

Entonces, consideramos una amplísima serie de factores psíquicos como determinantes de la emisión y la recepción de mensajes, con toda la complejidad y variabilidad que implica. Ciertamente, será muy difícil estudiar todas y cada una de las variables en cada caso concreto, pero su intervención resulta muchas veces decisiva en cuanto a la producción de sentido en la comunicación. Aunque podría argumentarse que tal estudio corresponde a la Psicología, la comunicación no podrá explicarse totalmente prescindiendo de esos factores.

Lo mismo puede decirse de la determinación que ejercen los factores "sociales". La forma en que cada individuo participa de la cultura propia de la sociedad en la que vive es otra variable fundamental, que determina los modos en que una persona puede comunicarse (es decir, a qué códigos y medios tiene acceso y hasta qué punto los domina), variable que a su vez está condicionada por la ubicación del individuo en la estructura social y sus consecuentes condiciones materiales de vida. La posición del individuo en la sociedad determina qué mensajes puede comunicar (emitir y/o recibir), con quién y bajo qué circunstancias puede hacerlo, y sobre todo, qué significados puede manejar y en qué forma, (Concepto de Conciencia Posible)*. Por tanto, la familia, la escuela, el trabajo, el estrato socio-económico, la religión, la afiliación política, el sexo y la edad, y sobre todo, la estructura ideológica que las instituciones sociales imponen a los individuos, son factores que la Sociología debe estudiar y que la Ciencia de la Comunicación necesariamente debe considerar como determinantes en su análisis de los actos comunicativos.

* (104)pp.
81-83

Por otra parte, debemos tomar en cuenta que un acto comunicativo se realiza siempre en circunstancias determinadas. Independientemente de las es -

estructuras psíquicas que cada individuo pone en juego al comunicarse, y de las determinaciones que su posición social le impone, es obvia la influencia que la situación en que se entabla la relación comunicativa ejerce sobre ésta. Es decir, existen infinidad de circunstancias que pueden modificar la forma de los procesos de comunicación, y estas circunstancias inciden tanto en el emisor como en el receptor, en el medio y el código empleados, y por ende en la forma del mensaje y en su interpretación.

Podríamos seguir añadiendo "dimensiones" que en una u otra forma enmarcan cada proceso comunicativo, pero eso no nos llevaría más que a una disección de la cultura en general, y de las formas en que los individuos participan de ella. En pocas palabras, el planteamiento importante ahora es que la comunicación se da siempre como acto concreto, que actualiza de cierta manera la estructura global de la sociedad y que, por lo tanto, no puede entenderse fuera de ese contexto. Todo acto de comunicación se da necesariamente en circunstancias determinadas y en último término su análisis puede involucrar a la totalidad de la cultura.

Por ello, y sin pretender más, queremos dejar claramente asentado que un proceso de comunicación, según el modelo propuesto, está constituido por elementos funcionales que se relacionan de cierta manera y constituyen el funcionamiento "interno" del proceso; pero dado que ese proceso, cualquiera que sea su forma específica, no puede darse aislado sino sólo en el contexto de una cultura, hemos de considerar también una serie de "factores externos" que lo determinan específicamente y que en conjunto no son sino manifestaciones de la cultura misma. La Ciencia de la Comunicación, creemos, para poder dar cuenta de la realidad, no puede prescindir del estudio de ambos campos:

debe explicar autosuficientemente los elementos "internos" y sus relaciones, pero participar en un estudio interdisciplinario en lo que se refiere a los factores "externos".

Este estudio interdisciplinario podría desarrollarse en base a un esquema dual de relaciones entre la Ciencia de la Comunicación y otras disciplinas, de forma tal que, por ejemplo, una Psicología de la Comunicación contribuyera con el análisis de los fenómenos psíquicos que determinan a la comunicación, en base a las teorías psicológicas, y la Ciencia de la Comunicación estudiara la Comunicación Psicológica sobre sus propios postulados, analizando los contenidos cognoscitivos, afectivos, creativos, etc., como funciones semióticas comunicadas. De la misma manera, la Sociología de la Comunicación se encargaría de estudiar los procesos de comunicación en función de sus teorías sobre las estructuras y las relaciones sociales, mientras que la Ciencia de la Comunicación se encargaría de estudiar la Comunicación Sociológica (o social) en base a la comunicación de significados.

Así, podríamos también hablar de una Economía de la Comunicación y de una Comunicación Económica, una Pedagogía de la Comunicación y una Comunicación Educativa (o pedagógica), una Estética de la Comunicación y una Comunicación Artística, una Politología de la Comunicación y una Comunicación Política, una Antropología de la Comunicación y una Comunicación Antropológica (o Cultural), y así sucesivamente, en un esfuerzo por explicar de una manera más adecuada los fenómenos comunicativos en su contexto humano, social y cultural, y por tanto, histórico y trascendental.

2.4 NIVELES DE FUNCIONAMIENTO.

Por todo lo expuesto anteriormente, podemos afirmar que el modelo propuesto para el proceso básico de la comunicación se justifica por su aplicabilidad al estudio de la comunicación en todos sus niveles. Sabemos que la complejidad de cualquier acto de comunicación real puede llegar a rebasar toda posibilidad de análisis si la teoría no define límites y parámetros de pertinencia. Así, una vez expuesto el modelo, hemos de exponer los niveles de análisis que plantea, lo cual permitirá sugerir "campos" de investigación y "líneas" de integración teórica sobre la comunicación.

Por una parte, el proceso de comunicación funciona (esto es, establece la relación comunicativa) sobre lo que podemos llamar un eje horizontal o SINTAGMATICO (extendiendo el significado del término), mediante la conjunción de dos procesos íntimamente vinculados, pero de muy distinta naturaleza: un proceso (físico) de transmisión de señales, y un proceso (psíquico) de significación que consiste en una doble recurrencia, idealmente simétrica y paralela, al código.

