

LA SOCIOLOGIA DE LAS COMUNICACIONES MASIVAS EN LOS ESTADOS UNIDOS

INTRODUCCIÓN

La tarea de exponer un campo de teoría e investigación no es fácil ni grata. Cuando ese campo se ha organizado científicamente en una cultura diferente de la del expositor, la tarea puede resultar arriesgada. Si el campo a exponer pertenece al dominio de las ciencias sociales, todas esas dificultades se potencian al máximo.

No es fácil ni grata esa labor, porque siempre se ha de incurrir, lo quiera o no el expositor, en referencias sucintas de libros y artículos, que no satisfacen al especialista ni informan al profano. Algún criterio de selección tiene que presidir esa exposición, so pena de caer, si no, en una pesada enumeración de títulos y nombres. Pero ¿qué criterio de selección no fuerza al contenido de las obras, que constituyen el campo a figurar en la exposición en apartados que desvirtúan su valor intrínseco, en más y en menos?

El riesgo de una exposición de esta índole consiste en la dificultad, no siempre superable, de hacerse cargo de los supuestos culturales en que se asienta la teoría y la investigación que se trata de exponer. El condicionamiento sociológico de la ciencia es cosa sabida; lo que no resulta tan fácil es descubrirlo con tino y estructurarlo en su necesaria relación con el campo que se expone.

En las ciencias sociales habría que considerar, además, las experiencias históricas que están detrás de cada vocablo, de cada concepto, de cada definición y, lo que es peor, de cada resultado. Hacerse cargo de todas estas premisas, desgraciadamente, no garantiza que se salve el riesgo. Pero configura una actitud que se debe presumir en todo expositor y que el lector no debe perder de vista.

La moneda tiene otra cara. Dificultades las hay, pero también hay ganancias que obtener. La exposición de un campo de teoría e investigación puede tener su lado ejemplar. Sobre todo si el campo en cuestión tiene alguna historia. Pueden superarse tanteos, para el futuro, por parte del país

importador. Pueden contemplarse, como en una pieza dramática, la exposición, el nudo y el desenlace de un campo científico en su organización; sus forcejeos por encontrar los problemas importantes, el refinamiento de sus instrumentos investigativos, la codificación de los resultados.

No nos proponemos en este trabajo llevar a cabo una exposición exhaustiva del campo de la «mass communication» en la literatura de las ciencias sociales norteamericanas. En su país de origen, este campo ha sido expuesto varias veces (1). Se trata, por regla general, de exposiciones de períodos parciales o de aspectos parciales de este campo.

Lo que nosotros quisiéramos en esta ocasión es subrayar lo que es y tiene que ser una orientación sociológica en el estudio de la comunicación masiva (2). A este fin, hemos revisado toda la trayectoria de la ciencia social norteamericana. El contenido de este trabajo presenta algunos resultados de esa revisión.

La sociología norteamericana, vista desde una perspectiva europea, ofrece una confusa mezcla de logros sorprendentes e ingenuidades imperdonables que es preciso someter a examen. El testimonio más evidente de esas dos

(1) Por ejemplo: CHARLES R. WRIGHT: «Sociology of Mass Communication, 1945-55», en HANS L. ZETTERBERG: *Sociology in the United States of America. A Trend Report* (París, U. N. E. S. C. O., 1956), págs. 78-83; del mismo autor, *Mass Communication. A Sociological Perspective* (Nueva York, Random House, 1959); MORRIS JANOWITZ y ROBERT SCHULZE: «Trends in Mass Communications Research» (dispongo de una copia del original), en el manual sobre sociología empírica, dirigido por RENÉ KOENIG. Pueden consultarse las introducciones y notas de los «libros de lecturas» relacionados con este campo: BERNARD BERELSON y MORRIS JANOWITZ: *Reader in Public Opinion and Communication* (Glencoe, Ill.: The Free Press, 1953, edición aumentada); DANIEL KATZ, DORWIN CARTWRIGHT, SAMUEL ELDERSVELD y ALFRED MCLUNG LEE: *Public Opinion and Propaganda* (Nueva York, Henry Holt y Co., 1954); BERNARD ROSENBERG y DAVID MANNING WHITE: *Mass Culture. The Popular Arts in America* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1957); WILBUR SCHRAMM: *Mass Communication* (Urbana, University of Illinois Press, 1949); del mismo autor, *The Process and Effects of Mass Communication* (Urbana, University of Illinois Press, 1955).

