

## CUARTA PARTE

### 25. TEORÍAS SOBRE LOS MEDIOS (I)

Felicísimo VALBUENA DE LA FUENTE  
Catedrático  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense  
MADRID

#### 1. ¿QUÉ SON LAS COSAS Y QUÉ SON LOS MEDIOS?

Si emplazamos una cámara de cine en el mismo lugar desde el que un director ordenó hacer una toma en una película de 1948, notaremos que el ambiente ha cambiado mucho, aunque el lugar de emplazamiento de la cámara siga siendo excelente. Después de recorrer el casi inabarcable subcampo de los mensajes, textos y discursos, llega el momento de ocuparnos de los *medios*. Doy por sentado lo que LASSWELL aportó, pero ahora trataremos de ver el mayor panorama posible desde aquel puente de 1948.

La teoría con la que mejor podemos enlazar entre mensajes y medios es, me parece, la de Merrelyn y Fred EMERY. Al menos, no he encontrado otra que vaya al corazón mismo del asunto. El nombre de Fred EMERY ha salido muchas veces en este libro. Si con ACKOFF ha logrado consolidar y avanzar todo cuanto aborda, igual ocurre cuando forma equipo con su mujer. El libro ha influido en varios investigadores, aunque quizá el hecho de que lo publicasen en Australia ha podido limitar su impacto.

Los EMERY contemplan las relaciones «físicas, groseras, que inciden inmediatamente entre el organismo y el ambiente», es decir, lo que BUENO llama «relaciones paratéticas» y las «relaciones con el ambiente más amplio», es decir, las «relaciones apotéticas». Los EMERY se basan en un estudio de HEIDER, que data de 1.926, para afirmar que la raíz de que el hombre pueda adaptarse a ambientes cada vez más amplios se basa en la *diferencia estructural entre cosa y medio*.

¿Qué significa esto? Que no podemos construir una teoría bien fundada sobre los medios sin «regresar» hasta la base misma de las relaciones entre el hombre y su entorno dentro de una situación. Y para ello, los EMERY distinguen entre *propiedades y procesos internamente estructurados y propiedades y procesos externamente condicionados*<sup>1</sup>.

Las propiedades y procesos internamente estructurados están dentro de las cosas. Éstas muestran un carácter unitario que las personas reconocen por la interdependencia de sus partes, más estrechamente ligadas de lo que lo están con lo que se encuentran inmediatamente afuera.

«Como resultado, cuando la luz, por ejemplo, golpea la superficie de una cosa, es reflejada de una forma que está muy condicionada por las vibraciones de esa cosa<sup>2</sup>».

Las propiedades y procesos externamente condicionados están en el medio. Los medios, como la luz o el aire, no muestran esa solidez, esa interdependencia de sus partes, sino que éstas muestran, si vale la expresión, un elevado grado de independencia. Si

---

<sup>1</sup> EMERY y EMERY, O. c. P. 5.

<sup>2</sup> *Ibíd.* p. 6.

consideramos el lenguaje como medio, o cualquier otro sistema hecho por el hombre, comprobaremos que sus elementos mantienen esa independencia que es característica de los medios físicos.

Los EMERY dan un paso más y afirman que las propiedades de las cosas solo pueden ser captadas en los medios que las rodean. Las *cosas* dejan huellas, vástagos, consecuencias y este circular de huellas permite que podamos representar las propiedades estructurales de las cosas -geométricas, cinemáticas, físicas y morfológicas- a distancia en el espacio y en el tiempo. Si no pudiésemos hacer «regresar» a esas propiedades hasta su origen común, la representación sería imposible. Las propiedades de las cosas no son mostrencas sino que las podemos atribuir a su origen. Los problemas comienzan en ese «regreso», puesto que se mueven en un medio y ya sabemos que el medio es un agregado de propiedades independientes, más que un algo internamente condicionado.

## 2. PROPIEDADES DE LOS MEDIOS

Las huellas, vástagos o consecuencias de las cosas pueden transportar más o menos información, dependiendo de qué coordinación mantienen las propiedades con su origen. Para ello, es importante que los medios no interfieran notablemente. Es decir, no podemos captar las cosas sino a través de los medios y, por tanto, la situación ideal es que los medios pasen lo más inadvertidos posibles. Como esto no es posible, pues sería ingenuo pensar en que los medios reflejan exactamente las cosas, contemplemos un poco más las propiedades de cosas y medios.

