

# diferentes enfoques teóricos de la comunicación

José Ignacio Aceves

El desarrollo acelerado de los medios masivos de comunicación, ha traído como consecuencia la necesidad de abundar en el estudio de la comunicación. Así, han surgido teorías que tratan de explicar el fenómeno vital y recurrente que para el hombre representa el acto de comunicar sus ideas, sentimientos, pensamientos, etcétera, a los demás.

Dichas teorías, formuladas fundamentalmente por sociólogos y psicólogos, sirvieron como punto de partida para nuevas investigaciones que han venido a aumentar el número de volúmenes que tratan de precisar al hombre como ser de la comunicación racional y los efectos, tanto positivos como negativos, que los mensajes transmitidos por los medios masivos provocan en los miembros de la sociedad.

De ninguna manera se ha llegado a agotar el amplio campo de investigación que representa la comunicación. Si pensamos en que el hombre es un ser en constante evolución, será fácil caer en la cuenta que tal vez dicho campo difícilmente se agote, ya que la comunicación es factor esencial de la naturaleza humana.

La finalidad de esta exposición es precisamente recordar las teorías más destacadas que sobre la materia que nos ocupa se han dado a conocer. Pero antes de entrar de lleno en dichas teorías, se hace una exposición de lo que a nuestro juicio ha sido la evolución comunicativa del hombre.

## 1. EL HOMBRE, SER DE LA COMUNICACION RACIONAL

Hablar del hombre es hablar de comunicación racional. Sería difícil pensar que el humano hubiera evolucionado sin contar con la capacidad lingüística. De acuerdo a lo anterior, podemos afirmar que cuando el hombre sistematiza los signos para poder comunicarse con sus semejantes, surge la sociedad humana.

N.º de la R. Las teorías a las que se refiere el autor corresponden a lo que se denomina "escuela norteamericana".

Mucho se discute, sobre todo últimamente, si en realidad los hombres son los únicos que se comunican de manera racional entre sí. Se asegura que algunas especies animales también cuentan con códigos aunque incipientes, para realizar el acto comunicativo.

Cierto es que las abejas, los delfines y algunas otras especies se distinguen de los demás animales por su forma más elaborada de comunicación, pero no hay fundamento suficiente para afirmar por ello que su comunicación es racional. Hasta el momento ningún grupo animal ha sido capaz de crear una cultura y transmitirla a generaciones posteriores. Ante esta realidad, muchos seguiremos considerando que la comunicación animal es una manifestación meramente biológica (instintiva).

Para aceptar lo anterior, conviene que demos un repaso al proceso que el hombre experimenta antes de llegar a la emisión de juicios. Al hacer esto, estaremos examinando de hecho la comunicación humana, y por lo tanto racional.

Para que el hombre llegue a la emisión de un juicio, tiene que pasar por dos operaciones fundamentales: experiencia y comprensión. Sin ellas sería imposible la formulación de juicios. En consecuencia diremos que las tres operaciones básicas de la inteligencia humana son: **experiencia, comprensión y juicio.**

**La experiencia** se explica como el momento en que un ser es estimulado por el medio ambiente que lo rodea. El estímulo recibido puede ser de cualquier índole. También los animales son estimulados de manera constante, pero se quedan en esta etapa, sin poder explicarse el hecho que los ha estimulado.

**La comprensión.** Esta segunda operación la entenderemos como el análisis de aquello que nos estimula. Se da exclusivamente en el hombre puesto que para llegar a una plena comprensión se deben contestar algunas preguntas, tales como: ¿qué es? ¿por qué es? ¿cuál es? ¿cómo se produce? Cuando hemos contestado dichas interrogantes, estamos aptos para emitir un **juicio.**

**El juicio,** según lo que acabamos de ver, es la expresión de una idea, un sentimiento o un pensamiento, y por lo tanto constituye a base de la comunicación racional. (1)

En ningún momento debemos perder de vista esta realidad humana, ya que es algo constante y recurrente. Ha hecho posible que el hombre sistematice códigos que le permitan exteriorizar su intimidad hacia el "otro".

## 2. DESARROLLO DE LA COMUNICACION

Si queremos entender el desarrollo de la comunicación, en primer lugar deberemos diferenciar lo que es comunicación animal y comunicación humana.

Podemos decir que la comunicación animal es un proceso instintivo que experimenta todo ser vivo y que motiva el organismo a ciertas reacciones, por regla general invariantes.