Por otra parte, siendo la comunicación un proceso dinámico, que sucede en un tiempo y un espacio específicos, y que se da entre seres concretos (sujetos históricos miembros de una sociedad), como manifestación cultural por excelencia, el análisis de todo proceso de comunicación debe contemplar también su funcionamiento sobre un eje vertical o PARADIGMATICO (siguiendo la misma extensión de los términos); y aquí, la influencia que la cultura ejerce sobre la comunicación abarca aspectos y grados de determinación prácticamente imposibles de enumerar. Así, toda generalización al respecto es necesariamente inexacta, por lo cual la investigación debe especificar rigurosamente las variables que en cada caso considera pertinentes.

En este sentido, es arriesgado afirmar que "la televisión enajena (o educa"; que "la discusión grupal ilumina (o confunde)"; o que "una imagen dice más que mil palabras (o viceversa)". En estos ejemplos comunes, como en otras aseveraciones similares, la generalización sin fundamento y fuera de contexto, destierra la objetividad. Es tarea de la ciencia investigar y exponer bajo qué condiciones y en qué sentido, cada afirmación es cierta o falsa, y sobre qué bases se puede probar su valor como conocimiento científico.

El estudio teórico de la comunicación establece niveles de funcionamiento de los procesos reales y, por ende, campos de análisis bien determinados. Hace ya más de 40 años, Charles Morris* propuso la definición de los tres aspectos fundamentales del estudio semiótico de la comunicación: a nivel SINTACTICO, el estudio de las relaciones de los signos entre sí; a nivel SEMANTICO, el análisis de los signos en relación con lo que representan; y a nivel PRAGMATICO, el estudio de la relación entre los signos y sus usuarios. Esta clasificación fue reformulada por Eco, que concibe la Semiótica de la Significación o Teoría de los Códigos y la Semiótica de la Comunicación o Teoría de la Producción de los Signos.*

* (97)

* (46)

Esto es, de acuerdo con el modelo propuesto, podemos estudiar los procesos de transmisión de señales como relación física; los procesos de significación como relación psíquica; y los procesos de comunicación como relaciones humanas, posibles sólo dentro de un contexto socio-cultural en que se inscriben las señales, los signos, los códigos, los mensajes, los medios, y en su dimensión total, los actos de comunicación.

Dicho esto, así sea a nivel elemental, el ciclo conceptual sobre la comunicación se cierra: la comunicación sólo es explicable por la cultura y la cultura sólo es explicable por la comunicación. Tautología o no, esta concepción esboza un esquema de análisis completo de ambas; fuera de la cultura no existe posibilidad de comunicación. Aparte de la comunicación no hay posibilidad de generar cultura. Y entre esos dos aspectos dialécticamente unidos en la esencia de lo que llamamos humanidad, el estudio de la vida y la evolución de la sociedad en sus múltiples aspectos, da origen al conocimiento que, una vez más convertido en cultura por la comunicación, vuelve a circular socialmente dentro de ese mismo marco que se expande y se contrae periódicamente, pero que permanece como el límite último del hombre sobre la tierra. Por ello debe afirmarse la estrecha vinculación entre la teoría y la realidad, entre el trabajo científico y la vida material, que Umberto Eco expone brillantemente en La Estructura Ausente:

"La comunicación engloba a todos los actos de la Praxis, en el sentido de que toda praxis es comunicación global, es institución de cultura, y por tanto, de relaciones sociales. El hombre se apropia del mundo y hace que la naturaleza se transforme continuamente en cultura. Pero los sistemas de acción se pueden interpretar como sistemas de signos con tal de que cada sistema de signos se inserte en el contexto global de los sistemas de acción; cada uno como uno de los capítulos (que nunca es el único ni el más importante) de la praxis como comunicación." *

* (44)p.479

3.- LAS DIMENSIONES DEL MODELO.

"El trabajo de producción de signos desencadena fuerzas sociales y, más aún, representa una fuerza social en sí mismo. Puede producir ideología y crítica de las ideologías. Por tanto la Semiótica (como Teoría de los Códigos y Teoría de la Producción de los Signos) constituye también una forma de crítica social y, por lo tanto, una de las formas de la Praxis."*

* (46)p.472

El análisis científico de la comunicación no está exento de responsabilidades sociales. Como trabajo que busca el conocimiento de la realidad, implica un compromiso con su transformación. Las formas de asumir tal compromiso pueden variar ampliamente, de acuerdo a la ideología y los valores adoptados por el investigador. De cualquier manera, el conocimiento teórico habrá de ser la base sobre la cual pueda optar axiológicamente el profesional de la comunicación.

La utilidad de una herramienta conceptual, como el modelo propuesto en este trabajo, depende de su usuario. Pero para terminar de delinear la proposición conviene detallarla más, sugiriendo algunas "dimensiones" conceptuales que permitan concebir el modelo como guía para la investigación. Esto es, como un instrumento que no sólo describa la realidad, sino que permita profundizar en su explicación.

3.1 LAS FORMAS Y LAS FUNCIONES.

Si la comunicación se define como "el proceso que relaciona a dos o más sujetos permitiendo la evocación en común de significados de acuerdo a reglas convencionales", es evidente que esta relación puede darse en distintas formas, y para cumplir con diversos objetivos, haciendo que la comunicación desempeñe funciones específicas.

Respecto a las "formas" de la comunicación, cualquier tipología resulta inadecuada en último término, por el simple hecho de que, se aborde por un aspecto o por otro, la realidad sigue mostrándose irreductible a las clasificaciones. Sin embargo, intentaremos distinguir las formas elementales en que la relación comunicativa puede realizarse.