(2) Traduzco «mass communication» por «comunicación masiva». Las traducciones que se han propuesto anteriormente (JUAN BENEYTO, en su libro «*Mass Communications*». *Un panorama de los Medios de Información en la Sociedad Moderna* [Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1957], traduce la expresión por «comunicaciones comunitarias» [páginas 14-15]; JOSÉ CAZORLA, en su traducción de *Sociología*, de R. M. MACIVER y CHARLES H. PAGE [Madrid, Editorial Tecnos, 1960], por «comunicación en la masa» [pág. 452], y PEDRO VÁZQUEZ DE CASTRO, en el artículo «Televisión y Cultura de Masas», *Atlántico. Revista de Cultura Contemporánea*, núm. 10 [1958], por «comunicación en masa» [pág. 16]) parecen todas igualmente extrañas. Optamos en este trabajo por la traducción más próxima al original inglés, que hace unos años no era tampoco una expresión de uso corriente. *Vid.* notas 36-40.

caras de la ciencia social estadounidense nos lo proporcionan los trabajos de Dahrendorf, quien somete a revisión crítica esa ciencia con instrumentos conceptuales que proceden de allí mismo (3).

SOCIOLOGÍA DEL CONOCIMIENTO E INVESTIGACIÓN DE LAS
COMUNICACIONES MASIVAS

Se ha planteado Merton (4), con la lucidez que caracteriza toda su obra, el problema de las relaciones —semejanzas y diferencias— entre la «sociología del conocimiento» europea y la «investigación de las comunicaciones masivas» norteamericana. Su ensayo, que tendríamos que situarlo más en la línea europea que en la norteamericana, es particularmente importante para nosotros no sólo porque nos brinda un panorama general del campo que estamos exponiendo, sino porque también nos ofrece un punto de referencia o contraste —el ambiente intelectual europeo—, que es exactamente el nuestro. De este modo, además, nos acercamos a una explicación que dé sentido a la índole respectiva de las ciencias sociales de aquende y de allende el Atlántico.

Para Merton, la sociología del conocimiento y la sociología de las comunicaciones masivas «pueden ser consideradas como especies de ese género de investigación que se preocupa del juego mutuo entre estructura social y comunicaciones» (5). La sociología del conocimiento sería la «especie europea», y la sociología de las comunicaciones masivas, la «especie norteamericana». Pero si bien ambas se ocupan de las relaciones entre ideas y estructura social, «cada una de ellas tiene su foco distintivo de atención» (6). Pertenecen al campo de la sociología del conocimiento los teóricos globales para quienes el aliento y significación de los problemas justifica su dedicación a ellos, sin que a veces se tenga en cuenta la posibilidad material de avanzar en su conocimiento más allá de las especulaciones ingeniosas y de las conclusiones impresionistas. El lema de éstos parece ser: «No sabemos si lo que decimos

(3) Vide. RALF DAHRENDORF: «Amerikanische Orthodoxie», *Archives Européennes de Sociologie*, 1, 2 (1960), págs. 283-8; *Homo Sociologicus. Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der Sozialen Rolle* (Colonia y Opladen: Westdeutscher, 1961).

(4) ROBERT K. MERTON: «Comparison of *Wissenssoziologie* and Mass Communications Research», en *Social Theory and Social Structure* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1957; edición revisada y aumentada), págs. 439-55.

(5) *Ibidem*, pág. 439.

(6) *Ibidem*, pág. 439.

es verdad, pero al menos es importante.» Frente a ellos, los científicos sociales norteamericanos dedicados al estudio de las comunicaciones masivas parecen tener este otro lema: «No sabemos si lo que decimos es particularmente importante, pero al menos es verdad» (7).