Mientras tanto, la comunicación humana es un proceso alter-

nante, a través del cual un comunicador envía un mensaje —previa selección de un medio—, utilizando un código común, con una determinada intencionalidad, a un perceptor, del cual espera una respuesta.

Por su parte, la comunicación humana se divide en: interpersonal y colectiva. La comunicación interpersonal es la que realizan las personas entre sí, sin utilizar los medios de comunicación colectiva. Aún podemos subdividirla en:

I. **Comunicación Intrapersonal:** proceso que realiza un mismo individuo, quien reúne las características de comunicador y perceptor al mismo tiempo. O sea que, pese a que se realiza el proceso de comunicación, no hay la necesidad de exteriorizar el mensaje.

II. **Comunicación Bipersonal:** este proceso requiere de la presencia de dos personas que juegan el papel alternante de comunicador y perceptor, durante la transmisión de mensajes.

III. **Comunicación Grupal:** proceso en el que intervienen más de dos personas, y en el cual toman indistintamente el papel de comunicadores y perceptores. Este tipo de comunicación también contempla el caso de los grupos pequeños, públicos o multitudes, pero siempre con la característica de ubicación física próxima y posibilidad de intercambio de ideas.

Por lo que toca a la comunicación colectiva, recurriremos a Charles Wright<sup>2</sup> para ayudarnos a definirla: la comunicación de masas en un proceso organizado, a través del cual un comunicador (organismo), envía un mensaje cuyo contenido está abierto a la tentación pública, y aunque lleva una intencionalidad, no se espera una respuesta inmediata.

Las características esenciales de la comunicación colectiva son las de ser pública, rápida y transitoria.

En realidad el estudio y la investigación de esta disciplina, vital para el desarrollo del hombre, ha sido tema de las últimas cinco décadas. De antes no se tienen datos sobre algún estudio que tratara de sistematizar el conocimiento de la comunicación.

Cierto es que ya Aristóteles en su **Retórica** intenta "la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión"<sup>3</sup> y aunque dicho libro está organizado de tal modo que estudia a la persona que habla, el discurso que pronuncia, y la persona que escucha, en realidad la intención no fue la de contemplar a la comunicación como tal.

### 3. MODELOS DE LA COMUNICACION

De acuerdo a la división hecha, podemos observar que la historia de la comunicación, que es la del hombre mismo, se puede estudiar en dos grandes niveles: **la comunicación interpersonal y la comunicación colectiva.**

Es importante anotar que fue sólo ante la irrupción de los medios masivos de comunicación, cuando los científicos empezaron a interesarse por el estudio de la comunicación. Ciertamente que

en el siglo XV apareció la imprenta, que supuso ya un elemento posibilitador de la comunicación de masas, pero fue sólo hasta fines del siglo XVIII y principios del XIX cuando la información masificada que proporcionaba el periodismo, provocó la atención de algunos investigadores interesados en los efectos de los periódicos sobre los lectores.

En realidad de aquélla época nos queda la noticia de la preocupación, pues de hecho no surgió entonces una teoría que hubiera ayudado a investigaciones posteriores. Fue necesario que aparecieran en el marco social el cine y la radio, para que en realidad se intentaran estudios que dieran luz sobre el problema de la comunicación, puesto que estos dos medios mucho más que la prensa producían efectos muy especiales en el perceptor.

Hasta antes de la década de los 30s, nunca fue usado el término investigador de la comunicación. Y fue en Estados Unidos donde empezaron a tomar cartas en el asunto. Más tarde, hacia la década de los 50s, otros países intentaron también investigar al respecto.<sup>4</sup>

Pese a que por largos años la palabra impresa fue el único medio de comunicación colectiva, los investigadores del periodismo se encontraron en desventaja con respecto a otros especialistas, en cuanto a investigación se refiere. Fue necesario que se introdujeran en ese campo, expertos en las investigaciones cuantitativas para que el estudio de la comunicación contara con técnicas adecuadas.<sup>5</sup>

Es pues que los estudios sobre la comunicación han utilizado la metodología de las ciencias del comportamiento, principalmente de la psicología y la sociología. Pero lo que en verdad importa en este caso, es que con la intervención de sociólogos y sicólogos, empezó a fundamentarse lo que hoy conocemos como teoría de la comunicación.