De acuerdo con el modelo propuesto y la teoría adoptada como fundamento, podemos distinguir en primer lugar la comunicación establecida entre emisores y receptores capaces de significar y de transmitir mensajes sobre una estructura reversible: esto es, cuando el proceso puede cambiar su "polaridad" invirtiendo los respectivos papeles de emisión y recepción. Podemos sugerir una matriz de formas de comunicación reversible, considerando la naturaleza de los medios empleados y las posibilidades de composición de los polos como variables, con ejemplos en las intersecciones:

MEDIO	NATURAL	ARTIFICIAL
Un Emisor/ Un Receptor.	Diálogo interpersonal.	Diálogo telefónico.
Un Emisor/ Múltiples receptores.	Conferencista ante un auditorio.	Encuesta por medio del <u>co</u> rreo.
Múltiples emisores/ Un receptor.	Testigos ante el Juez.	Control de navegación aérea.
Múltiples emisores/ Múltiples receptores.	Jugadores en un partido de fútbol.	Radioaficionados o Radio CB.

Por otra parte, existen también formas de comunicación unilateral en que la reversibilidad del proceso no es posible, aunque la relación establecida incluye transmisión física y significación convencio-

nal, considerándose, por tanto, verdadera comunicación. La unilateralidad puede referirse al emisor o al receptor:

EMISOR UNILATERAL	En cualquier caso de comunicación en que el receptor no tenga acceso al medio que utiliza el emisor. (Televisión).
-------------------	--

RECEPTOR UNILATERAL	En cualquier caso de interpretación significativa de señales no emitidas con intención de comunicar. (Inferencia sobre un evento natural.)
---------------------	--

Evidentemente, hay una diferencia fundamental entre la unilateralidad en la emisión y la unilateralidad en la recepción. Mientras que en la primera debe necesariamente existir un receptor (al menos) que reciba las señales transmitidas y las signifique para que se verifique la comunicación, en la segunda no es necesaria la presencia de un emisor, sino sólo de una señal; es decir, puede considerarse que el proceso tiene sólo un polo, y que al interpretar la señal como significativa es el receptor quien se comunica, en general, con el mundo externo a él.* En este caso, desde el punto de vista del receptor podemos hablar de comunicación, aunque desde el punto de vista del "mundo" debamos considerar la relación como una de información.

* (46)pp.
48-52

Sobre estas formas básicas de comunicación (reversibles y unilaterales), pueden establecerse diversas clasificaciones de acuerdo con los medios o los canales utilizados*; según la modalidad de los signos comunicados*; de acuerdo con la distancia que medie en el tiempo o en el espacio entre emisión y recepción*; o según otros criterios, entre los cuales destaca el de las funciones.

* (4)
* (45)
* (96)

- Es clásica la definición de Roman Jakobson de las "seis funciones lingüísticas"*, que se han aplicado a la comunicación en general.*
- * (41)p.383
* (59)p.12

FUNCION REFERENCIAL: Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. Es cognoscitiva y objetiva.

FUNCION EXPRESIVA O EMOTIVA: Define las relaciones entre el emisor y el receptor mediante la expresión de un afecto subjetivo.

FUNCION CONNATIVA: Define las relaciones entre el mensaje y el receptor, conminándolo ya sea afectiva o cognoscitivamente a responder de cierta manera al mensaje.

FUNCION POETICA O ESTETICA: Relación del mensaje consigo mismo en que el enunciado, en su estructura material se considera como poseedor de un valor intrínseco.

FUNCION FATICA: Tiene por objeto afirmar, mantener o detener la comunicación, para verificar el contacto, para atraer la atención del receptor o asegurarse de que no decaiga.

FUNCION METALINGÜISTICA: Relación del mensaje con su propio código. Tiene por objeto definir el sentido de los signos empleados.

Todas estas funciones por lo general se superponen y entremezclan en el proceso comunicativo, concurriendo en el mensaje y relacionando a éste con diversos códigos, que según el caso (y las características del medio empleado), producirán diversos sentidos, esto es, diversas maneras de estructurar los significados que, a todos esos niveles, conlleva un mensaje, estructurando una serie de denotaciones y connotaciones específica.*

* (46)pp.
250-254.

3.2 LOS GRADOS Y LA EFECTIVIDAD.

En su Teoría de la Producción de los Signos, Umberto Eco distingue cuatro tipos de "trabajo físico requerido para producir la expresión" de un signo o mensaje comunicable, que pueden servir como base de una clasificación de "grados" en que la relación comunicativa implica a sus participantes. Estos cuatro tipos de actividades productoras de sentido son el reconocimiento, la ostensión, la reproducción y la invención.*

* (46)p.364

"El RECONOCIMIENTO se produce cuando un objeto o acontecimiento o un fenómeno determinado, producido por la naturaleza o por la acción humana (intencionalmente o no) y existente como un hecho en un mundo de hechos, lo entiende el destinatario como expresión de un contenido determinado, ya sea gracias a una correlación codificada anteriormente o porque el destinatario plantea directamente una posible correlación.*"

* (46)p.366

Los casos de reconocimiento toman la forma de comunicación unilateral, en que el receptor se enfrenta a señales físicas sobre las cuales desarrolla un proceso de significación. Los actos de comunicación por reconocimiento pueden fundamentarse en la significación impuesta a las huellas (por ejemplo, digitales), los síntomas (de enfermedades), y los indicios (objetos "pista" de algo).*

* (46)pp.
366-372.