«Un "buen mediador" es muy dócil; la docilidad tiende a marchar unida con estar homogéneamente compuesta de un gran número de partes elementales, con un alto grado de independencia. Así, por ejemplo, la arena seca seguirá más estrechamente los contornos de una moldura de castillo que las piedras grandes; el vocabulario restringido del Inglés Básico se muestra como un vehículo lingüístico más pobre que el Inglés Real <sup>3</sup>».

El «buen mediador» facilita que atribuyamos las propiedades a su fuente y no al medio en que van vehiculadas. Y cuanto menos ambigüedad se produzca, tanto mejor será el medio.

Así pues, *docilidad y falta de ambigüedad*. Al no ser notas muy comunes en la comunicación interpersonal y en la colectiva, corregimos las perspectivas. ¿Cómo? Haciéndonos cargo de *las propiedades del medio: refracción, difusión, distorsión* y, en otro orden de cosas, *estilo*.

«Así, al alancear el pescado, colocaremos el objetivo más correctamente si hacemos una concesión a *la refracción que ocurre en la superficie*. Al seguir los acontecimientos políticos, podemos hacer concesiones a la distorsión de las fuentes de noticias si sabemos su política e integridad <sup>4</sup>».

## 3. LOS TRES MEDIOS HUMANOS

Estas palabras tranquilizan, porque parecía que los EMERY sólo se preocupaban de los «medios» físicos. Vemos que pasan con tranquilidad a los «medios» humanos. Ahora

---

<sup>3</sup> Ibíd. P. 6.

<sup>4</sup> Ibíd. P. 7.

bien, quizá pasan con demasiada rapidez, porque nos gustaría que detallasen todavía más cuáles son los «medios» fundamentales.

Quien sí lo ha hecho, adelantándose varios años a los EMERY, ha sido George N. GORDON. No sólo se adelantó a los EMERY sino a la inmensa mayoría de los teóricos. Estas personas que se adelantan mucho a su tiempo suelen pagarlo. El precio de GORDON ha sido que, a pesar de sus excelentes libros, apenas ha tenido éxito en el mundo universitario. Sin embargo, ahora los ámbitos académicos investigan sobre los temas que este autor adelantó hace un cuarto de siglo. Pero como no estábamos hablando de GORDON sino de los «medios», veamos cómo los concibe.

Limita la idea de «medio» a la unidad básica de experiencia que es transferida de forma general entre las personas, sin tener en cuenta la tecnología empleada.

Los medios son, de hecho, la respuesta lógica a la cuestión de cómo la experiencia, o contenido, es compartida entre los individuos en una relación causal.

Los medios operan a un nivel básico del intercambio de experiencias humanas (y quizá animales).

Se prestan a un análisis lógico y psicológico.

¿Cuáles son estos medios?

**Narrativa** es el primer medio, y se centra en el empleo del lenguaje, verbal o escrito, aun cuando el lenguaje empleado puede ser o más primitivo o más complicado que los vocabularios a que estamos acostumbrados en el moderno discurso...

**Imagen** es el segundo medio y se resuelve en el fenómeno de la vista y en las imágenes visuales que forma en nuestras retinas... El elemento visual de la comunicación puede ser separado de «cualquier comunicación». Todo lo que tenemos que hacer es cerrar nuestros ojos...

**Re-creación o re-representación** tiene una función más socializada que las de la narrativa e imagen visual. Para funcionar mejor como un medio de comunicación, se apoya habitualmente sobre la narrativa y la imagen visual --«diciendo» y «mostrando».

«¿Por qué es la re-creación o re-representación un medio y no se limita a facilitar los dos anteriores? Ésta es una cuestión antropológica, que se contesta muy bien por el estudio de los pueblos primitivos, por el papel insistente del drama en la historia registrada, y por su ubicuidad en nuestra cultura<sup>5</sup>».

La utilidad que encuentra GORDON en estos tres medios es que podemos analizar cualquiera y todos los tipos de comunicación según las «experiencias encerradas en ellos», en tanto que participan de la narrativa, de la imagen visual o de la re-creación, tanto por parte de los emisores como de los receptores.

Es obligado añadir, al hilo de lo que venía exponiendo, que necesitamos hacernos cargo de las propiedades de estos tres medios a las que los EMERY se referían. Individuos, grupos, organizaciones y los investigadores que estudian este subcampo, pueden operar para adaptarse a las insuficiencias de cada medio y retrotraerse a las fuentes. Ya he hablado extensamente de cómo hacer esto cuando nos enfrentamos con mensajes, textos y discursos. Así dejamos a un lado los inconvenientes y consecuencias no deseadas de los medios. De esta manera, podemos reconstruir los acontecimientos centrales.

