: 32-22) «Prensa, radio y periódicos exponen al público desviaciones har- to conocidas y, como norma, esta exposición fuerza un cierto grado de acción pública contra lo que ha sido privadamente tolerado». Un ejemplo reciente en España es la violencia doméstica. El Ministerio del Interior afirma que en los primeros seis meses del año 1998 han muerto 15 mujeres a manos de sus parejas. A raíz de la publicación de los malos tratos en los medios de comunicación se produjo un cambio en la opinión pública y en las instituciones. La secretaría general de Asuntos Sociales solicitará una nueva legislación que endurezca las medidas legales contra la violencia doméstica (*El País*, 26/III/1998, p. 19). En última instancia, los medios de comunicación reafirman las normas sociales en la medida que dan publicidad a conductas desviadas en la sociedad. Es decir, «Los medios de masas son agentes insustituibles para la creación de "normativas"; es decir, formas de acción o de inactividad, de interpretación común de la sociedad» (Moragas, 1981: 51).

La disfunción narcotizante

Los individuos son consumidores de los mensajes de los medios de comunicación y esto les da la sensación de estar al corriente de los que pasa en el mundo, pero esto puede tener como consecuencia una participación sólo superficial en los problemas de la sociedad. «Se llega a confundir el *saber* acerca de los problemas del día con el *hacer* algo al respecto» (Lazarfeld y Merton, 1985: 35). La preocupación por la realidad no es igual a la participación activa en la realidad. Así los medios pueden provocar cierta

apata ya que el ciudadano tiende a sustituir la acción y la participación sociales por la información y el conocimiento pasivo. Los individuos, como bajo los efectos de los narcóticos, se mecen en una falsa sensación de participación de la realidad social. Como apunta Moragas (1981: 51) estos autores «en su interpretación de la sociedad, no exenta como veremos de una preocupación moral, entienden que los medios son, en parte, responsables de la existencia de una gran masa de la población políticamente inerte y amorfa».

Esta inquietud moral se pone de manifiesto cuando Lazarfeld y Merton (1985: 38-43) se preocupan por la incidencia de los medios de comunicación en el gusto popular. No se puede ocultar el control capitalista del sistema de propiedad: «[...] quien paga la orquesta es también quien escoge lo que ésta ha de tocar» (Lazarfeld y Merton, 1985: 37). Es decir, las grandes firmas comerciales financian la producción y la distribución de los mass media, por consiguiente ejercen su control.

Los medios de comunicación de masas pretenden perpetuar el *status quo*, es decir que llevan al conformismo y restringen la visión crítica. Por consiguiente, Lazarfeld y Merton reconocen que los medios de comunicación difícilmente van a permitir cambios sociales, ya que los objetivos sociales son abandonados por los medios comerciales cuando chocan con los intereses económicos. La presión económica alienta el conformismo a través de la omisión de las cuestiones polémicas.

Lazarfeld y Merton (1985: 43-49) se plantean cuáles son las condiciones para el uso efectivo de los mass media en la propaganda para objetivos sociales, y establecen tres condiciones que deben ser satisfechas para que esta propaganda sea efectiva:

Monopolización

Esto se produce cuando hay poca o ninguna oposición en los medios de comunicación a la difusión de determinados valores. Es decir, cuando no hay contrapropaganda. Esta monopolización es realmente difícil en una sociedad altamente diferenciada. La monopolización se podría dar en las siguientes circunstancias:

- a) Que se diera un consenso mayoritario en la sociedad.
- b) En una sociedad autoritaria que no permitiera opiniones disidentes.
- c) En una sociedad democrática que por una situación excepcional, por ejemplo en caso de guerra, se limitara la libertad de información.

Como se puede apreciar se trata de situaciones no habituales en las sociedades democráticas. Como señalan Lazarfeld y Merton (1985: 45) «En la medida en que las opuestas propagandas políticas en los mass media estén equilibradas, el efecto neto es negligible. En cambio, la monopolización virtual de los medios para unos objetivos sociales dados producirá efectos evidentes en las audiencias».