"La OSTENSION se produce cuando un objeto o fenómeno determinado, producido por la naturaleza o por la acción humana (intencionalmente o no) y existente como hecho en un mundo de hechos, resulta 'seleccionado' por alguien y 'mostrado' como la expresión de la clase de objetos de que es miembro. La ostensión representa el primer nivel de significación activa y es el artificio usado en primer lugar por dos personas que no conocen la misma lengua.*"

* (46)p.373

En el caso de la comunicación por ostensión se implica una estructura reversible de relación entre emisor y receptor hasta que el contenido haya sido comprendido, pero dado que se basa en una "codificación" muy circunstancial la mayor parte de las veces, la ostensión no puede servir para comunicar un contenido complejo o profundo. El signo objeto de la ostensión puede funcionar como ejemplo (un cigarro Ra leigh puede significar "cigarros") o como muestra (un pedazo de tela para significar todo el corte) del con

* (46)p.375

"En las reproducciones el tipo es diferente del espécimen. El tipo prescribe sólo las propiedades esenciales que el espécimen debe realizar para que se le considere una reproducción satisfactoria, independientemente de otras características suyas. Por consiguiente, los especímenes de un tipo poseen características individuales que son irrelevantes para los fines del juicio de reproducción, con tal de que se hayan respetado las propiedades pertinentes fijadas por el tipo."*

* (46)p.311

La mayor parte de los procesos de comunicación se realiza en base a signos producidos como reproducciones. Evidentemente, hablando de comunicación lingüística, los sonidos del "habla" reproducen las propiedades pertinentes del código o "lengua"; sin importar las variaciones individuales para ser reconocidos como "especímenes" de un "tipo". El ejemplo de la comunicación verbal muestra que las reproducciones pueden referirse a unidades combinatorias, pero la misma actividad productiva rige las estilizaciones (como los emblemas heráldicos) y los vectores (dirección hacia la que señala un dedo).*

* (46)pp.
377-388

Los niveles de significación involucrados en un acto comunicativo basado en un signo o mensaje producido por reproducción pueden ser innumerables, ya

que aquí la relación comunicativa alcanza su grado en el que se involucra la totalidad de las posibilidades de participación cultural de que disponen emisor y receptor. Es en este nivel en el que se desarrollan los actos de comunicación que, a partir de códigos, generan mensajes significativos. Entonces, el grado de involucramiento personal en la relación comunicativa no dependerá del mensaje intercambiado, sino al contrario: reversible o unilateralmente, emisor y receptor pueden decidir la profundidad o complejidad del mensaje, dependiendo de su voluntad y de las circunstancias, pero contando con un código que les permite expresar un gran número de contenidos.

"Definimos como INVENCION un modo de producción en que el productor de la función semiótica escoge un nuevo continuum material todavía no segmentado para los fines que se propone, y sugiere una nueva manera de darle forma para transformar dentro de él los elementos pertinentes de un tipo de contenido... Puesto que no existen precedentes sobre el modo de poner en correlación expresión y contenido, hay que INSTITUIR de algún modo la correlación y volverla aceptable."*

* (46)pp.
392-393

En los casos de invención el emisor crea una nueva forma de codificar (como sucede en las obras de arte) sobre la base de otras convenciones culturales, "envolviendo" el nuevo mensaje (inventado) en signos o mensajes convencionales. Así, mediante el juego de interpretaciones, el nuevo mensaje va siendo "adoptado" por los receptores, hasta llegar a su convencionalización. Estos son los casos de comunicación en que puede decirse que el receptor actúa de una manera más decisiva en la significación, y en que la comunicación de ciertos mensajes "inventados" (en cuanto a su plano de la expresión comúnmente) promueve una evolución cultural al instituir nuevos códigos o modificar los precedentes.*

* (46)pp.
435-436

Según la forma en que son producidos los mensajes, como hemos visto, existen diversos grados de participación posibles de emisores y receptores en la comunicación. Estos grados se refieren a los códigos que deben manejarse para realizar la relación, y a las formas específicas en que emisores y receptores deben significar los mensajes recurriendo de una u otra manera a los códigos. Por tanto, un acto de comunicación, además de tener una "forma" y cumplir con una "función", también debe considerarse que implica un cierto "grado" al requerir de un mayor o menor conocimiento de los códigos y un mayor o menor trabajo significativo.

Por otra parte, los actos de comunicación pueden o no lograr el establecimiento de la relación significativa entre el emisor y el receptor, y por tanto, alcanzar una mayor o menor efectividad.*

* (126)pp.
148-149

En general, puede decirse que un acto de comunicación es efectivo en la medida en que coinciden el concepto que originó la comunicación en el emisor, y el concepto resultante del proceso de interpretación del mensaje por el receptor. Para que se dé una identidad absoluta entre el mensaje emitido y el mensaje recibido, éste debe ser sumamente sencillo, rígidamente codificado, claramente expresado y transmitido, y tan convencionalizado que prácticamente sea un "lugar común", de tal manera que la significación no implique una participación muy profunda y que por tanto el sentido (denotativo y connotativo) pueda coincidir en todos sus niveles entre emisor y receptor. Por lo general, los mensajes comunicados revisten formas mucho más complejas, y es por ello que la efectividad de la comunicación varía ampliamente.

Si bien la efectividad de un proceso de comunicación puede facilitarse por medio del recurso de codificación llamado REDUNDANCIA, consistente en aumentar el número de señales componentes del plano de la expresión de un mensaje, o por la repetición del mismo mensaje, el logro de la efectividad no depende únicamente del emisor. Umberto Eco ha propuesto una idea según la cual la Semiótica (y la Teoría de la Comunicación) pueden contribuir al combate de la manipulación ideológica de los mensajes sociales:

"Si es la circunstancia la que orienta la identificación de los subcódigos gracias a los cuales escoger las posibles interpretaciones de los mensajes, debemos preguntarnos si, en lugar de cambiar los mensajes o controlar su producción, se puede cambiar su contenido actuando sobre las circunstancias en que serán recibidos.