#### 4. LOS MEDIOS ARTIFICIALES

Sólo podemos hacer este trabajo de corrección mediante la *adaptación*; en las

---

<sup>5</sup> GORDON, George N.: *Persuasion. The Theory and Practice of Manipulative Communication*. Nueva York, Hasting House, 1971, Pp. 13-14.

*relaciones entre el ambiente y el organismo*, éste se ha adaptado a los medios físicos y ha desarrollado aparatos que miden información y que le sirven para captar mucho mejor las luces, sonidos, olores... De la misma manera, tenemos que ir desarrollando otros recursos para adaptarnos al campo social. Claro está que las operaciones a realizar son numerosas, pero ya he expuesto en otras Teorías anteriores la gran cantidad de acciones que ocurren dentro del mundo de la información.

En cuanto a la facilidad para retrotraernos a la fuente común, la *ambigüedad* resulta de que las propiedades estructurales de las cosas, cuando se plasman en imágenes, «individúan», «parecen como» la cosa misma y llegan a «representarla» en algunas ocasiones. Es posible una «reificación», de manera que las personas otorguen más realidad al medio -sea éste lenguaje hablado o las imágenes- que a las cosas mismas. Ocurren toda una serie de fenómenos que impiden la correcta coordinación de los organismos con los sucesos de la fuente. Sin embargo, el aparato perceptual del hombre, órganos sensoriales más sistema nervioso central, puede adaptarse a todos los objetos, aun a los distantes.

Así como las propiedades del medio y el «ruido» en sus diversas variedades contribuyen a confundirnos cuando queremos atribuir algo a una fuente, el ambiente físico ofrece al hombre un rasgo que resulta decisivo para su adaptación: *la redundancia* de las instantáneas que proceden de la mayor parte de las cosas que están presentes en el mundo del hombre.

«Los organismos viven en un mar de energía, una fracción de la cual sólo sería necesaria para identificar de forma única los objetos si no hubiera sucesos-fuente compitiendo con semejantes instantáneas. Parece que la evolución de los organismos ha ido en la dirección de adaptarse a las partes del ambiente -y a los mecanismos que se desarrollan- que ofrecen la mayor redundancia de las huellas o instantáneas.

Podemos ilustrar la noción de *redundancia* con un ejemplo simple. Una mesa en una habitación iluminada está irradiando muchos millones de instantáneas, pero una sola mirada es suficiente para impedir que alguien pase. La redundancia de las instantáneas o huellas hace que la tarea perceptual sea más fácil (más probable de conseguir) porque las instantáneas individuales sólo espúreamente están relacionadas. Cuanta más variedad haya en la fuente, con menos fiabilidad uno puede rastrear un número fijado de instantáneas de esa fuente, más que de otra <sup>6</sup>».

Hasta aquí hemos visto la relación entre el ambiente y el organismo. Pasemos a *la relación entre el organismo y el ambiente*.

Se trata de saber cómo los sucesos unitarios interiores logran efectuar cambios unitarios definitivos en el ambiente o en la posición del organismo en el ambiente. Para esto, necesitamos una *correspondencia entre los sucesos unitarios*. Y esta correspondencia ofrece dos aspectos:

a) Por una parte, el organismo necesita apoyos físicos y herramientas que apoyen a las fuerzas que de él dimanen para lograr estructurar un ambiente complejo. He aquí cómo es fácil distinguir entre medios naturales y medios artificiales de comunicación. Para entablar relaciones con los objetos distantes, el hombre necesita de instrumentos que cumplan la función del medio. Por lo tanto, que sean lo más ajustados posible a esa relación que el organismo establece.

GORDON ha explicado todo esto con un estilo que no deja lugar a dudas:

«¿Cómo consideramos, entonces, el lenguaje oral y escrito; las tablas de arcilla; las pinturas de las cavernas; las ceremonias primitivas; las señales de humo; la música; los signos y símbolos; los pinceles; lápices; *la imprenta; la máquina de escribir; los periódicos; el teléfono; los aparatos de radio; las películas; los receptores de televisión?*

*En primer lugar, unos son técnicas y otros tecnologías. Son potencialmente infinitos en*

---

<sup>6</sup> *Ibíd.* P. 8.

número, y sus límites son aquellos adonde no han llegado los poderes inventivos del hombre. Algunos de ellos son anteriores en miles de años a la "tecnología". *Operan de forma diversa en civilizaciones diferentes*. Otros se han desarrollado desde la explosión tecnológica de la revolución industrial en la Inglaterra del siglo XVIII. *Como componentes culturales, poseen un atractivo simbólico que desemboca en una disposición psicológica de la persona para simplificar, aumentar, rehacer o modificar los poderes de los tres medios mencionados*<sup>7</sup>».

b) Las instantáneas, huellas o consecuencias que proceden del organismo están a disposición del hombre para que éste vaya corrigiendo el sentido de sus acciones con la información potencial en que éstas consisten. Por eso, para vencer el ruido y las propiedades del medio, el ambiente le ofrece la *redundancia* y el organismo mismo su *feedback externo*. Y éste es posible porque la *acción* participa de muchas propiedades que son comunes a otros sucesos físicos, al existir una  *semejanza estructural* entre el ambiente que el organismo se encuentra al actuar y el que es mediado por sus órganos sensoriales<sup>8</sup>.