A continuación, Merton examina pormenorizadamente las diferencias entre ambas aproximaciones respecto de: objeto y definición de los problemas, concepciones sobre los datos, utilización de las técnicas de investigación y organización social de la actividad investigadora. Sigamos con algún detalle este examen.

El especialista europeo en sociología del conocimiento se ocupa principalmente de «los productos intelectuales de los expertos, en tanto que el norteamericano dedicado al estudio de las comunicaciones masivas enfoca su atención sobre «las creencias populares». El primero se centra en el «conocimiento»; el segundo, en la «opinión». «Si la versión norteamericana se preocupa esencialmente de la opinión pública, de las creencias de las masas de lo que se ha dado en llamar cultura popular, la versión europea se preocupa de doctrinas más esotéricas.» Un ejemplo: si el europeo analiza la ideología de los movimientos políticos, el norteamericano investiga las opiniones de los votantes y de los no votantes (8).

El europeo, continúa Merton, es por regla general hospitalario e incluso cordial en su aceptación de datos empíricos. Una impresión derivada de la lectura de unos pocos documentos, particularmente si los documentos se refieren a tiempos o lugares suficientemente remotos, se aceptará como un hecho, como un dato empírico, que caracteriza las corrientes de pensamiento de todo un país o un período del tiempo. La variante norteamericana, por el contrario, pone todo su esfuerzo en determinar empíricamente los hechos, antes de otorgarles ningún carácter. «El europeo imagina y el norteamericano busca; el norteamericano investiga a corta distancia y el europeo especula a larga distancia» (9).

Para el sociólogo del conocimiento europeo, la misma expresión «técnicas de investigación» suena a algo extraño y prosaico; tiene, eso sí, siguiendo una tradición en el estudio de la Historia, la filosofía y las artes, técnicas elaboradas para la autenticación de los documentos que usa y para la determinación de su fecha, pero descuida aquellas técnicas que llevarían a un análisis más objetivo de esos documentos. Por diferentes razones, que Merton enumera y que recogemos en otro lugar de esta exposición, el so-

(7) *Ibidem*, pág. 440.

(8) *Ibidem*, págs. 440-442.

(9) *Ibidem*, págs. 442-446.

ciólogo norteamericano ha creado un verdadero arsenal de técnicas de investigación para la obtención y análisis de los datos. En última instancia, las razones de esta diferencia habrían de buscarse en las demandas que el medio hace, o no hace, a los científicos sociales de ambos mundos (10).

Por último no sólo el medio, o, si se quiere, la estructura social, condicionan estas diferencias que estamos examinando, entre la versión europea y la norteamericana de nuestro campo, sino la propia estructura laboral del trabajo científico, en uno y otro Continente, nos daría alguna razón de semejantes diferencias. En efecto, el europeo trabaja solo; a lo sumo, ayudado de uno o dos discípulos inmediatos y dependientes, en tanto que el científico social norteamericano trabaja en equipos de investigación o dentro de una organización que agrupa diferentes equipos (11).

Quisiéramos que este artículo, avanzando por el camino trazado por Merton, pudiera contribuir a una integración de la sociología europea y de la sociología norteamericana. Esa integración no puede venir ni por el camino de la copia servil ni por el encastillamiento en las viejas tradiciones. No se trata de «quedarse» en Durkheim ni de «importar» unas técnicas de investigación. Se hace precisa una asimilación gradual, que sólo puede ser el resultado de una serena consideración crítica —la que caracteriza el espíritu de la Universidad europea—.