Este es un aspecto revolucionario de la empresa semiótica, y en una era en que las comunicaciones de masas aparecen como manifestación de un 'dominio' que contribuye al control social de los mensajes, quizá siendo posible cambiar las circunstancias de recepción para cambiar las interpretaciones del destinatario. Es lo que en otras obras nuestras (*) hemos llamado la GUERRILLA SEMIOLOGICA. En oposición a una estrategia de la codificación (volver los mensajes redundantes para asegurar su interpretación unívoca de acuerdo con códigos indiscutibles), ahí tenemos la posibilidad de una táctica de la descodificación en que el mensaje en cuanto expresión no cambia, pero el destinatario redescubre su libertad de respuesta."*

* (44)p.478

* (46)p.253

3.3 LA PROFUNDIDAD Y EL ENFOQUE.

Con todo lo apuntado hasta aquí, no queda más que sintetizar explícitamente las posibilidades de aplicación del modelo que proponemos, situando la actividad social que constituye la investigación de la comunicación en el marco de la estructura social y cultural que nos envuelve.

En ese sentido, cualquier modelo del proceso de la comunicación (como cualquier herramienta científica) puede aplicarse al descubrimiento de la realidad social o a su encubrimiento, justificando ideológicamente (con apariencia de racionalidad) las situaciones analizadas. La comunicación, deliberadamente o no, ES utilizada como instrumento de poder, de dominio y de control social, convirtiéndose en una relación enajenante, en la cual el emisor determina los procesos de significación del receptor, limitando su acceso al manejo libre de los códigos culturales y por tanto, su participación activa en la vida social.*

* (82)

Por lo tanto, el estudio de la comunicación, al analizar en profundidad las formas específicas de relación, debe explicar las causas de que el proceso de comunicación se realice de ciertas maneras, en el contexto de las estructuras sociales y de la historia, para no sólo describir la realidad, sino contribuir a su transformación, "objetivizando" el conocimiento. En otras palabras, es posible realizar análisis superficiales y limitados de la comunicación para conseguir objetivos limitados y superficiales; pero sólo mediante un estudio profundo (y que considere todos los factores determinantes), podrá conocerse científicamente una realidad que nos involucra integralmente en la vida social.

Por otra parte, el estudio de la comunicación, mediante el modelo propuesto u otro cualquiera, puede enfocarse de diversas maneras, según se justifique su utilización. No puede ser lo mismo una investigación que pretenda encontrar cómo vender más eficientemente un producto comercial, que una investigación tendiente a analizar los factores que puedan facilitar una campaña masiva de alfabetización o de politización de una comunidad.

Las dimensiones de "profundidad" y de "enfoque" en la aplicación del modelo pueden contribuir a la transformación de la realidad de la comunicación al proporcionar la posibilidad de analizar la ideología de los mensajes (ocultamiento de la realidad), de una manera no ideológica, sino crítica, aunque sin pretender tampoco sobrepasar los límites del conocimiento:

"Un análisis crítico del discurso ideológico no elimina las motivaciones prácticas, materiales, del interlocutor y, por lo tanto, no cambia el mundo (no cambia las bases materiales de la vida). Únicamente puede contribuir a volverlas explícitas."*

* (46)p.468

De cualquier manera, y a modo de conclusión, la conciencia de la naturaleza del instrumento empleado para desarrollar el conocimiento debe ser clara:

"Elaborar un modelo hipotético y tentativo no excluye la confianza en el hecho de que los fenómenos concretos puestos en forma de hecho presenten las relaciones evidenciadas. Pero se puede tener confianza absoluta en la realidad de las conexiones descubiertas por un modelo estructural sin que por ello se niegue que puedan haber otras capaces de aparecer, solamente si se miran desde otro punto de vista. Ni que en el momento en que el modelo propuesto funciona operativamente, no sabré cuáles ni cuántas otras relaciones posibles ha dejado en la sombra mi operación.

Mientras fijo la realidad en modelos (y para captar lo real no puedo hacer otra cosa), sé que la realidad me presenta también y no sólo los perfiles que individualizo. El resultado de mi operación (que se realiza llevando los hechos a otro nivel de comprensibilidad y por ello enriqueciendo mi poder de captación sobre las cosas y contribuyendo así a modificar el mundo) no me ha de llevar a concluir que la realidad se reduce tan solo a aquellos perfiles."*

* (44)pp.
466-467

BIBLIOGRAFIA.

Nota: se incluyen en esta Bibliografía, además de los títulos directamente utilizados en la elaboración de este trabajo, otros más que pueden consultarse para complementarlo. Con objeto de facilitar su utilización, se ha determinado la siguiente metodología de referencia:

(35) = Numeración de acuerdo al orden alfabético de los apellidos de los autores, que remite a las citas y referencias directas en el texto.

* = El asterisco en el texto, remite a esta Bibliografía.

(1970)= La fecha entre paréntesis indica la publicación original de la obra, mientras que la fecha sin paréntesis indica la edición consultada o la fecha de la primera traducción al español.

- (1) ABRAMSON, NORMAN. Teoría de la Información y Codificación. Paraninfo, Madrid, 1976 (1974)
- (2) ALLEGRI, LUIGI et al. Cultura, Comunicación de Masas y Lucha de Clases. Nueva Imagen, México, 1978 (1976).
- (3) ALVAREZ BARAJAS, ENRIQUE et al. Ciencias de la Comunicación. UNAM, México, 1976.
- (4) ARANGUREN, JOSE LUIS L. La Comunicación Humana. McGraw Hill/Guadarrama, Madrid, 1967.
- (5) ARNHEIM, RUDOLF. Visual Thinking. University of California Press, Berkeley, 1972 (1969).
- (6) ASHBY, W.ROSS. Introducción a la Cibernética. Nueva Visión, Buenos Aires, 1977.
- (7) BARDAVIO, JOSE MARIA. La Versatilidad del Signo. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1975.
- (8) BARTHES, ROLAND. Elementos de Semiología. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, s/f (1964).
- (9) BELLERT, STANISLAS, et al. El Concepto de Información en la Ciencia Contemporánea. Siglo XXI, México, 1976.