Cuando el hombre conforma su ambiente como *campo social*, aumenta de tal modo el número de las relaciones que le resulta difícil adaptarse. Insertado en grupos sociales, establece relaciones con ellos, valiéndose de la tecnología y logra aumentar las posibilidades de supervivencia de su organismo. Si los hombres construyen un refugio, se ven envueltos inmediatamente en racimos persistentes de población, en almacenar reservas y cada vez van logrando dominar más el ambiente físico<sup>9</sup>. Ahora bien, esto no quiere decir que aumentar las posibilidades de supervivencia equivalga a aumentar las facilidades de adaptación. La textura del campo social tiene una importancia decisiva en la comunicación humana.

## 5. LA METÁFORA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO CONDUCTOS

Si aplicamos lo que acaban de decir los EMERY a la literatura misma sobre los medios, comprobamos que es difícil adaptarnos a las muchas cosas que muy distintos autores han afirmado sobre los medios. Es decir, han aumentado tanto los artículos y libros sobre los medios que corremos el peligro de perdernos. Por eso, necesitamos orientación.

He comprobado que, cuando el ambiente está sobrecargado y confuso, un buen criterio es identificar las analogías subyacentes en los términos que empleamos a diario como si fueran una moneda corriente. ORTEGA y MARIÁS trabajan así. El primer autor que me llamó la atención, hace años, en este aspecto de saber calar a través de enormes masas de información y resumir con rasgos precisos lo sustancial de grandes problemas y sus soluciones fue Ronald HAVELOCK a propósito de la innovación. Desenredó lo que estaba muy liado. Ya hemos visto que Leonard HAWES actuaba así cuando indagaba en las metáforas de diversas teorías. También Keith STAMM hacía lo mismo con un concepto tan espeso como el de «comunidad». Pues bien, J. MEYROWITZ piensa que éste es el camino:

---

<sup>7</sup> GORDON (1971) P. 14.

<sup>8</sup> EMERY y EMERY, P. 9.

<sup>9</sup> SPENGLER lo exponía así: «Pero ¿qué ha sucedido? Si se penetra más hondamente en ese nuevo mundo de formas, que asumen ahora los actos humanos, se advierten en seguida complicadas y confusas relaciones. Todas esas técnicas se superponen unas a otras. La cría de animales domesticados exige plantaciones para piensos; la cosecha y la siembra de vegetales nutritivos exige a su vez la existencia de animales de tiro y de carga; éstos, por su parte, presuponen la construcción de cercados; cualquier tipo de edificación exige la preparación y el transporte de materiales de construcción, y el tráfico requiere vías de comunicación, animales de carga y barcos». En *El hombre y la técnica*. Madrid, Espasa-Calpe, 1967 (3ª edición), Pp. 36-37.

«Este ensayo sostiene que una cantidad bastante grande de confusión en los estudios de medios ha surgido de no haber tratado explícitamente la más básica de las cuestiones: "¿Qué son los medios?"<sup>10</sup>».

Después de sistematizar las diversas metáforas sobre los medios, «regresa», vuelve a los orígenes, hasta quedarse con tres conceptos básicos que tenemos en nuestra cabeza cuando empleamos la palabra *medios: conductos, lenguajes, ambientes*<sup>11</sup>.

*Medios como conductos*: La imagen más común, con mucho, de un medio es la de una especie de conducto que es importante en tanto en cuanto entrega un contenido. He aquí otra manera de enlazar con los Capítulos anteriores. Sin embargo, no es ahora el enlace lo que más nos interesa sino que la metáfora del conducto lleva a una serie de cuestiones:

«¿Cuál es el contenido? ¿Qué factores sociales, políticos, económicos, de organización, ideológicos y otros contribuyen a desarrollar y percibir el contenido? ¿Con qué precisión el contenido de los medios reflejan la realidad? ¿Cómo interpretan el contenido las variadas audiencias? ¿Qué efectos tiene el contenido? ¿Qué tipos alternativos de contenidos de los medios son posibles?»<sup>12</sup>.