ETAPAS DE LA CIENCIA SOCIAL NORTEAMERICANA

La preocupación de los científicos sociales norteamericanos por los medios de comunicación masiva ha seguido las mismas líneas de evolución que, en general, pueden caracterizar las etapas por las que ha pasado la ciencia social de aquel país. Esas etapas, a nuestro parecer, son las siguientes (12):

Un primer período de especulación sobre la realidad social, paralelo aunque no coincidente con el quehacer sociológico europeo, tendente a la definición y clasificación de las realidades sociales, sin más apoyo empírico que el proporcionado por etnólogos y antropólogos; por este tiempo se insinúan, a través de una peculiar combinación de los métodos de la filosofía de la sociedad y de la historia social, las disciplinas de las ciencias sociales norteamericanas actuales; a saber: la psicología social, la antropología cultural, la ecología humana, la ciencia política y la sociología. A los fines de esta

(10) *Ibidem*, págs. 446-53.

(11) *Ibidem*, págs. 453-54.

(12) La descripción que sigue no pretende ser exhaustiva.

exposición consideraremos a Cooley como el más representativo de este período.

Una segunda etapa vendría caracterizada por el trabajo de investigación empírica del presente llevado a cabo por la escuela de la Universidad de Chicago. En este período, la especulación sobre la realidad social se traduce en orientaciones que conducen directamente al estudio de la realidad contemporánea, se consolidan las delimitaciones que separan las disciplinas sociales, se multiplican los estudios empíricos divorciados de cualquier elucubración teórica general y, consecuencia de todo lo anterior, se refinan o crean las modernas técnicas de investigación social. Consideraremos a Lasswell como nuestro representante de esta etapa.

El tercer período tiene una caracterización más compleja. Lo estamos viendo todavía y nos es difícil destacar sus tendencias generales. Aun a riesgo de equivocación, diríamos que son éstas: la afirmación de una relación más estrecha entre teoría (generalmente, de «alcance medio») e investigación empírica; una vuelta a la teoría de «alcance general», que es, en parte, una vuelta a los científicos sociales de la primera etapa; en parte, una incorporación del pensamiento europeo del mismo período; un intento de vencer las barreras disciplinares en el terreno de la investigación y de la teoría, y, por último, una consolidación de los métodos y técnicas de investigación, que ha dado lugar al establecimiento de centros de investigación social donde se trabaja en equipo. El tiempo por venir nos dirá quién es su representante.

LA «NUEVA» COMUNICACIÓN, SEGÚN COOLEY

Cuando Cooley se hace cargo, me parece que por vez primera en la historia del pensamiento social norteamericano, del papel que los medios masivos de comunicación juegan en la vida actual, no los llama medios masivos, ni habla de comunicación masiva. Escribe de la comunicación en general y analiza los posibles papeles a cumplir por lo que él llama «nueva» comunicación. Estamos en 1909 y todavía no han aparecido ni la radio, ni el cine, ni la televisión. Pero la técnica ha irrumpido en la vida moderna y la comunicación entre los seres humanos se ha visto enriquecida por las facilidades que aportan el teléfono, el telégrafo, los ferrocarriles, los correos como servicio organizado, «y lo que quiera que puedan ser los últimos logros en la conquista del espacio y del tiempo» (13). Es en esto, precisamente, en lo

(13) CHARLES HORTON COOLEY: «Social Organization», en *The Two Major Works of Charles H. Cooley* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1956), pág. 61.

que radica la importancia del pensamiento de Cooley: asiste al nacimiento de una vida social en que los medios masivos van a transformar muchas cosas, pero la reflexión sobre un tal fenómeno se hace desde la perspectiva de un mundo todavía no transformado o, al menos, no visto como transformado. Adivina Cooley lo que los medios masivos pueden significar en el mundo futuro, pero ese mundo no ha llegado todavía. Esta perspectiva le hace ver lo que en el proceso de la comunicación, que es tan antiguo como la vida humana, los medios técnicos aportan de «nuevo», sin caer en el error, tan generalizado después, de creer que esos medios son algo radicalmente diferente en un mundo radicalmente diferente también. O dicho de otra manera: para Cooley no se trata de una comunicación «masiva» en una «sociedad de masas».