- (10) BENEYTO, JUAN. Conocimiento de la Información. Alianza Editorial, Madrid, 1973.
- (11) BENVENISTE, EMILE. Problemas de Lingüística General I. Siglo XXI, México, 1971 (1966).
- (12) BENVENISTE, EMILE. Problemas de Lingüística General II. Siglo XXI, México, 1977.
- (13) BERLO, DAVID K. El Proceso de la Comunicación. El Ateneo, Buenos Aires, 1969 (1960).
- (14) BERNAL, JOHN D. et al. La Ciencia de la Ciencia. Grijalbo, México, 1968 (1964).
- (15) BERTALANFFY, LUDWIG VON. Teoría General de los Sistemas. Fondo de Cultura Económica, México, 1976. (1968).
- (16) BERRUTO, GAETANO. La Semántica. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (17) BERRUTO, GAETANO. La Sociolingüística. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (18) BETTETINI, GIANFRANCO. Producción Significante y Puesta en Escena. Gustavo Gili, Barcelona, 1977 (1975).
- (19) BLAKE, R.H. y HAROLDSSEN, E.O. Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. Nuevo Mar, México, 1977 (1975).
- (20) BLOCK DE BEHAR, LISA. El Lenguaje de la Publicidad. Siglo XXI, México, 1973.
- (21) BORDEN, GEORGE A. An Introduction to Human Communication Theory. WM.C.Brown, Dubuque Iowa, 1971.
- (22) BOSCH GARCIA, CARLOS. La Técnica de Investigación Documental. UNAM, México, 1978.
- (23) BRADDOCK, RICHARD. An Extenssión of the Lasswell's Formula. Journal of Communication 8 (1958).
- (24) BRYSON, L. The Communication of Ideas. Harper Row, New York, 1948.
- (25) BÜHLER, MICHAEL. Esquemas de Estudio y Modelos de Comunicación. Cuadernos de Comunicación No. 10.
- (26) BUNGE, MARIO. La Ciencia. Su Método y su Filosofía. Siglo Veinte, Buenos Aires, s/f.

- (27) CARPENTER, E. y McLUHAN, M. El Aula sin Muros. LAIA, Barcelona, 1974. (1960).
- (28) CASSIRER, ERNST. Las Ciencias de la Cultura. Fondo de Cultura Económica, México, 1951, (1942).
- (29) CASTILLA DEL PINO, CARLOS. La Incomunicación. Península, Barcelona, 1970.
- (30) CHERRY, COLIN. On Human Communication. M.I.T. Press, Cambridge, 1957.
- (31) CHOMSKY, NOAM. Estructuras Sintácticas. Siglo XXI, México, 1974 (1957).
- (32) CHOMSKY, N. y MILLER, G. El Análisis Formal de los Lenguajes Naturales. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, s/f.
- (33) CIESPAL. Documento sobre Modelos de Comunicación. Quito, 1969.
- (34) CLOUTHIER, JEAN. La Communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self media ou l'ère d'emerec. Presses Universitaires, Montreal 1973.
- (35) COMUNICACION Y CULTURA No. 6. "El Imperialismo Cultural." Nueva Imagen, México, Feb. 1979.
- (36) CUADERNOS DE COMUNICACION 48/49. "La Comunicología: raíces y teoría de una nueva ciencia!" México, Jun/Jul. 1979.
- (37) DeFLEUR, MELVIN L. Teorías de la Comunicación Masiva. Paidós, Buenos Aires, s/f. (1966).
- (38) DEUTSCH, KARL W. Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos. Paidós, Buenos Aires, 1969. (1966).
- (39) DIAZ GUERRERO, ROGELIO et al. Investigación Formativa de Plaza Sésamo. Trillas, México 1975.
- (40) DORRA, R. y SEBILLA, C. Guía de Procedimientos y Recursos para Técnicas de Investigación. Trillas/ANUIES, México, 1977.
- (41) DUCROT, O. y TODOROV, T. Diccionario Enciclopédico de las Ciencias del Lenguaje. Siglo XXI, México, 1974. (1972).
- (42) ECO, UMBERTO. Indagación Semiológica del Mensaje televisivo. Cuadernos de Comunicación No. 36.

- (43) ECO, UMBERTO. Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Lumen, Barcelona, 1968. (1965).
- (44) ECO, UMBERTO. La Estructura Ausente. Introducción a la Semiótica. Lumen, Barcelona, 1972 (1968).
- (45) ECO, UMBERTO. Signo. Labor, Barcelona, 1976 (73)
- (46) ECO, UMBERTO. Tratado de Semiótica General. Nueva Imagen, México, 1978 (1976).
- (47) ESTEVA, GUSTAVO. El Estado y la Comunicación. Nueva Política, México, 1979.
- (48) FERNANDEZ FONT, JORGE. Notas para una Semiótica Explicativa. Cuadernos de Comunicación 48/49.
- (49) FLAMENT, CLAUDE. Redes de Comunicación y Estructuras de Grupo. Nueva Visión, Buenos Aires, 1977 (1965).
- (50) GARRONI, EMILIO. Proyecto de Semiótica. Gustavo Gili, Barcelona, s/f (1972).
- (51) GARRONI, EMILIO. Re-Conocimiento de la Semiótica. Concepto, México, 1979. (1977).
- (52) GARVIN, P.L. y LASTRA DE S., Y. Antología de Estudios de Etnolingüística y Sociolingüística. UNAM, México, 1974.
- (53) GARZA MERCADO, ARIO. Manual de Técnicas de Investigación. El Colegio de México, México, 1970.
- (54) GARZA CUARON, BEATRIZ. La Connotación: problemas del significado. El Colegio de México, México, 1978.
- (55) GIACOMANTONIO, MARCELLO. La Enseñanza Audiovisual. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- (56) GODED, JAIME. Antología sobre la Comunicación Humana. UNAM, México, 1976.
- (57) GODED, JAIME. Los Medios de la Comunicación Colectiva. UNAM, México, 1976.
- (58) GOLDMANN, LUCIEN. Marxismo, Dialéctica y Estructuralismo. Calden, Buenos Aires, 1968.