Esta metáfora responde a lo que GIDDENS denomina «seguridad ontológica». Es decir, independientemente del medio por el que nos llegue la información, estamos seguros de que hay una sustancia informativa que nosotros podemos captar o alguien nos puede resumir. El medio apenas interfiere, está libre de contenido. De ahí que, al adquirir importancia el contenido, la pierde cada medio específico, que podía recibir más atención. Más en concreto, quienes conciben así los medios van buscando estructuras, códigos y formas de contenido y contenido latente.

### 5.1. Los medios estructuran el tiempo de la gente

Los medios como conductos ayudan a la gente a estructurar su tiempo. Esta afirmación tan simple tiene una importancia social y política muy grande. Para Eric BERNE, cómo estructurar el tiempo es el mayor problema al que se enfrenta el hombre y la forma que tenga de hacerlo determinará el curso de su vida, su sentido y su final. La fuerza que mueve a las personas a estructurar su tiempo son las *necesidades*.

**Necesidad de estímulo o de sensación.** Animales y personas buscan las situaciones estimulantes. El problema de todo tipo de internados, prisiones, cuarteles, e instituciones psiquiátricas es crear situaciones que propicien sensaciones nuevas. Por eso, vemos en los

---

<sup>10</sup> MEYROWITZ, Joshua: «Images of Media. Hidden Ferment -and Harmony- in the Field». *Journal of Communication*, Verano 1993, 43 (3) Pp. 55-66. La cita es de la Pág. 55. A riesgo de parecer exagerado, me parece más importante para la TGI este breve artículo que el muy valioso libro del mismo autor *No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior*. Nueva York, Oxford University Press, 1985. Podemos encontrar muchas de las ideas de este libro en otros autores, no el original enfoque del artículo.

<sup>11</sup> LAKOFF, G. y M. JOHNSON: *Metaphors we live by*. Chicago, University of Chicago Press, 1980. Traducción española: *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra, 1995. Se apoya en estos dos autores para destilar el pensamiento que mejor cuadra a su teoría: Las metáforas son potentes herramientas para ver claramente, pero también nos ciegan a otras maneras de ver.

<sup>12</sup> *Ibíd.* P. 56.

medios de comunicación que las drogas y los motines están unidos a esos lugares. Quienes consumen droga carecen de permiso interior para divertirse. Los motines muestran el ansia de estímulo de los internos, que suelen pedir mejora de las condiciones de vida. Lo que realmente están pidiendo son más estímulos y sensaciones dentro de las limitaciones de su libertad.

El éxito de muchos escritores, medios de comunicación y centros de espectáculos estriba en que satisfacen esa necesidad de estímulos. Si leemos autobiografías de periodistas o recordamos algunas películas sobre el periodismo, comprobaremos que la abundancia de estímulos diarios atraen a los aspirantes a periodistas; esta profesión ofrece muchas oportunidades de vencer la monotonía.

Las necesidades de estímulo o sensación entran dentro de las fisiológicas de MASLOW.

**Necesidad de reconocimiento.** BERNE acotó el término «caricia» (stroke) como la unidad de convivencia social. Hay caricias positivas y negativas <sup>13</sup>. WATZLAWICK ha sido más preciso que BERNE en este aspecto. Cuando se ocupa de las tres respuestas que una persona puede recibir de otra, registra la Confirmación, el Rechazo y la Desconfirmación <sup>14</sup>. La Confirmación abarcaría las caricias positivas; el Rechazo y la Desconfirmación, las negativas. Ahora bien, la Desconfirmación es mucho peor que el Rechazo. Al menos, el Rechazo cuenta con el otro y puede pasar a la Confirmación, si los sujetos continúan comunicando. Sin embargo, la Desconfirmación indica que una persona no existe para otra, puesto que no la reconoce.

El periodista contribuye a satisfacer estas necesidades. Desde los ciudadanos desconocidos hasta los famosos, todos acuden a los periodistas para que les otorguen más o menos minutos de exposición pública. La televisión crea, en sus programas informativos y de diversión, «momentos estelares» en la vida de muchas personas. Si nos fijamos atentamente, captaremos esa hambre de reconocimiento, esa «vanidad oceánica» en la que están sumergidos muchos ciudadanos. El precipitado de innumerables entrevistas es que no se les ha hecho justicia, que no se les han dado todos los premios que merecían y que su país, Europa o el mundo les debe una explicación. Las necesidades de reconocimiento corresponden a las de estima de MASLOW.