De acuerdo con Schramm, entenderemos por teoría "al conjunto de hipótesis relacionadas, en alto nivel de abstracción, del cual pueden generarse suposiciones comprobables por métodos científicos de medición con base en los cuales se pueden hacer predicciones sobre el comportamiento humano"<sup>6</sup>

Como principal fundamento de la investigación, encontramos al modelo, del cual se partirá formulando hipótesis sobre alguno de los aspectos más interesantes, mismas que habrán de probarse o disprobarse para obtener nuevos datos que reafirmen el modelo y enriquezcan la teoría.

Por su parte Felipe Pardinas indica que, "un modelo científico está compuesto de un marco teórico, de una metodología deducida del marco teórico y de las técnicas de investigación resultantes de las decisiones metodológicas. En un modelo científico —continúa— la teoría es un conjunto de proposiciones, generalmente definiciones o postulados, que sirven de base a las hipótesis explicativas o productivas de un área de fenómenos u observaciones" 7

De acuerdo a lo que acabamos de ver, con el establecimiento de una teoría de la comunicación se pretende poder explicar, de manera lo más precisa posible, los diferentes elementos que integran el proceso, las instituciones y los efectos de la comunicación colectiva.

Pese a que, como ya dijimos, en épocas anteriores se venían haciendo ciertas investigaciones sobre la comunicación, fue Harold D. Lasswell, político científico, uno de los primeros en emplear y mejorar los métodos de análisis de la comunicación, con un propósito determinado. Para realizar sus investigaciones planteó un diagrama: "quién dice-qué-en qué canal-a quién con qué efectos". En este diagrama, ya se describen las cinco zonas principales que representan mayor interés de estudio en la comunicación. 8

De acuerdo a este diagrama podemos apreciar la existencia de varios campos de análisis que, para la comunicación colectiva, son de gran interés: **el análisis de control, el análisis de los medios de comunicación, el análisis del público perceptor y el análisis del efecto.**

Para complementar este modelo, Raymond Nixon agrega dos elementos más: el propósito y la habilidad. Estos elementos se refieren, según lo explica Berlo, 8 a la intencionalidad que lleva implícita el mensaje y a las habilidades de codificar y decodificar, por parte tanto del comunicador como del perceptor.

Después del modelo presentado por Lasswell, vinieron otros estudios que lo han modificado y complementado, por ejemplo el de Wilbur Schramm, realizado en 1940 y que viene a ser una adaptación de "La teoría de la Información". Su diagrama contempla al proceso de la siguiente manera: "Fuente-comunicador-mensaje-perceptor-destino". Además acuña el concepto "ruido", obtenido de la ingeniería y aporta el de "marco de referencial" 9

Más tarde (1954), el propio Schramm modifica su diagrama y lo sustituye por el diseño de su "Tuba". Con este modelo, Schramm modifica también el aspecto unidimensional del diagrama de Lasswell, demostrando que el proceso de la comunicación es circular, aún el de la comunicación colectiva. Surge así lo que se llamó "reaprovechamiento de la información", y que no viene a ser más que la retroalimentación, o comunicación de retorno, observada por Shannon, de la coherencia espacial. 10

Con este modelo, se deja entrever el aspecto selectivo de acuerdo a los grupos sociales y a la influencia de líderes o jefes de grupo.

Casi paralelamente a la aparición del diagrama de la "Tuba", surgió el modelo del "Concepto de la Investigación sobre Comunicaciones" realizado por Bruce H. Westley y Malcolm S. Mac Lean Jr. La contribución más importante de este modelo es el establecimiento de la distinción entre la función del "intermediario" (el comunicador con un propósito determinado) y el periodista (comunicador que no tiene propósito determinado). El periodista, en este caso, es sólo reportero e intérprete, pero en el caso de sociedades

libres, la función principal del periodista es: "**preparar para el receptor un ambiente más amplio**".

William Stephenson, por su parte, formuló la "Teoría General de la Comunicación Colectiva". Esta teoría se fundamenta en los investigaciones ya efectuadas y en el uso de su "técnica Q." Dicha teoría plantea que hay dos principios en los cuales se fundamentan los procedimientos de la comunicación colectiva: "el aumento de la estimación propia" en el individuo, y la "selectividad convergente" en el grupo. Concretamente, el autor señala que las personas satisfacen sus necesidades y deseos de acuerdo a lo que consideran que les causará un "aumento de su estimación propia"; la "selectividad convergente" (esto es, de muchos individuos) establece el papel que un determinado medio de información debe desempeñar, en provecho de los mismos. Por ejemplo, mientras mayor sea el número de personas que perciban un mensaje, "menor tolerancia habrá para la interpretación individual" 11

En realidad, a partir de los modelos expuestos han surgido muchas especulaciones, enriquecedoras algunas, que han dado lugar a una abundante bibliografía donde se trata de explicar la comunicación. En esencia, se sigue respetando el esquema de Lasswell, y por consiguiente el de la **Retórica** aristotélica.