A las alturas en que Cooley escribe su *Social Organization* se ha producido ya un cambio importante en su línea de pensamiento, que va a tener una larga repercusión en la historia del pensamiento social norteamericano. Cooley ha venido a pensar que para un mejor entendimiento de la realidad social es más significativo el proceso de la «comunicación» (*communication*) que el proceso del «transporte» (*transportation*). Con ello se insinúan los límites que van a separar a la ecología humana de la psicología social, en el panorama de la ciencia social norteamericana. En estos momentos, Cooley y Mead están poniendo las bases de la espléndida escuela de psicología social con que los Estados Unidos cuentan en la actualidad.

Para Cooley, «comunicación» quiere decir «el mecanismo a través del cual las relaciones humanas existen y se desarrollan —todos los símbolos de la mente, junto con los medios de transmitirlos a través del espacio y de preservarlos en el tiempo—. Incluye la expresión del rostro, actitud y gesto, los tonos de la voz, las palabras, el escribir, el imprimir, los ferrocarriles, telégrafos, teléfonos y los que quiera que puedan ser los últimos logros en la conquista del espacio y del tiempo» (14). La comunicación, pues, es el principio que sostiene la vida social, postulándose una interdependencia entre la vida mental y los medios en que se exterioriza. Como consecuencia, Cooley dice que «cuando llegamos a la Era moderna, especialmente, no entendemos nada correctamente, a menos que percibamos la manera en que la revolución en la comunicación ha hecho un mundo nuevo para nosotros» (15).

Pero ¿en qué ha consistido esa revolución? Según Cooley, la eficiencia del mecanismo de la comunicación depende de cuatro factores: 1) La «ex-

(14) *Ibidem*, pág. 61.

(15) *Ibidem*, pág. 65.

presividad» (o alcance de las ideas y sentimientos que puede transmitir). 2) La «permanencia del registro» (o la superación del tiempo). 3) La «rapidez» (o la superación del espacio). 4) La «difusión» (o acceso a todas clases de hombres). Pues bien; para nuestro autor, en su actualidad, el mecanismo de la comunicación, que se había enriquecido en «expresividad» (al aumentar el vocabulario que comprendía las ideas de la ciencia moderna) y en la «permanencia del registro» (para fines científicos y de otros tipos), en donde realmente había avanzado grandes pasos, «en tiempos recientes», era en la dirección de la «rapidez» y de la «difusión» (16).

Tendríamos que entrar en una exposición de todo el pensamiento de Cooley para alcanzar una comprensión adecuada de las consecuencias a que llega éste, como resultado de las consideraciones anteriormente resumidas. Especialmente, su creencia en que los cambios producidos en el mecanismo de la comunicación iban a contribuir a la organización de una «mente pública» o «mente general», única en todo el orbe humano, que daría como resultado una sociedad organizada «sobre las más altas facultades del hombre, sobre la inteligencia y la simpatía, antes que sobre la autoridad, la casta y la rutina» (17).

Pero lo que no queremos dejar de subrayar es que, para Cooley, los nuevos medios de comunicación no han sido vistos como instrumentos de la masificación; opinión que se generalizará más tarde. No era el enunciador de la significación del «grupo primario» quien pudiera pensar en una sociedad de individuos aislados, desvinculados, masificados. La sociedad transformada por la nueva comunicación tendría una nueva «mente general», pero no una estructura social absolutamente trastornada. Es decir, se ha relacionado el «nuevo» proceso de comunicación con las características de la «mente general», sin que se tomen en consideración las variables de la estructura social. En este sentido, el pensamiento de Cooley se formula en el marco de una problemática que es más propia de la psicología social que de la sociología. Por otra parte, la formulación de su pensamiento hace difícil su comprobación empírica, dada la generalidad de los términos en que se enuncia, si bien es preciso reconocer que la investigación posterior a Cooley ha «redescubierto» algunas de sus adivinaciones (18).

(16) *Ibidem*, pág. 80.

(17) *Ibidem*, pág. 81.

(18) Una excelente exposición de este punto, con referencia a la industria, puede verse en SALUSTIANO DEL CAMPO: «Grupos pequeños y organización informal en la industria», REVISTA DE ESTUDIOS POLÍTICOS, LXIV, 101 (septiembre-octubre de 1958), especialmente págs. 125-30.