Canalización

Anunciar es una actividad dirigida generalmente a la canalización de pautas de comportamiento o actitudes preexistentes, rara vez se trata de instalar nuevas actitudes o de crear pautas de conductas nuevas. Cuando existe una pauta general de conducta ésta puede ser canalizada en una u otra dirección. Cuando se pretende reformar en lugar de canalizar, es mucho más difícil que se consigan los objetivos. «Los medios de comu-

nicación, pues, han sido utilizados efectivamente para canalizar actitudes básicas, pero hay muy pocas pruebas de que hayan servido para cambiar estas actitudes» (Lazarfeld y Merton, 1985: 46).

Complementación

Los medios de comunicación de masas tienen su máxima efectividad en conjunción con los contactos cara a cara. Los factores que contribuyen a una mayor efectividad de esta sinergia son los siguientes:

- a) Se produce un efecto de afianzamiento, por la suma de dos mensajes que, buscando los mismos objetivos, proceden de dos canales distintos.
- b) La centralización de las decisiones en los medios de comunicación aligera las responsabilidades de los subalternos, que llevan a cabo la comunicación cara a cara, en su tarea, ya que no lanzan el contenido propagandístico por sí mismos y pueden convencer a los conversos en potencia por los medios de comunicación.
- c) La aparición de un representante del movimiento en los medios de comunicación sirve para legitimizar y dar importancia al movimiento y a sus objetivos (función de otorgamiento de status).

Sin embargo, los propios Lazarfeld y Merton (1985: 48) reconocen que estas condiciones (monopolización, canalización y complementación) raramente se dan en la propaganda con objetivos sociales. «Por consiguiente, las mismas condiciones que procuran la máxima efectividad a los medios de comunicación de masas funcionan en pos del mantenimiento de las estructuras sociales y culturales existentes, y no en busca de cambios en las mismas» (Lazarfeld y Merton, 1985: 49). Como puede apreciarse, esta misma perspectiva es consciente del papel conservador de los medios de comunicación.

Saperas (1998: 118-119) apunta las siguientes finalidades de este tipo de investigación: «Enseñar a usar los medios de comunicación para la consecución de cualquier finalidad particular de interés para el comunicador (y también para su público); crear técnicas de persuasión aptas para la nueva comunicación de masas, asesorar a los comunicadores para crear políticas de intervención social; asesorar al comunicador en su actividad de promoción de productos e ideas; ayudar a construir una nueva cultura popular mediante la cultura de masas».

Para McQuail (1991: 100-101) las ventajas del funcionalismo son las siguientes:

En primer lugar, ofrece un vocabulario válido para discutir las relaciones entre los medios de comunicación de masas y la sociedad y un conjunto de conceptos difíciles de reemplazar. El lenguaje tiene la ventaja de que, en gran medida, es compartido por los comunicadores de masas, los agentes de la sociedad, la audiencia de los medios de comunicación y los científicos sociales, aun cuando estos últimos encuentren en él ciertas dificultades.

En segundo lugar, el enfoque puede ayudar al menos a describir las principales actividades de los medios de comunicación en relación con otros aspectos de la estructura y el proceso social.

En tercer lugar, proporciona un vínculo entre la observación empírica de las instituciones de los medios de comunicación y las teorías normativas acerca de cómo deberían funcionar los medios.