- (59) GUIRAUD, PIERRE. La Semiología. Siglo XXI, Buenos Aires, 1972.
- (60) GUTIERREZ VEGA, HUGO. Información y Sociedad. Fondo de Cultura Económica, México, 1972.
- (61) HALL, EDWARD T. La Dimensión Oculta. Siglo XXI, México, 1972 (1966).
- (62) HALL, EDWARD T. Más allá de la Cultura. Gustavo Gili, Barcelona, 1978 (1976).
- (63) HARNECKER, MARTA. Los conceptos elementales del Materialismo Histórico. Siglo XXI, México 1969.
- (64) HUND, WULF D. Comunicación y Sociedad. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1972 (1970).
- (65) JAKOBSON, ROMAN. Ojeada al desarrollo de la Semiótica. Plural 48 y 49, México, Sep. y Oct. 1975. (1974).
- (66) KATZ, J.J. y FODOR, J.A. La Estructura de una Teoría Semántica. Siglo XXI, México, 1976. (64)
- (67) KLIR, GEORGE J. (Comp) Tendencias de la Teoría General de los Sistemas. Alianza Universidad, Madrid, 1978. (1972).
- (68) KÖHLER, WOLFGANG. Gestalt Psychology. Mentor, New York, s/f (1947).
- (69) KUHN, THOMAS S. The Structure of Scientific Revolutions. University of Chicago Press, Chicago, 1962.
- (70) LEACH, EDMUND. Cultura y Comunicación. La Lógica de la Conexión de los Símbolos. Siglo XXI, Madrid, 1978 (1976).
- (71) LEROY, MAURICE. Las grandes corrientes de la Lingüística. Fondo de Cultura Económica, México, 1969 (1964).
- (72) LEVY-VALENSI, ELIANE AMADO. La Comunicación. Marfil, Alcoy, 1968.
- (73) LOPEZ CANO, JOSE LUIS. Método e Hipótesis Científicos. Trillas/ANUIES, México, 1979.
- (74) MALETZKE, GERHARD. Psicología de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1972.

- (75) MALMBERG, BERTIL. Los Nuevos Caminos de la Lingüística. Siglo XXI, México, 1977.
- (76) MALMBERG, BERTIL. Teoría de los Signos. Siglo XXI, México, 1977 (1973).
- (77) MALTESE, CORRADO. Semiología del Mensaje Objetual. Comunicación Serie B, Alberto Corazón, Madrid, 1972 (1970).
- (78) MARCUSE, HERBERT. El Hombre Unidimensional. Joaquín Mortiz, México, 1968 (1964).
- (79) MARTIN BARBERO, JESUS. Comunicación Masiva: Discurso y Poder. CIESPAL, Quito, 1978.
- (80) MARTIN, M.A. y GUARDIA, G.S. Comunicación audiovisual y Educación. Anaya, Salamanca, 1976.
- (81) MATTELART, ARMAND. Agresión desde el Espacio. Siglo XXI, México, 1972.
- (82) MATTELART, ARMAND. La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación. Siglo XXI, México, 1973.
- (83) MATTELART, ARMAND. La Cultura como Empresa Multinacional. Era, México, 1974.
- (84) MATTELART, ARMAND. Multinacionales y Sistemas de Comunicación. Siglo XXI, México, 1977.
- (85) MAUTHNER, FRITZ. Contribuciones a una Crítica del Lenguaje. Juan Pablos, México, 1976.
- (86) McLUHAN, MARSHALL. The Gutenberg Galaxy. Mentor, New York, 1962.
- (87) McLUHAN, MARSHALL. Understanding Media: the extensions of Man. Signet, New York, 1964.
- (88) McLUHAN, M. y FIORE, Q. The Medium is the Massage. Bantam, New York, 1967.
- (89) McQUAIL, DENNIS. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Paidós, Buenos Aires, s/f (1969).
- (90) MENDOZA, J./OBREGON, C./MADERO, G. Introducción al Estudio de la Comunicación. Signo, ITESO, Guadalajara, 1977.
- (91) MENENDEZ, ANTONIO. Comunicación Social y Desarrollo. UNAM, México, 1972.
- (92) MILLER, GEORGE A. Psicología de la Comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1973 (1967).

- (93) MOLES, ABRAHAM A. Sociodinamique de la Culture. Mouton, Paris/La Haya, 1967.
- (94) MOLES, ABRAHAM A. Teoría de la Información y Percepción Estética. Jucar, Madrid, 1975.
- (95) MORAGAS, MIQUEL DE (Comp) Sociología de la Comunicación de Masas. Gustavo Gili, Barcelona, 1979.
- (96) MOLES, ABRAHAM A. et al. La Comunicación y los Mass Media. Diccionarios del Saber Moderno, Bilbao, 1975 (1971).
- (97) MORRIS, CHARLES W. Signs, Language and Behaviour. George Braziller, New York, 1946.
- (98) NIXON, RAYMOND B. Investigaciones sobre Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1968.
- (99) NOVACK, GEORGE. La Teoría Marxista de la Alienación. Fontamara, Barcelona, 1979 (1974).
- (100) OGDEN, C.K. y RICHARDS, I.A. El Significado del Significado. Paidós, Buenos Aires, 1954. (1923).
- (101) ORTEGA Y GASSET, JOSE. Misión de la Universidad. Revista de Occidente, Madrid, s/f.
- (102) PACKARD, VANCE. The Hidden Persuaders. Pelikan, England, 1957.
- (103) PALMER, F.R. La Semántica. Siglo XXI, México, 1978 (1976).
- (104) PAOLI, J. ANTONIO. Comunicación. Edicol, México, 1977.
- (105) PARDINAS, FELIPE. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Siglo XXI, México, 1969.
- (106) PARDINAS, FELIPE. Manual de Comunicación Social. Edicol, México, 1978.
- (107) PASQUALI, ANTONIO. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Avila, Caracas, 1976.
- (108) PIAGET, JEAN. Psicología de la Inteligencia. Psiqué, Buenos Aires, 1971.
- (109) PIAGET, JEAN. La Formación del Símbolo en el Niño. Fondo de Cultura Económica, México, 1961 (1959).