«COMUNICACIÓN MASIVA, GUSTO POPULAR Y ACCIÓN SOCIAL ORGANIZADA»

Desde que Cooley escribiera, hacia 1909, las anteriores consideraciones, tenemos que llegar hasta Lasswell y Lazarsfeld y Merton para encontrar en la literatura sociológica norteamericana una exposición general del papel de los medios masivos de comunicación en el mundo contemporáneo. Especialmente, nos queremos referir aquí al artículo de Lazarsfeld y Merton, *Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action* (19). Enfoca ese artículo —de un modo comprensivo, si bien ensayístico— el problema de las funciones que cumple, en la vida actual, la comunicación masiva, y, ciertamente, no tiene paralelo en la literatura sociológica del presente. Indaga dicho artículo las causas del interés creciente por el problema en cuestión y encuentra que se ha generalizado un cierto temor ante la ubicuidad y el poder potencial que esos medios masivos tienen. Se sabe que esos medios son los medios de la propaganda, y se sospecha que, faltando los adecuados controles, esos medios serán usados a los siguientes fines: 1) Como nuevo tipo de control social, control psicológico sutil, ejercido por los grupos de interés de la sociedad que ya no pueden realizar una explotación directa de las gentes. 2) Como instrumento capaz de convertir a los públicos masivos en públicos conformistas del *statu quo* social y económico; y 3) Como elemento que tiende a deteriorar el nivel de la cultura popular, alimentando gustos vulgares.

La opinión de Lazarsfeld y Merton, la actitud crítica y negativa frente a los medios masivos, hoy día tan extendida, tiene una causa inconsciente en el fracaso que los movimientos de reforma social, tendentes a proporcionar cada vez más horas de ocio al obrero, han experimentado al comprobar que esas horas de ocio, tan trabajosamente obtenidas, no se han dedicado a la Columbia University, sino al Columbia Broadcasting System. En vena cómica, dicen los autores que el caso viene a ser como el del joven enamorado por vez primera en su vida, que trabajando horas extraordinarias, consigue ahorrar lo suficiente para regalar un brazaletes a su amada, la cual, encontrándolo «sencillamente divino», se cita a continuación con otro individuo al objeto de lucirlo.

No queremos dejar de reconocer en su pormenor las funciones sociales que, según Lazarsfeld y Merton, los medios masivos realizan en el mundo

(19) PAUL F. LAZARSFELD y ROBERT K. MERTON: «Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action» en el libro de lecturas *Mass Culture* antes citado, páginas 457-73.

contemporáneo. Esas funciones son: 1) *La función de conferir «status»* (o prestigio); la experiencia común y la investigación testifican que la posición social de personas, acciones y grupos se eleva cuando atraen la atención favorable de los medios masivos. 2) *La función de reforzar las normas sociales*; los medios masivos, en el supuesto de que se se generalice una conducta desviada de la norma del grupo, al dar publicidad a esa conducta, fuerzan a los individuos a tomar posición respecto a la desviación, acortando así la distancia entre las «actitudes privadas» y la «moralidad pública» al ejercer presión para que haya una moralidad única; esa publicidad fuerza al individuo a situarse o con los no conformistas (atrayéndose de este modo la sanción del grupo), o con el grupo; y 3) *La llamada disfunción narcotizante*. El aumento de los medios masivos disminuye el tiempo dedicado a la acción social organizada; el ciudadano realmente interesado e informado por el mundo en torno puede felicitarse del elevado estado de su interés e información, pero no se da cuenta de que se está absteniendo de decidir y actuar; no es lo mismo conocer un problema que hacer algo para resolverlo. Como parece evidente que a la sociedad moderna no le conviene tener masas de población políticamente apáticas e inertes, por eso hablan Lazarsfeld y Merton de «disfunción».

