

La comunicación social

POR JOSÉ LUIS PIÑUEL RAIGADA

Es sabido que por comunicación puede entenderse:

1. «Interacción por la que gran parte de los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno mediante transmisión de mensajes, los cuales son secuencias de signos propios de la especie, o convenidos por el aprendizaje de códigos».
2. «El propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos convenido».
3. «Sector económico que comprende las industrias de la información (producción, distribución y edición de noticias, relatos, comentarios y documentos impresos o audiovisuales sobre el acontecer de interés general); las industrias de la publicidad y marketing directo; y las de servicios de comunicación no publicitaria para empresas e instituciones (patrocinio y mecenazgo, relaciones de prensa, comunicación business to business o entre profesionales, comunicación financiera, comunicación visual y audiovisual de uso interno y externo de las empresas e instituciones con sus públicos, etc.)» (1).

El libro que merece nuestra atención (2) se ocupa primordialmente de la comunicación desde la tercera de las perspectivas reseñadas (desde las diversas formas de comunicación social [información, publicidad, relaciones públicas, etc.] -caps. 9 al 12-, hasta las de educación, la comunicación política, la comunicación internacional y el conjunto de normativas legales de las políticas europeas de la comunicación y la deontología profesional -caps. 13 al 18-); no obstante, eso sí, preocupándose de examinar las ciencias que le aportan a este sector de actividad una reflexión capaz de proporcionarle contexto epistemológico y sociocultural.

En cuanto a su contexto epistemológico (que Parés aborda a lo largo de los tres primeros capítulos de su libro), habría que subrayar que la comunicación se ha constituido en objeto científico de estudio en este siglo. Como he indicado en otro lugar (3), en poco más de cincuenta años la «teoría de la comunicación» ha tratado de ser construida desde diferentes perspectivas: ha sido una teoría física (Shannon), una teoría social con base en la Lengua (Saussure) o con base en la Antropología cognitiva (Lévi-Strauss), una teoría psicológica con base en la Percepción (Moles) o en la Interacción (Bateson, Watzlawick, Goffman); o se han estudiado los efectos sociales y psicológicos de su aplicación institucional en el campo de la Comunicación de Masas (Lasswell, Lazarsfeld, Berelson, Hovland); o se ha abordado su estudio desde una perspectiva crítica, como manifestación aberrante de la industria de la cultura liberal burguesa (Horkheimer, Adorno, Marcuse, Habermas) (4). El libro que nos ocupa limita el examen epistemológico a las perspectivas citadas en penúltimo y último lugar, aunque en un capítulo posterior (capítulo 6) dedicado a teorías y modelos básicos de la comunicación social, cite a Shannon y Weaver entre los autores de modelos teóricos; concretamente Parés



arranca de los aportes de la sociología, la ciencia política y la psicología social (capítulo 3). En consecuencia, vamos a limitar nuestro comentario a tales perspectivas, tomando como pretexto el texto de M. Parés i Maicas.

ACCIÓN SOCIAL E INTERACCIONES SOCIALES

Inevitablemente, el estudio de la comunicación en el medio social se halla relacionada con los conceptos de acción e interacción. La acción social puede ser entendida desde la perspectiva positiva de E. Durkheim como el conjunto de maneras de obrar, pensar y sentir, externas al individuo y dotadas de un poder coercitivo, en cuya virtud se imponen a él. O puede ser entendida desde la perspectiva subjetivista de M. Weber, en la medida en que los sujetos de la acción humana vinculen a ella un significado subjetivo, referido a la conducta propia y de los otros, orientándose así cada una en su desarrollo. O puede finalmente fundirse la óptica positiva y subjetiva, integrándolas en el concepto más holístico de praxis social (perspectiva dialéctica de K. Marx), desde la que todo conocimiento humano individual, inserto en el conocimiento social, está basado en las relaciones sociales de producción y transformación de la realidad, que han sido fijadas por los propios hombres en un proceso de desarrollo real y material de las condiciones históricas dadas. Parés no se ocupa directamente de tales presupuestos, ni toma en consideración a sus padres fundadores en la epistemología de la ciencia social; se limita a bascular las apelaciones sociológicas a la comunicación y a los medios de comunicación sobre las nociones de grupo, masa, multitudes, y públicos, y opta por referirse a fuentes más modernas, como Birou, Schäfers, Cazeneuve, Mousson, Blumer (si bien para las nociones de masa y multitud se remonta a Le Bon y Tarde), etc. La razón es quizá que el interés de Parés no es trazar perspectivas epistemológicas, sino trazar apuntes sobre los rasgos de aquellas nociones que más adelante va a traer a colación al hablar de los elementos de la comunicación social y sus formas.