**Necesidad de estructura.** Las instituciones seleccionan a funcionarios para que ordenen las actividades de los ciudadanos. Las empresas de cazatalentos identifican a quienes saben crear negocios con los que captar y conservar a clientes. La necesidad de orden está en la base misma de los actuales medios de comunicación y de la forma misma de presentar la información periodística. Una gran parte del tiempo y del espacio de los medios de comunicación está destinada a programar el tiempo de los ciudadanos. Que un telediario dure cuarenta minutos, en lugar de media hora, indica una ruptura de formato que puede alarmar a los televidentes.

Encuadro las necesidades de estructura dentro de las de seguridad y amor y

---

<sup>13</sup> BERNE ha acuñado expresiones sencillas, que pueden hacer dudar sobre la solidez científica de sus ideas. A mi entender, esto se debe a que Berne admiraba a su padre, médico, muerto a los treinta y ocho años y al que dedicó *Transactional Analysis*, con la dedicatoria "Pauperibus Medicus". Entendía BERNE que él también estaba obligado a facilitar los términos científicos a los que no tenían dinero. Había comprobado que el Psicoanálisis era para quien pudiera pagarse las sesiones. La desconfianza hacia quienes empleaban jerga técnica le llevó a identificar el juego "Psiquiatría", que también podemos llamar "Periodismo".

<sup>14</sup> WATZLAWICK, BEVIN y JACKSON (1985), Pp. 85-89.

pertenencia al grupo, de MASLOW. El trabajo, el grupo de amigos y la familia estructuran poderosamente la vida de las personas.

**Necesidad de incidentes.** Para BERNE, la lucha contra el aburrimiento hace que mucha gente se meta en dificultades y las cause. ¿Por qué no incluir a los periodistas entre esa «muchacha gente»? Según la clasificación de MASLOW, podemos incluir esta necesidad en dos tipos de necesidades. Por una parte, en las de conocimiento, puesto que la curiosidad de los hombres parece no tener fin. Los medios de comunicación se mueven alrededor de las noticias de interés humano como uno de sus terrenos favoritos. También, en las de autorrealización.

Una vez que ha puesto los fundamentos, BERNE sorprende por su gran seguridad al clasificar exclusiva y exhaustivamente las formas de estructurar el tiempo: **soledad, apartamento o retiro, rituales, actividades, pasatiempos, juegos e intimidad.** Cada una de ellas puede dar lugar a abundante literatura científica y, sobre todo, forman el contenido de todos los géneros en los medios de comunicación. No sé si KATZ llegó a tratar a BERNE o si leyó sus obras. Lo que sí sé es que, cuando la B.B.C. le encarga a aquél que estudie y presente posibles programas de investigación, ¿qué es lo que hace? Propuso, en primer lugar, estudiar Radiotelevisión y Tiempo. Cita nueve libros cuyo lazo de unión es el tiempo<sup>15</sup>. Pues bien, las ideas de BERNE pueden dar profundidad, además de unión, a esos nueve libros y a muchos otros<sup>16</sup>.

David MORLEY adopta una perspectiva similar cuando habla de los usos de la TV: organizadora del tiempo, una manera de generar actividades y discusiones colectivas o de suprimir conflictos, una manera de definir un tiempo para la intimidad física, una manera de intercambios entre los miembros de la familia<sup>17</sup>. MORLEY pasa por ser uno de los autores que ha revitalizado el estudio de las audiencias.

John A. CIAMPA es un autor que también nos ayuda a movernos en medio de esta metáfora y a detallar el gran cuadro que BERNE ha pintado. Clasifica muy bien las situaciones comunicativas. Entre las formas de comunicación inmediata y privada están el Contacto, la Conversación y el Pequeño Grupo. La necesidad de Contacto es primordial. Está programada en los genes y en el seno materno. Un punto en el que tal necesidad podría desencadenarse es en el punto de separación del seno materno. El apartamento desencadena la necesidad de contacto querido, libremente pedido y libremente concedido, con otros seres y voluntades que no siempre se lo dan. En cada caso, logramos cada vez menos de cada vez más distancia y así necesitamos más y más y esto es lo que hace que las cosas sigan marchando.

---

<sup>15</sup> KATZ (1977), Pp. 42-44.

<sup>16</sup> Los libros en los que BERNE habla sobre la estructuración del tiempo son: (1987) Pp. 18-23. En *Sex in Human Loving*, Nueva York, Grove Press, 1970 (Traducción española: *Hacer el amor* (título comercial que trivializa el original), Buenos Aires, Alfa, 1975, habla de cuatro necesidades: estímulo, reconocimiento, estructura e incidentes. En su libro póstumo (1994), Pp. 36-37, no habla de la necesidad de incidentes, que tan importante resulta en Periodismo. ¿Quiere decir esto que la eliminó por no considerarla imprescindible? Pienso que la perspectiva de este libro era muy amplia, la del Guión vital, y que atravesó rápidamente el asunto de la estructuración del tiempo, que ya que había tratado en dos libros anteriores. Por eso, sólo lo dedica dos páginas en un libro de 491 (en español).