Si las formulaciones de Cooley eran en extremo generales, en el sentido de abstractas, las de Lazarsfeld y Merton pecan de excesivamente atenuadas a la realidad social norteamericana del presente. Ni unas ni otras han sido objeto de prueba empírica directa, aunque algunas investigaciones podrían aducirse en su apoyo. El plano en que se pronuncian Lazarsfeld y Merton tiene más que ver con el de la política práctica que con el de cualquier disciplina social y, ciertamente, no es peculiar de la sociología actual el ensayismo, magistral, desde luego, de que los autores hacen gala en este artículo.

LA TEORÍA DE LA «MODERNIZACIÓN», DE LERNER

Pero la teoría más general o comprensiva sobre las funciones sociales de los medios de la comunicación masiva ha sido expuesta por Daniel Lerner en su reciente obra *The Passing of Traditional Society* (20). La teoría de Lerner tiene, además, un conjunto considerable de trabajo empírico que la avala. Estas dos notas —generalidad y verificabilidad— distinguen el pensamiento de Lerner de las anteriores especulaciones teóricas sobre las fun-

(20) DANIEL LERNER: *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1958).

ciones de los medios masivos. Por «generalidad» entendemos la amplitud de la perspectiva histórica; por «verificabilidad», la formulación en términos que permiten la prueba empírica.

Pero acaso por tener esos mismos caracteres, la teoría de Lerner no contiene formulaciones precisas sobre las variables de la estructura social relativas a la estratificación. No olvidemos, desde luego, que esta teoría ha servido de base a una encuesta comparativa realizada en varios países del Oriente Medio. Sin duda, para poder abarcar lo que es común en el proceso histórico que está en marcha en esos países, se ha tenido que prescindir de lo que es peculiar de cada país.

La teoría lerneriana sobre las funciones sociales de la comunicación masiva se inserta en una teoría general sobre el proceso de «modernización». Equivalentes de «modernización» son los términos más familiares de «occidentalización», «europeización» o «americanización», prefiriendo el primero por su carácter neutro. En todo caso, el proceso de «modernización», que ahora se está desarrollando en los países del Oriente Medio, ha sido, y hasta cierto punto lo es todavía, un hecho histórico del Occidente mismo. Ese proceso, en todas partes, ha producido las mismas tensiones: «la ciudad frente al campo; el dinero, frente a la tierra; la ilustración, frente al analfabetismo; la ambición, frente a la resignación; la excitación, frente a la piedad» (21). Este proceso, que se ha producido en millones de seres humanos del mundo occidental, dando lugar a un nuevo estilo de vida —«la sociedad participante»—, está ahora en marcha en muchos países del mundo, y, para Lerner, el tercer acto de dicho proceso está ya escrito: es la sociedad occidental como el modelo más desarrollado de atributos sociales (poder, riqueza, capacidad, racionalidad).

Frente a una posible acusación de etnocentrismo, Lerner sostiene que el modelo occidental de modernización exhibe ciertos componentes y secuencias, cuya relevancia es global: «En todas partes, por ejemplo, el aumento de urbanización ha tendido a elevar el alfabetismo; elevar el alfabetismo ha tendido a incrementar el tiempo dedicado a los medios masivos; incrementar el tiempo dedicado a los medios masivos ha «acompañado» a una mayor participación económica (renta «per capita») y política (votación). El modelo de evolución occidental es un hecho histórico.» (22). Ahora bien: a nosotros no nos interesa entrar en la demostración de la «generalidad» del modelo; nos interesa un conocimiento más detallado del modelo mismo y de la función que en él desempeñan los medios masivos.

(21) *Ibidem*, pág. 44.

(22) *Ibidem*, pág. 46.

En primer lugar, el proceso de cambio social que Lerner llama «modernización» se halla caracterizado por una «movilidad psíquica» en no menor medida que por una movilidad física o geográfica y por una movilidad social. Porque no sólo, en ese proceso, ha habido «cambios», sino que el hombre occidental «ha llegado a habituarse al sentido del cambio y a acompañarse con sus varios ritmos» (23). Ha surgido de ahí una «personalidad móvil». Descrita en términos objetivos y técnicos, esa personalidad se distingue «por una gran capacidad de identificación con los aspectos nuevos de su medio; está equipada con los mecanismos que se necesitan para incorporar las nuevas demandas de sí mismo que se le plantean fuera de su experiencia habitual» (24). Tales mecanismos son la «proyección» (que facilita la identificación al asignar al objeto ciertos atributos preferidos de la persona) y la «introyección» (que ensancha la identidad al atribuir a la persona ciertos atributos deseables del objeto). «Usaremos —dice Lerner— la palabra *empatía* como abreviatura de ambos mecanismos» (25).