Merecen atención las aportaciones de Berlo, 12 quien conjunta, quizá por primera vez, todos los elementos de la comunicación, les da un orden y los examina de manera exhaustiva, aunque en algunos hay confusión de concepto. Por ejemplo: cuando se refiere a medio y canal, a codificación y decodificación y a fuente y comunicador.

Conviene mencionar el descubrimiento realizado por Osgood que examina el "diferencial simántico". Consiste en hacer una modificación del significado y ha sido utilizado mucho en el estudio de las actitudes.

Entre las aportaciones hechas por estudiosos mexicanos, es de tomarse en cuenta el esfuerzo realizado por Felipe Pardinas, 13 quien en su modelo hace una amplia explicación del proceso de la comunicación, partiendo de la intrapersonal, hasta llegar a la colectiva. Su trabajo aporta una novedosa explicación de los códigos, indicando que éstos no vienen a ser más que "la programación de la experiencia existencial del ser humano, aprendida desde la niñez y a lo largo de la vida, a través de los mensajes recibidos de diferentes comunicadores que operan sobre las personas que integran un grupo social determinado":

Sistematiza a los códigos de la siguiente manera:

A. **Códigos selectivos**, son aquellos que se adquieren por aprendizaje y más tarde por crítica personal. La función de estos códigos es la jerarquizar y definir los objetivos fundamentales de la vida y de la actividad. En función de ellos se selecciona la información.

B. **Códigos de significado**, a través de los cuales se efectúa la descripción de objetivos, de oficios sociales, de instituciones de la ecología social del grupo, de la persona, de la ecología botánica

o animal.

**C. Códigos de relación**, enseñan a los seres humanos las conductas preferenciales de los diferentes papeles sociales, tanto en grupos institucionalizados como en grupos voluntarios. Responden a una pregunta frecuente ¿cómo debo conducirme para alcanzar mis objetivos, los objetivos de mi grupo o de mis allegados?

**D. Códigos complementarios**, son los que el grupo enseña a fin de resolver, comprobable o no comprobablemente, conflictos dentro de la persona, entre la persona y otras personas, entre aprendizaje y experiencia, entre biología y cultura, entre naturaleza e historia, entre formulaciones abstractas y datos concretos, entre palabras y conducta real. Ayudan a explicar la experiencia que contradice al aprendizaje.

**E. Códigos críticos**, son aquellos que dependen de una selectividad de edad, de nivel de información, de aceptación o rechazo, de la censura política, religiosa y social aceptadas por la selectividad del grupo. Estos códigos cuestionan a los de selectividad, de relación, de significado y a los complementarios.

#### **4. LAS DIFERENTES TEORÍAS E INVESTIGACIONES SOBRE LA COMUNICACION**

En la actualidad, el estudio de la comunicación ha dejado a un lado la época de la descripción, caracterizada principalmente por el gran número de estudios de los públicos perceptores, enfoque que sólo dejó como resultado, información sobre los porcentajes (método cuantitativo).

A raíz de los nuevos experimentos de la psicología sobre el proceso de aprendizaje, se descubrió que "algunos impulsos motivacionales pueden ser adquiridos mediante el aprendizaje y que no todos los individuos son motivados por los mismos incentivos... la motivación individual y las diferencias de aprendizaje se vieron reforzadas por los hallazgos de los estudios de la personalidad humana".<sup>16</sup>

"También la psicología social acuñó nuevos conceptos para reemplazar la idea del instinto".