Puestos a considerar el proceso de la comunicación (capítulos 4 y 5), debiera tenerse como telón de fondo que toda la actividad humana, en tanto que vida social, se constituye en actividad social; una actividad social que se caracteriza por perseguir objetivos sociales. Las motivaciones y las orientaciones de la acción debieran entenderse en el marco de las formaciones sociales donde se desarrollan históricamente los esquemas relacionales, conformando redes interactivas (individuales o grupales) entre los agentes sociales. Estos pueden anticipar o reaccionar así ante las acciones de otros agentes. Esta visión, claramente sistémica, debida a T. Parsons, señala cómo la acción social no consiste tan sólo en respuestas particulares ante estímulos situacionales particulares, sino que el agente envuelve la relación de un verdadero sistema de expectativas relativas a la configuración social en que se encuentra. El concepto de interacción social organizada parece el que mejor define la relación social. Aunque las interacciones sociales en forma de relaciones terminan por fijarse ritualmente en esquemas de conducta social.

La introducción paulatina de significados sobre las acciones, va alineando la acción propia y las de los demás en el universo de conocimiento social. Los actos sociales se realizan mediante símbolos compartidos, siendo la forma más explícita de éstos el lenguaje. Mediante el lenguaje, el sujeto social es capaz de desarrollar su mente, su sentido del yo, la conciencia de la identidad, y de asumir roles sociales. La cultura y el aprendizaje humanos se realizan mediante la comunicación, o interacción simbólica, por la que se adquiere el propio sentido del ser, carácter e identidad. El yo reflejado, o «yo espejo» (Ch. H. Cooley) es la constitución de un yo a

partir de la interacción con los demás. Esta constitución hace del yo un ser objetivo y subjetivo (G.H. Mead), de forma que este último es capaz de considerar al objetivo (mi o me) abriendo paso a la conciencia. Para Mead, vamos adquiriendo nuestro sentido del yo de un modo simétrico a nuestro sentido de la existencia del otro. Así, cada uno de nosotros llega a ser consciente de una especie de otro generalizado, a saber, la sociedad en general. Cada situación de interacción se define de acuerdo con el bagaje simbólico que poseemos y que proyectamos in situ, definiendo la situación. La interacción simbólica resulta ser un medio por el cual se realiza la socialización humana que acompaña toda la vida del ser social. En definitiva, los procesos individuales y sociales son como repertorios articulables de interacciones sociales cargadas paulatinamente de más significados, según se amplían y diversifican las experiencias. Así, el sentido del yo y el sentido del otro generalizado, a través de este tipo de interacciones simbólicas, se van manteniendo y reforzando.

No obstante, todas estas nociones, que personalmente sé que son muy apreciadas por Parés por su sensibilidad nacionalista, sólo son traídas a colación en su texto a través de un demasiado breve apartado a propósito de «la construcción social de la realidad», cuando en el capítulo 5 reflexiona sobre los efectos de la comunicación social.

