

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

Raúl Fuentes Navarro

Guadalajara 1980

INDICE.

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

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

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

D.R. Raúl Fuentes Navarro. 1980.

INTRODUCCION.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

-Contribuir a una mejor comprensión teórica de la comunicación;

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

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

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

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

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

* (116)

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

Umberto Eco.

1.- FUNDAMENTOS DEL MODELO PROPUESTO.

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

* (13)p.19

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

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

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

1.1 PRESUPUESTOS EPISTEMOLOGICOS DEL MODELO.

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

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

* (59) pp.
15-16

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

* (46) p.68

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

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

* (82) pp.
23-24.

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

* (73)p.18

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

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

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

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

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

* (150)p.26

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

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

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

* (28)p.163

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

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

* (61)

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

1.2 LAS PREMISAS TEORICAS DEL MODELO.

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

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

1.2.1 EL PROCESO DE LA COMUNICACION.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

* (46)p.35

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

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

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

1.2.2 LA CULTURA COMO CONTEXTO.

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

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

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

* (46)p.131

* (96)p.203

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

* (46)p.144

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

* (46)p.131

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

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

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

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

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

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

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

2.- EL MODELO Y SUS DEFINICIONES.

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

* (46)p.268.

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

* (46) pp.
475-480.

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

* (44)p.474

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

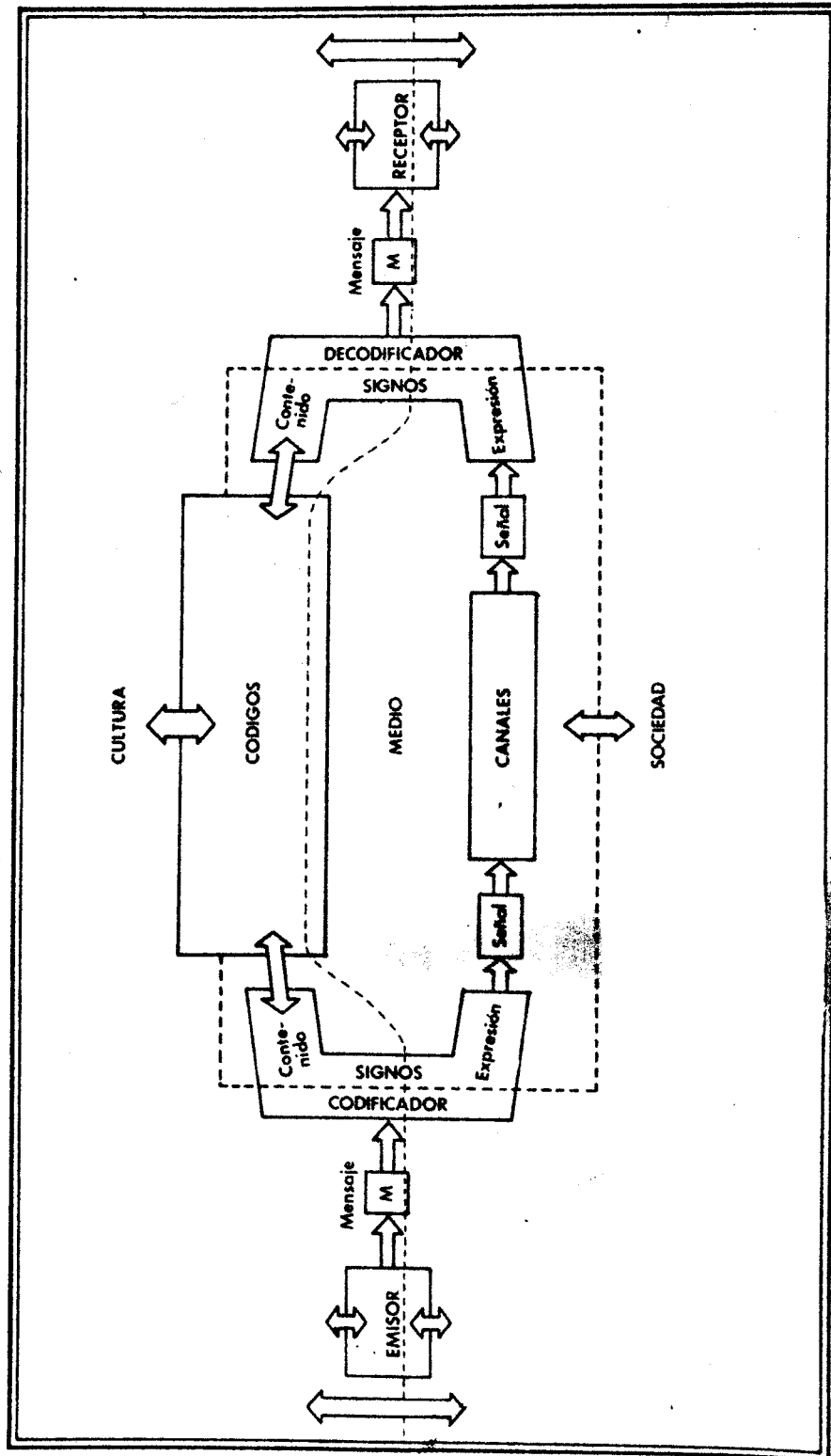
* (44)p.474

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

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

* (72)p.10

2.1 REPRESENTACION GRAFICA.



2.2 COMPONENTES BASICOS.

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

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

* (46)p.35

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

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

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

* (34)

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

* (46)p.88

* (46)p.250

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

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

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

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

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

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

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

* (46)p.138

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3 FACTORES DETERMINANTES.

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

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

* (108)

* (154)