"La conclusión de estas investigaciones determinó que los valores, necesidades, creencias y actitudes del individuo contribuían a determinar la manera en que éste seleccionaba los estímulos del medio... dentro de los marcos de referencia por él adquiridos una vez que habían captado su atención".<sup>17</sup>

Con todo este acervo de conocimientos, la comunicación colectiva enriqueció sus estudios y modificó su idea sobre los públicos que hasta antes se habían considerado como una colectividad monolítica, "prestaba atención uniformemente a cualquier tipo de comunicación que se hiciera llegar hasta ella".<sup>18</sup>

Con esta teoría, llamada de las **diferencias individuales**, corrigieron el esquema E-R de la comunicación y surgió el aspecto selectivo de los públicos. Esto es, a partir de la transmisión de mensajes, los medios "contienen estímulos particulares que interac-

túan de manera indiferenciada con las características de la personalidad de los miembros del público".19

Paralelamente a la teoría de las diferencias individuales, jugó gran importancia la teoría de las **categorías sociales**, la cual supone que hay amplias colectividades, agregados o categorías sociales cuya conducta frente a un conjunto dado de estímulos es más o menos uniforme"20 Como podemos observar, esta teoría se sobrepone de alguna manera a la vista anteriormente.

Por otra parte, la citada teoría resulta más descriptiva que explicativa, pero ha resultado de gran utilidad para el estudio de los medios de comunicación colectiva, ya que posibilita predicciones (sondeo de público).

"Si bien la teoría de las diferencias individuales presenta una imagen del proceso de la comunicación más congruente con los hallazgos de la psicología general, la de las categorías sociales armoniza mejor con las teorías sociológicas generales sobre la naturaleza de la sociedad de masas, de la que aparentemente deriva".21

En realidad, ambas teorías quedarían resumidas en el modelo de Lasswell, expuesto ya en este trabajo.

Otra teoría, aparecida en el marco de las investigaciones es la teoría de las **relaciones sociales**. Con ella se vino a modificar la idea que se tenía sobre la sociedad, vinculada con los medios de comunicación, pero no entre sí. Con esta teoría, podemos relacionar el modelo de la "Tuba", realizado por Schramm.

A través del estudio realizado (1940) por Lazarsfeld, (**El Radio y la Página Impresa**), Berelson y Gaudet, se reconocieron los vínculos grupales, cuya influencia puede modificar el efecto de la comunicación. Al finalizar el estudio emprendido por estos autores, sobre las elecciones presidenciales, se descubrió que las relaciones sociales actúan modificando la forma individual de reaccionar frente a un mensaje transmitido por los medios.

En otro estudio sobre líderes de opinión, Merton descubrió que hay líderes "locales" y "cosmopolitas". Esta división la hizo el investigador de acuerdo con la orientación de los problemas, que se observaron en los investigados, con respecto a la estructura social local o las sociedades de mayor tamaño.22

Algún tiempo después, John y Matilde Riley iniciaron una serie de experimentos con niños adolescentes, en los cuales descubrieron que el sentido de los niños hacia la asociación o no asociación a grupos afines, tiene un gran significado en el uso que hacían de la comunicación colectiva.

Más tarde (1955), Claire Simmerman y Raymond Bauer iniciaron una investigación donde se demostró que los públicos perceptores tenían la tendencia a recordar aquellas partes de la comunicación que eran aceptables a otros públicos perceptores con quienes más tarde tendrían que comunicarse, aún cuando aquellos perceptores tuvieran un punto de vista muy diferente al suyo propio.

Esta investigación fue retomada por la Universidad de Stanford,



con algunos cambios. Los resultados demostraron que el grupo de referencia tenía, aparentemente, algún efecto en el cambio de actitud que se experimenta en el primer perceptor de la comunicación. Esto es, que "los grupos con los cuales un individuo piensa que tendrá que comunicarse, en el futuro (la agrupación social a la cual tendrá que dirigirse, los compañeros de trabajo con quienes tendrá que hablar, su familia, etc.), ejercen un efecto poderoso en aquellos mensajes que selecciona de la comunicación colectiva."<sup>23</sup>

Por último, señalaremos la **teoría de las normas culturales**, que se preocupa por el aspecto cultural de los medios de comunicación colectiva y afirma que sus mensajes crean en el público impresiones de que las normas culturales comunes, referentes a los temas tratados por los mensajes, están estructurados o definidos en determinada forma específica. <sup>25</sup>

De esta manera, la conducta cultural del individuo se verá reforzada o modificada por el efecto de la comunicación. Esta influencia, según se señala, puede observarse desde tres aspectos:

a) El contenido de la información que puede **reforzar las pautas existentes**.

b) Los medios que pueden **crear nuevas convicciones compartidas**, de acuerdo a tópicos en los cuales el público ha tenido poca experiencia previa.

c) En cuanto a las consecuencias, puesto que se pueden **cam-  
biar normas preexistentes**, y por lo tanto modificar el comportamiento. <sup>24</sup>

A partir de estos aspectos que son potenciales en los medios, se desprendieron una gran cantidad de estudios, a través de los cuales se concluyó que no sólo los medios de comunicación colectiva son los únicos esfuerzos tendientes a procurar un cambio.