Según P. Berger y T. Luckmann (5), la socialización, como modo de reproducción de identidad a través de la comunicación social, trata de la integración de imágenes o contenidos culturalmente significativos y específicos en una visión del mundo y de la sociedad. Las instituciones encargadas de la transmisión de significados tienen por misión obtener una respuesta social de reconocimiento sobre la legitimidad del status quo. Los individuos sociales deben interiorizar o integrar ese significado en el proceso educativo (y a la relevancia de la comunicación y la educación dedica un jugoso capítulo Parés: el capítulo 13). Toda transmisión de significados entraña procedimientos de control y no sólo de legitimación. Así, las instancias reproductoras han de incorporar las concepciones desviadas dentro del universo simbólico o modelo de mundo vigente. El resultado es la reafirmación de ese universo. Toda la realidad, nos dicen Berger y Luckmann, queda abarcada por el alcance conceptual del universo simbólico vigente. Por ejemplo, al desempeñar roles, los individuos participan en el mundo social. Al interiorizar dichos roles, ese mismo mundo cobra realidad subjetiva para ellos. El desempeño de roles significa la afectación normativa sobre los comportamientos individuales, porque todo comportamiento institucionalizado involucra roles y éstos comparten así el carácter controlador de la de cualquier institución.

LA MEDIACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD SOCIAL

La progresiva autonomía, independencia y distanciamiento del sujeto humano respecto de la influencia de su medio, viene dada por la capacidad de control, cada vez menos implicado con relaciones sensoriales, que el ser humano ha sido capaz de desarrollar sobre sí mismo, sobre el hábitat donde vive, y sobre la relación que cabe mantener con él. La mediación entre el cambio del acontecer y la conciencia que el sujeto, que permanece, se hace de ese cambio puede establecerse no sólo por la actividad escrutadora del sujeto en cuestión, sino también por el concurso de otros sujetos reconocibles que le proveen de información acerca de ese cambio. La actividad mediadora conoce aquí su origen: la mediación se produce por la intervención de procesos de intercambio de información entre actores de la comunicación. De modo que aquel intercambio sirve para mediar entre el acontecer y los hombres. El intercambio informativo al que Parés dedica los capítulos 8 y 9, si se produce en entornos sociales,

proporciona un sentido social a la mediación: los agentes sociales -sean grupos u organizaciones- que procuran información sobre el acontecer, se institucionalizan para la producción social de mediaciones: son los medios de comunicación social (capítulo 10). Los medios de comunicación social se convierten en instituciones especializadas, no solamente de información acerca del acontecer social, sino sobre todo de transmisión de significados sociales. Y toda transmisión de significados institucionales entraña procedimientos de control y legitimación de esas instituciones.



PEDRO ARJONA

La mediación comunicativa se convierte en mediación social si se reconoce la función reproductora que desempeña el Sistema de Comunicación (o cualquiera de los sistemas de comunicación) acerca del Sistema Social (o de sistemas o subsistemas sociales particulares). La reproducción que promueven los productos comunicativos se sitúa a nivel superestructural. Las representaciones sociales vehiculadas a través de las instituciones comunicativas integran la diversidad y la conflictividad del acontecer de referencia por el recurso a una práctica comunicativa que media estructural y cognitivamente.

Estructuralmente, porque todo proceso productivo se halla estructurado como un mecanismo por el que se pretende rentabilizar u optimizar las inversiones en medios materiales y humanos. De ahí que, en concreto, la producción de comunicación en las empresas periodísticas esté sometida a unas pautas expresivas. Y a este propósito Parés trae a colación «algunas teorías sobre la información» que se sitúan más sobre un plano superestructural que estructural. La mediación estructural opera sobre los soportes de los medios, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación. La división del trabajo expresivo entre los emisores, que recurre a códigos expresivos adecuados a la tarea de construcción del discurso periodístico, supone la mediación estructural. Esta tarea se ritualiza y los formatos que adquieren los productos expresivos se hacen estables (repárese, por ejemplo, en la ubicación y conformación rígida de las secciones de un periódico). La apertura imprevisible del acontecer y el cerramiento necesario del producto comunicativo asegura la ritualización en la presentación de los datos de referencia mediante una repetición de las formas estables del relato, que transfieren la identidad de éste a la identidad social del acontecer relatado. Y este es el aspecto retomado por Parés cuando habla de los medios de comunicación social como institución y como organización (capítulo 10).