Es bien cierto que hasta los autores que son críticos con los medios de comunicación hacen su inventario de las funciones de los mismos. Por ejemplo, Sánchez Noriega (1997: 139-140) propone la siguiente síntesis de las funciones:

1. Difundir informaciones que satisfacen la curiosidad y permiten a los ciudadanos una percepción del mundo; aunque también pueden desinformar y manipular.
2. Contribuir a la cohesión social por la vía del consenso que se establece en el intercambio de información y en las interpretaciones básicas acerca de la misma. Se favorece la interacción y la integración sociales.
3. Proporcionar compañía, entretenimiento y diversión.
4. Satisfacer demandas culturales y de conocimiento inactual.
5. Legitimar mediante la presencia pública el papel desempeñado socialmente por personas, organizaciones y movimientos sociales; y, en este sentido, conferirles *status* social.
6. Legitimar los subsistemas económico, político y cultural mediante la difusión propagandística de normas, valores, opiniones y actitudes sociales.
7. Fomentar el consumo y actuar como factores de desarrollo económico.
8. Actuar como instrumentos políticos.
9. Simbolizar, con su presencia continua, la permanencia tranquilizadora del mundo cotidiano y, de ese modo, contribuir al refuerzo de la identidad social.

Es difícil sustraerse al descubrimiento de nuevas funciones de los medios de comunicación. Por su parte Saperas (1992 b: 111), a la luz de la teoría de los usos y gratificaciones, propone la siguiente enumeración provisional de algunas funciones:

- a) Función de escape o disminución de la ansiedad de las tensiones psicológicas de aquellos individuos que presentan dificultades a su adaptación social. Esta ansiedad puede manifestarse como soledad, dificultades profesionales o del trabajo y tensión emocional de todo tipo. Esta función se realiza mediante ofertas comunicativas de carácter ilusorio, fantástico y de entretenimiento en el que el individuo puede experimentar una fácil identificación con personajes de ficción o con situaciones que le permiten una gratificación psicológica.
- b) Función de compensación emocional que permite facilitar la interrelación personal mediante la oferta de temas de discusión pública, mediante la oferta de amistad a través de los medios de comunicación respecto a aquellas personas solitarias dotadas de sentimientos frustrados de relación interpersonal, etcétera.
- c) Función de compañía, por la que el medio de comunicación permite un acompañamiento de las actividades diarias de los receptores o permiten constituir un marco para el entorno familiar.
- d) Función de información al ofrecer una elevada cantidad de información sobre el entorno a aquellos individuos dotados de una necesidad de intervenir socialmente en los temas que más les preocupan en un momento concreto y a los cuales no tiene un acceso directo.
- e) Función de reafirmación individual mediante la cual el individuo puede incrementar su propia estima y su reafirmación individual al reforzar sus patras de acción o de creencias mediante la reafirmación individual de los criterios sustentados desde la comunicación de masas.

Estas propuestas de Saperas y de Sánchez Noriega me parecen interesantes porque actualizan las posibles funciones de la comunicación de masas. Quizás otra función

que se debería destacar es la de reafirmación de la identidad cultural. Finalmente, como un reto para el futuro habría que plantearse, en la misma línea, cuáles son las funciones de las nuevas tecnologías, sobre todo, Internet para los individuos, para los grupos sociales específicos y para la sociedad en general.

2.4. Las críticas al funcionalismo

Recojamos para finalizar algunas críticas que ha recibido esta perspectiva funcional de la comunicación. Para Saperas (1992 a: 179): «El funcionalismo ha experimentado un desarrollo teórico desigual. Se ha configurado como una modalidad de investigación fundamentada en el análisis empírico y cuantitativo de los objetos de estudio considerados fenómenos particulares; es decir, la comunicación de masas es estudiada de manera segmentada, descontextualizada y sin consideración ni al tiempo ni a la historia».

Abril (1997: 271) coincide con Balle (1991: 424) al criticar el concepto de entramiento utilizado por Wright, ya que considera que supone una visión extremadamente simplificada, al entender el entramiento como simple evasión. Abril (1997: 271) también considera que el inventario que hace Wright es muy pobre por lo que se refiere a los problemas culturales: «El hecho mismo de representar la cultura como un subsistema aparte —y no como una dimensión ínsita y actuante en el interior de los demás subsistemas— hace imposible imaginar la importancia capital de la cultura masiva o de la massmediación en los procesos sociales y políticos contemporáneos» (Abril, 1997: 271-273).