<sup>17</sup> «MORLEY, David: *Los estudios sobre Nationwide*. Por Mark JANKOVICH». En BARKER y BEEZER (Compiladores) (1994), P. 152.



El niño necesita compartir su vida más allá de sus queridos padres. Sus impresiones versan sobre personas, lugares y cosas; o relación, orientación e identificación. Para saber si está orientándose bien en el espacio y relacionándose con los demás, necesitamos comparar notas. Observa discrepancias entre lo que oye y le cuentan y quiere lograr precisión, lo cual significa que tiene que comunicarse más. Es como si la necesidad fuese alimentada porque no podemos coincidir en lo que hay más allá de nuestros sentidos, y así necesitamos más y mejor comunicación. Volvemos a oír los ecos de lo que dicen los EMERY cuando nos hablan de que hemos de hacernos cargo de las propiedades del medio si queremos conocer la realidad.

Los contenidos posibles en una conversación son, para CIAMPA: Economía, Educación, Entretenimiento, Erotismo y Estética.

Entre las formas de la Clase Mediata de Comunicación están todas las modalidades de medios de comunicación. CIAMPA asegura que los atributos de las formas inmediatas de la comunicación son los objetivos secretos de todas las formas mediadas. Por eso, sólo tenemos que observar los contenidos de los medios para darnos cuenta que reproducen los de la Conversación y estructuran el tiempo<sup>18</sup>.

Si insisto en que los medios de comunicación estructuran la vida de la gente, es porque varios autores han precisado cada vez más ese contenido que los medios transmiten. Lo han hecho valiéndose del concepto de *género*. Volvemos a encontrarnos a KATZ quien, en su obra con DAYAN, ha entrado de lleno en este aspecto y desde las primeras páginas.

«Sin embargo, tanto los productores como las audiencias dan por sentada, rutinariamente, la existencia de géneros en televisión. Las emisoras mismas, y las programaciones en diarios y revistas, clasifican regularmente los programas en tipos: informativos, documentales, deportes, acción, aventura, películas del Oeste, comedias de situación, seriales, concurso de variedades, debates, dibujos animados, etcétera. Quienes investigan en comunicación de masas también emplean estas categorías, sin someterlas a crítica. Con la excepción de los seriales, que se remontan a la radio, han trabajado poco en las características de esas formas, en cómo difieren entre sí, cómo se relacionan con las formas correspondientes en otros medios, cuáles son sus mensajes y cómo se comunican esos mensajes.

«Estudiar sistemáticamente los informativos como género ha empezado recientemente a rivalizar en interés con los estudios sobre seriales. Ciertas formas políticas (congresos de partidos, debates presidenciales, publicidad política) también han atraído la atención de los estudiosos, y la comedia de situación está en su mejor momento. Sin embargo, hasta hace poco, y sólo con excepciones ocasionales, los estudios sociales sobre televisión han tratado al medio como un todo único, o según estímulos discretos, sin prestar atención seria a sus formas integrantes. La publicación de los libros de Horace Newcomb y R. Williams representan puntos decisivos para cartografiar el territorio de la televisión<sup>19</sup>».

DAYAN y KATZ afirman que los estudiosos del cine sí lo habían hecho desde hacía tiempo, pero no explican por qué. Mark JANKOVICH, sí. La raíz de no haber captado antes un asunto tan vital como el de los géneros que los críticos de cine sí habían cultivado está en la distinción entre humanidades y ciencias sociales. Los estudios sobre Literatura y Cine se han basado en las primeras. Los estudios sobre medios de comunicación, especialmente TV,

---

<sup>18</sup> CIAMPA (1989), Pp. 43-58.

<sup>19</sup> DAYAN y KATZ (1992, inglés), Pp. 2-3; (1995, español), P. 12. Los libros a que se refieren son: NEWCOMB, Horace: *TV: The Most Popular Art*. Nueva York, Anchor Books, 1974; WILLIAMS, Raymond: *Television and Cultural Form*. Nueva York, Schocken Books, 1975.

en las segundas <sup>20</sup>.