La introducción de códigos de significación por medios institucionales de comunicación posee

una función reproductiva de las representaciones socialmente sancionadas. La opinión pública, la cultura de masas, la educación (capítulos 11, 12 y 13) ofrecen suficiente ilustración a este propósito, pero el hilo conductor de la exposición llega a ocultarse tras la prolija exposición de apreciaciones teóricas.

Cierra finalmente Parés su libro abordando perspectivas sobre políticas de comunicación y sus presupuestos internacionales, nacionales e incluso autonómicos referidos a Cataluña, tanto desde visiones de hecho como de derecho (Comunidad Europea, Consejo de Europa, etc.).

CONCLUSIÓN

¿Cuál es la utilidad y para quién, de esta Introducción a la Comunicación Social?

Globalmente puede decirse que es un libro escrito desde el mundo académico-profesional de las Facultades de Ciencias de la Información españolas, cuya historia de más de 20 años se caracteriza por mirar el paisaje de las ciencias humanas y sociales desde la propia ventana, que sólo muestra el exterior en función de los vanos que permite la estructura del edificio. El esquema es el clásico de una memoria de Concurso-Oposición: arranque desde las citas de rigor sobre epistemología de las ciencias sociales, perspectivas de las ciencias sociales y humanas desde las supuestas «ciencias de la comunicación», nociones básicas a partir de las cuales examinar los procesos de comunicación, teorías y modelos sobre la comunicación social, un poco de historia, formas y medios de comunicación, y, finalmente, reflexiones desde el mundo académico de la «comunicación social» a propósito de la cultura de masas, la opinión pública, la educación, la comunicación política y las políticas de comunicación, con excursión sobre ética y deontología de las prácticas profesionales. Cada apartado, además, hilvanado sobre los pespuntos de las citas obligadas de los autores con que se mantienen relaciones vigentes académico-profesionales, y que en el caso de Parés i Maicas son muy nutridas, ya que alcanzó el mérito de ser secretario general del Congreso Mundial del AIERI celebrado en Barcelona durante el verano de 1990. No obstante, el libro merece una consulta permanente, más útil para quienes, como él, en su día se ven obligados a elaborar una memoria académica de oposiciones, que para alumnos de primeros cursos de carrera a quienes una Introducción como esta puede resultar prolija de pareceres y comentarios.

(1) Cfr. en M-H Westphalen, J-L Piñuel, La dirección de comunicación. 1. Prácticas profesionales. 2. Diccionario técnico. Ed. El Prado. Madrid, 1993.

(2) Manuel Parés i Maicas. Introducción a la comunicación social. Ed. ESRP-PPU. Barcelona, 1992.

(3) Cfr. Piñuel, J.L. La Expresión. Una introducción a la Filosofía de la Comunicación. Madrid, 1989. Ed. Visor. Págs. 125-126.

(4) Para un análisis sistemático de los modelos de comunicación, diferenciando «entre modelos destinados a una intervención práctica sobre algún sistema de comunicación específico (sistemas de carácter social, como la comunicación de masas; interpersonal; político, como las elecciones, etc.), y modelos destinados a una explicación teórica, o metodológica de los fenómenos comunicativos: teoría o método, en principio aplicable a cualquier clase de sistemas de comunicación concreto, o bien a un amplio repertorio de sistemas específicos», cfr. Martín Serrano, M.; Piñuel Raigada, J.L.; Gracia Sanz, J.; y Arias Fernández, M.A.: Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia. Madrid, 1981, págs. 101-137. (Obra que, sin embargo, o desconoce Parés, o no considera relevante por alguna razón ignorada).

(5) Berger, P. y Luckmann, T.: La construcción social de la realidad. Buenos Aires, 1983. Ed. Amorrortu.