Para Balle (1991: 426) «El funcionalismo no puede pretender, al menos no más que cualquier otro método, dar una explicación exhaustiva o plenamente satisfactoria de un hecho social, de una costumbre o de una institución. Un primer límite tiene que ver con las distintas acepciones del modo "función". Un segundo límite proviene de la representación implícita que toda interpretación funcionalista se hace de la sociedad». En ocasiones, se entiende por función de una institución la finalidad o el motivo de la misma, pero en otras ocasiones las funciones son las consecuencias tal como las aprecian sus usuarios o beneficiarios.

La representación funcionalista de la sociedad tiene para Balle (1991: 426-428) al menos tres limitaciones. En primer lugar, se trata de una interpretación incompleta de la sociedad porque le falta una explicación histórica. En segundo lugar, en relación al éxito de ciertas costumbres sociales sería más pertinente hablar de necesidades que de funciones. En tercer lugar, el hecho que se reconozca una función determinada esto no supone ni su legitimidad ni su eficacia: «[...] del mismo modo que todo uso social no corresponde necesariamente a una función vital, a una necesidad legítima, es posible estimar que un uso que existe no es necesariamente, a pesar de las apariencias, el mejor medio de satisfacer ciertas exigencias presuntas» (Balle, 1991: 428).

Seguramente la crítica más general es la que hace Saperas (1992 b: 54-70) cuando establece cuatro aportas del modelo funcionalista en la investigación comunicativa.

Primera aportía: el estudio de la transmisión de la información

El estudio de la transmisión de la información, en sentido amplio, y sus efectos en las audiencias han centrado el objeto de estudio de la *Mass Communication Research*. Esta ha impedido una visión global de la comunicación «como fenómeno socio-cultural

que fomenta, y en buena parte regula, la normativización de los comportamientos individuales y la legitimación de los sistemas de creencias dominantes en la acción social de una colectividad» (Saperas, 1992 b: 55) Además, esta falta de visión global e histórica no permite generar una teoría de ámbito general.

Segunda aportía: las limitaciones del método empírico

Saperas (1992 b: 58-64) valora las posibilidades de los métodos utilizados por la *Mass Communication Research* y constata notables limitaciones. En primer lugar, no exige una teoría sociológica general al inicio de la investigación. En segundo lugar, al estudiar la opinión pública da por hecho que ésta es la suma de opiniones individuales, de esta forma se niega la propia dinámica social de fuerzas en conflicto. De hecho, el objeto de estudio se adapta a los presupuestos del investigador. En definitiva, «Los métodos empíricos se limitan a reflejar la superficialidad de los procesos sociales evaluados» (Saperas, 1992 b: 61).

Tercera aportía: la separación sujeto-objeto

Se parte del principio que el investigador (sujeto cognoscente) ha de observar de forma distante y desde fuera a su objeto de estudio (realidad social). Como ya vimos, al hablar de la situación de la epistemología actual, hay una reivindicación del sujeto en la investigación científica.

Cuarta aportía: la institucionalización de la investigación

Saperas (1992 b: 69) nos recuerda cómo las fuentes de financiación pueden condicionar la investigación. Aunque los propios investigadores niegan esta influencia, ténganse en cuenta que las habituales fuentes de financiación de estas investigaciones eran la propia industria de la comunicación de masas: las agencias de publicidad, organismo estatales y militares, además de centros universitarios.