- (110) PIAGET, JEAN. Psicología, Lógica Y Comunicación. Nueva Visión, Buenos Aires, 1970.
- (111) PIAGET, JEAN. Introducción a la Psicolingüística. Proteo, Buenos Aires, 1969.(1967).
- (112) PIAGET, JEAN. Structuralism. Harper Torch, New York, 1970 (1968).
- (113) PIAGET, JEAN. Psicología y Epistemología. Ariel, Barcelona, 1971 (1970).
- (114) PIAGET, JEAN. La Equilibración de las Estructuras Cognitivas. Siglo XXI, Madrid, 1978.
- (115) PIAGET, JEAN. Epistemología de las Ciencias Humanas. Proteo, Buenos Aires, 1972.
- (116) PIERCE, JOHN R. Símbolos, Señales y Ruido. Revista de Occidente, Madrid, 1962.
- (117) PIGNATARI, DECIO. Información, Lenguaje, Comunicación. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.(73)
- (118) PRIETO, LUIS J. Mensajes y Señales. Seix-Barral, Barcelona, 1967 (1966).
- (119) PRIETO, LUIS J. Estudios de Lingüística y Semiología Generales. Nueva Imagen, México, 1977 (1975).
- (120) PRIETO, LUIS J. Pertinencia y Práctica. Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- (121) ROMERO RUBIO, ANDRES. Teoría General de la Información y de la Comunicación. Pirámide, Madrid, s/f.
- (122) ROSENBLUETH, ARTURO. Mente y Cerebro. Una Filosofía de la Ciencia. Siglo XXI, México, 1970.
- (123) ROSENBLUETH, ARTURO. El Método Científico. Prensa Médica Mexicana/CIEA IPN, México, 1971.
- (124) ROSENTHAL, M. Qué es la Teoría Marxista del Conocimiento. Ediciones Quinto Sol, s/f.
- (125) ROSSI-LANDI, FERRUCCIO. Semiótica y Estética. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.
- (126) SALOMON, GAVRIEL. Lo que se aprende y cómo se enseña. Revista de Tecnología Educativa, Vol. 2, No.2, 1976.
- (127) SAUSSURE, FERDINAND DE. Curso de Lingüística General. Losada, Buenos Aires, 1975, (1916).

- (128) SCHAFF, ADAM. Introducción a la Semántica. Fondo de Cultura Económica, México, 1969 (1962).
- (129) SCHAFF, ADAM. Lenguaje y Conocimiento. Grijalbo, México, 1967 (1964).
- (130) SCHRAMM, WILBUR. Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito, 1969, (1954).
- (131) SCHRAMM, WILBUR. La Ciencia de la Comunicación Humana. Roble, México, 1966 (1963).
- (132) SCIENTIFIC AMERICAN. "Communication", September, 1972.
- (133) SERENO, K.K. y MORTENSEN, C.D. Foundations of Communication Theory. Harper Row, New York, 1970.
- (134) SHANNON, C.E. y WEAVER, W. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press, Urbana, 1949.
- (135) SHAPIRO, HARRY L. Hombre, Cultura y Sociedad. Fondo de Cultura Económica, México, 1975.
- (136) SILVA, LUDOVICO. Teoría y Práctica de la Ideología. Nuestro Tiempo, México, 1971.
- (137) SINGH, JAGJIT. Teoría de la Información, del Lenguaje y de la Cibernética. Alianza Universidad, Madrid, 1972 (1966).
- (138) SMITH, ALFRED G. (Comp) Comunicación y Cultura. TRES TOMOS. Nueva Visión, Buenos Aires, 1976-77, (1966).
- (139) STATI, SORIN. La Sintaxis. Nueva Imagen, México, 1979 (1976).
- (140) STEWART, DANIEL K. Psicología de la Comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1970 (1968).
- (141) SZILASI, WILHELM. ¿Qué es la Ciencia? Fondo de Cultura Económica, México, 1949 (1945).
- (142) TAUFIC, CAMILO. Periodismo y Lucha de Clases. La Información como forma del Poder Político. Nueva Imagen, México, 1978.
- (143) THAYER, LEE. Comunicación y Sistemas de Comunicación. Península, Barcelona, 1975 (1968).
- (144) VERON, ELISEO (Comp) Lenguaje y Comunicación Social. Nueva Visión, Buenos Aires, 1969.

- (145) VERON, ELISEO. Conducta, Estructura y Comunicación. Jorge Alvarez, Buenos Aires, 1968.
- (146) VYGOTSKY, LEV S. Pensamiento y Lenguaje. La Pléyade, Buenos Aires, 1977 (1934).
- (147) WALLON, HENRI. Del acto al pensamiento. Psiqué, Buenos Aires, 1974.
- (148) WATZLAWICK, BEAVIN & JACKSON. Teoría de la Comunicación Humana. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971, (1967).
- (149) WIENER, NORBERT. Cybernetics or Control and Communication in the animal and the machine. M.I.T. Press, Cambridge, 1961 (1948).
- (150) WIENER, NORBERT. The Human Use of Human Beings. Avon, New York, 1950.
- (151) WRIGHT, CHARLES R. Comunicación de Masas. Paidós, Buenos Aires, 1976.
- (152) YOUNGBLOOD, GENE. Expanded Cinema. E.P. Dutton, New York, 1970.
- (153) YUREN CAMARENA, MARIA TERESA. Leyes, Teorías y Modelos. Trillas/ANUIES, México, 1979.
- (154) 6° SEMINARIO DE COMUNICACION. Universidad Anáhuac, México, D.F., Octubre de 1979. (Grabaciones magnetofónicas).