Pero sin duda, fue de estos estudios de donde se sistematizaron cuatro funciones que debe observar todo medio de comunicación colectiva: informar, educar, divertir y orientar.

Para 1959, se tenía ya una idea clara de lo que realmente interesaba a la investigación de la comunicación. En esta época, es cuando la Asociación Internacional para la Investigación de la Comunicación Colectiva, organiza a sus miembros en cuatro áreas de interés para la investigación: Investigación Histórica, Investigación Legal y Política, Investigación Económica y Técnica e Investigación Psicológica y Sociológica. <sup>25</sup>

En la investigación de la comunicación, el periodismo tiene la obligación de participar, estudiando:

a. La comunicación colectiva como una institución social, su organización, su control social, su sitio en la estructura social y en las funciones sociales, su contenido, sus públicos perceptores, su responsabilidad y su eficacia.

b. La selección de canales de información, la naturaleza de sus mensajes, la selección propia de los públicos perceptores, la naturaleza de la atención pública, el problema de la transmisión del significado, la relación de estructuras de grupo y las

predicaciones sobre los efectos.

c. Lo que hace la comunicación colectiva en el vivir cotidiano y cómo contribuye al cambio social o a la inoperancia del cambio.<sup>26</sup>

Pero es urgente tomar en cuenta que la investigación de la comunicación necesita de una atención interdisciplinaria.

## CONCLUSION GENERAL

Por todo lo expuesto, podríamos concluir que aún nos falta mucho conocimiento con respecto a la comunicación. En realidad, hasta la fecha no se ha podido precisar una teoría que nos conduzca al conocimiento del hombre como ser de la comunicación racional. Y lo paradójico es que los medios de comunicación masiva son una realidad actuante; funcionan de manera acelerada, pero sin un contenido que realmente venga a favorecer a la sociedad a la cual sirven.

Se ha dicho, con razón, que los medios de comunicación colectiva son ya una institución social de la cual depende, en gran medida, el logro de una mejor actuación humana. La importancia que en últimas fechas ha revestido la televisión, nos podrá servir para confirmar lo expresado. Este medio se ha convertido prácticamente en una nodriza cultural, que lleva de la mano a los niños, introduciéndolos en caminos que ni ella misma conoce.

Pero el problema no es sólo de la televisión, hacemos mención especial de ella porque es quizá uno de los medios de mayor importancia y que más problemas presenta actualmente. Pero en realidad la prensa, el cine, la radio y la T.V., sobre todo en el caso de México, necesitan modificar mucho su actuación.

---

## NOTAS:

- 1 Lonergan **Inside** p. 3-7.
- 2 Wright. **Comunicación de masas.**
- 3 Nixon. **Investigaciones...** p. 13.
- 4 Nixon. **op. cit.** p. 12.
- 5 Nafzinger y White. **Introducción a la...** p. 7.
- 6 **Ibidem,** p. 8.

- 7 Nixon. **Op. Cit.**, p. 70.
- 8 Berlo. **El Proceso de la Comunicación.**
- 9 Nixon. **Op. Cit.**, p. 70-72.
- 10 Ibidem.
- 11 Ibidem.
- 12 Berlo. **Op. Cit.**
- 13 Pardinás. p. 51.
- 14 Ibidem.
- 15 Nafzinger. **Op. cit.** p. 11.
- 16 De Fleur. **Teorías de la Comunicación Masiva.** p. 178-184.
- 17 Ibidem.
- 18 Ibidem.
- 19 Ibidem.
- 20 Ibidem.
- 21 Ibidem.
- 22 Ibidem.
- 23 Nafzinger y White. **Op. Cit.** p. 13-14.
- 24 De Fleur. **Op. Cit.**
- 25 Nixon. **Op. Cit.** p. 33.
- 26 De Fleur **Op. Cit.**

#### **BIBLIOGRAFIA GENERAL.**

Lonergan. **Inside.**

Wright Charles. **Comunicación de masas.**

Nixon, Raymond. **Investigaciones sobre Comunicación Colectiva.**

Nafzinger y White. **Introducción a la Investigación de la Comunicación.**

Berlo, K. **El Proceso de la Comunicación.**

De Fleur. **Teoría de la Comunicación Masiva.**