Los EMERY, BERNE, CIAMPA... son humanistas, no sólo científicos sociales. Uno de los puntos que más resaltan en la TGI durante los últimos años es que los humanistas han entrado en nuestro campo para reflexionar y abrir el panorama. Barbie ZELIZER asegura que varios autores se están dando cuenta de que reducir los medios a su dimensión sociológica es empobrecer las perspectivas. La investigación humanista acentúa las dimensiones rituales y comunales del periodismo <sup>21</sup>. Un investigador tan empírico durante años como KATZ quiere que le consideren humanista. También Everett ROGERS, que ha estudiado las corrientes administrativa y crítica en varios artículos, prefiere hablar de corriente humanista, en lugar de administrativa.

## 6. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO LENGUAJES: LA GRAMÁTICA DE CADA MEDIO

Esta metáfora ha tendido a enfocar la atención en la *gramática* única de cada medio que tiene una manera específica de combinar: Titulares, tipos de letra, emplazamiento, planos de cámara, facilidad para volver a ver, distorsiones...

«Cuáles son las variables que pueden manipularse dentro de cada medio? ¿Cuáles son los efectos de ese manipular en la manera de percibir, comprender, reaccionar emocional y responder conductual? ¿Hasta qué punto la naturaleza física de cada medio, los códigos culturalmente variables de la comunicación cara-a-cara y/o las convenciones de la producción conforman los *códigos gramaticales para cada medio*? ¿Qué factores políticos e ideológicos afectan a las típicas elecciones variables gramaticales? ¿De qué modo diferente reaccionan audiencias distintas a manipulaciones semejantes de variables de producción? <sup>22</sup>».

Dicho de otro modo, los autores que se plantean estas preguntas conciben los medios atributivamente. Que la distinción distributivo/atributivo resulta decisiva para saber de qué estamos hablando y que no distinguir lleva a la nebulosa, lo comprobamos cuando MEYROWITZ pone un ejemplo muy fácil de comprender:

«A un analista de contenido que explora las imágenes de las mujeres en los medios pueden interesarle los roles de las mujeres (amas de casa o ejecutivas, por ejemplo), el trato que reciben (las respetan como a los hombres, las adoran como madonnas o las ven como objetos sexuales), si los personajes femeninos son castigados de alguna manera por exhibir independencia personal o profesional, etc. Un analista de gramática podría examinar cómo estructuran esos roles, las relaciones y conductas dentro de cada medio. En televisión, si las mujeres están enmarcadas en un espacio íntimo, personal o social; si hacen que parezcan débiles en picados o fuertes en contrapicados; si emplean filtros en primeros planos para crear un brillo suave, etéreo; si la estructura del plano enfoca la atención en las partes del cuerpo de una mujer; y si vemos la acción general desde una perspectiva masculina o femenina (como en la secuencia demasiado común de una mujer que adelanta a un hombre, seguida de un corte a un plano de su trasero). Así pues, incluso los términos aparentemente claros *imagen*, *representación* y *género* tienden a tener significados muy diferentes dentro de las metáforas de

---

<sup>20</sup> JANKOVICH (1994), p. 160.

<sup>21</sup> ZELIZER, Barbie: «Has Communication Explained Journalism?». *Journal of Communication*, Otoño 1993, P. 81.

<sup>22</sup> *Ibíd.* P. 59.

diferentes medios<sup>23</sup>».

Estudiar la gramática de cada medio resulta apasionante para algunos investigadores, sobre todo si logran mantener constantes los elementos de contenido y varían los de gramática. Dónde esté colocada la cámara en las manifestaciones, por ejemplo, nos dice cuál es el punto de vista más favorecido. También, en el cine, la posición de la cámara dicta con quién puede identificarse más fácilmente el espectador.

Seth GEIGER prefiere encuadrar esta manera de ver los medios dentro de la corriente de Procesamiento de la Información<sup>24</sup>. Si tenemos en cuenta el éxito de la Psicología Cognitiva, es comprensible esta elección. Pero ¿podemos incluir dentro de esta corriente a Geald MILLER y Norman FONTES, que han estudiado algo tan importante como la aplicación del video a los juicios? ¿O a Hans Matthias KEPPLINGER, que investigó los efectos de los ángulos de cámara en una campaña electoral? (Ver Capítulo 41) ¿O el Grupo de Glasgow, tan preocupado por la posición de las cámaras de TV durante las manifestaciones? Y así podríamos ir enumerando a una serie de autores. Por tanto, la gramática de los medios no es patrimonio de una corriente particular.

---

23 *Ibíd.* Pp. 59-60.

24 GEIGER, Seth: «Revealing the Black Box: Information Processing and Media Effects». *Journal of Communication*, Otoño 1993, Pp. 43-52.