Esta última aportía nos permite enlazar con una última y clásica crítica que se ha hecho a la perspectiva funcionalista. Se le acusa de ser conservadora. La visión de la sociedad como un todo que funciona y de las distintas instancias de la sociedad como cumplidoras de una función, se ha considerado una aproximación conservadora a la sociedad. En cualquier caso, el funcionalismo no tiene el conflicto como eje de su comprensión de la sociedad. En este sentido se podría decir que el funcionalismo es una teoría que sirve de sostén al *status quo*, es decir, al régimen existente sea cual sea, ya que es una teoría que se fundamenta en el equilibrio y en la integración. Como afirma Atrallah (1991: 75) «El funcionalismo no se pregunta por el estado actual de la sociedad, ni estudia sus orígenes, no se pronuncia en el plano ético ni sobre la deseabilidad de la sociedad. Por contra, se interesa sólo por las técnicas para su buen funcionamiento, de ahí su interés por las disfunciones».

3. La perspectiva crítica

Al igual que nos pasaba en la perspectiva interpretativa, aquí también puede haber una cierta discrepancia de las corrientes que se sitúan bajo la etiqueta de perspectiva crítica.

ca. Por ejemplo Parés (1992: 136-140) dentro de las teorías críticas sitúa a la teoría marxista de los medios de comunicación, la Escuela de Fráncfort, la teoría de la hegemonía y la teoría de la economía política de la comunicación. Mientras que Montoro (1994: 61-72) incluye dentro de la perspectiva marxista el punto de vista socio-económico, los estudios culturales (Escuela de Birmingham) y los estudios críticos norteamericanos.

Finalmente, por poner un tercer ejemplo, Saperas (1992 a: 209-232) focaliza la teoría crítica en la Escuela de Fráncfort y en Habermas. Evidentemente cualquiera de estas opciones es pertinente, sin que ninguna sea completa. No voy a entrar en la discusión sobre el encajamiento de las distintas corrientes. Recuérdese que este encuadramiento tiene fundamentalmente un objetivo explicativo y expositivo. Por mi parte, bajo el epígrafe de perspectiva crítica, voy a explicar tres corrientes: la Escuela de Fráncfort, la economía política y los estudios culturales.

Estas tres corrientes tienen una influencia notable del análisis marxista y su objeto de análisis es la sociedad capitalista del siglo XX. En este análisis se muestran a los medios de comunicación como empresas que funcionan dentro de la lógica del sistema capitalista y como instituciones que coadyuvan a la reproducción del mismo. Lo que pretende esta perspectiva es denunciar las estrategias de manipulación y de persuasión de los medios de comunicación, para sostener un sistema basado en la desigualdad y en el dominio de clase. En definitiva, lo que caracteriza a los medios de comunicación es que son unos instrumentos ideológicos.

3.1. La escuela de Fráncfort

La Escuela de Fráncfort se constituye, en el período de entreguerras, en dicha ciudad alemana. Con la subida al poder, en 1933, del nazismo se inicia el exilio de sus miembros dada la ideología marxista del centro y del origen judío de sus promotores. Algunos pudieron acceder al exilio en los Estados Unidos: Herbert Marcuse, Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, entre otros. Allí realizaron una serie de estudios y generaron una polémica con la perspectiva funcionalista (Saperas, 1992 a: 215-222). Esta polémica era inevitable porque los postulados de la Escuela de Fráncfort eran muy distintos a los del funcionalismo y sus métodos poco equiparables al empirismo que dominaba la *Mass Communication Research*.

De hecho, como señala Saperas (1998: 130), «la Teoría crítica no implica una formalización metodológica estricta y de cumplimiento obligado por parte de sus miembros». Sin embargo, el propio Saperas (1998: 131-132) apunta que la metodología de la Escuela de Fráncfort estaría dentro de la inducción analítica, que tiene las siguientes características:

- Al observar un hecho social se propone a una primera definición del fenómeno observado.
- Se plantean una o varias hipótesis que se consideran que permiten comprender el fenómeno social. Para ello se puede utilizar la empatía autoreflexiva, datos empíricos, entrevistas en profundidad, etc.
- Se analiza un caso concreto del fenómeno social.
- Si la hipótesis es incorrecta, se modifica y se reinicia el análisis.