En esta perspectiva, ¿cuál ha sido la función de los medios de la comunicación masiva? «La expansión de la movilidad psíquica significa que las gentes, a diferencia de lo ocurrido en cualquier época histórica previa, ahora dominan en mayor medida la capacidad de imaginarse a sí mismas en situaciones, lugares y tiempos extraños. En nuestro tiempo, ciertamente, la expansión de la empatía por todo el mundo se ha acelerado. El aumento primero de experiencia física a través del transporte se ha multiplicado por la expansión de la experiencia *mediada* a través de la comunicación masiva» (26). La comunicación masiva, pues, cumple la función social de multiplicar la empatía. «De este modo, los medios masivos, al simplificar la percepción (lo que «vemos») y complicar enormemente la respuesta (lo que «hacemos»), han sido grandes maestros de la manipulación interior. Han disciplinado al hombre occidental en la capacidad empática, que indica modernidad. Han representado para él los papeles que pudiera confrontar y elucidado las opiniones que pudiera necesitar», concluye Lerner (27).

En segundo lugar, esta «movilidad psíquica» parece depender, en alguna medida, de las antecedentes condiciones de la movilidad física o geográfica y social. Es decir, que los medios masivos sólo pueden difundir movilidad psíquica en las sociedades que son modernas en otros contextos. Ello sugiere

(23) *Ibidem*, pág. 47.

(24) *Ibidem*, pág. 49.

(25) *Ibidem*, pág. 49.

(26) *Ibidem*, pág. 52.

(27) *Ibidem*, pág. 54.

que las condiciones que definen la «modernidad» forman un «sistema»: «Parece claro que las gentes que viven bajo un régimen común desarrollarán caminos organizados de distribuir información junto con otras comodidades. Es menos obvio que estas corrientes de información interactúan con la distribución de poder, riqueza, *status*, en tantos puntos como para formar un sistema, y, además, un sistema tan estrechamente interrelacionado como para que las variaciones institucionales en un sector sean seguidas de variaciones regulares y determinadas en los otros sectores. Sin embargo, precisamente este grado de interacción entre el sistema social y el sistema de comunicación es lo que sugiere nuestra exploración histórica» (28).

Distingue Lerner dos sistemas de comunicación pública — el oral y el de medios (se entiende, medios técnicos)—, según el paradigma: ¿Quién dice qué, a quién y cómo? Los tipos ideales que se siguen de la consideración de estas cuatro variables (fuente, contenido, público y canal) son éstos:

| | <i>Sistema de medios</i> | <i>Sistema oral</i> |
|----------------|--------------------------|-------------------------------|
| Canal | Radiodifusión (mediada). | Personal (cara a cara). |
| Público | Heterogéneo (masa). | Primario (grupos). |
| Contenido ... | Descriptivo (noticias). | Prescriptivo (reglas). |
| Fuente | Profesional (capacidad). | Jerárquico (<i>status</i>). |

Acerca de estos dos tipos de sistemas de comunicación pública se sostienen dos proposiciones: 1) Que la *dirección* del cambio es siempre desde el sistema oral al de medios; y 2) Que el *grado* de cambio hacia el sistema de medios parece correlacionar significativamente con los cambios en otros sectores clave del sistema social. Lerner, al objeto de formular esta última hipótesis de manera que pueda ser empíricamente verificable, selecciona unos índices que pueden ser comparados en los dos sistemas de comunicación:

| <i>Sector</i> | <i>Sistema de medios</i> | <i>Sistema oral</i> |
|--------------------|--------------------------|---------------------|
| Socioeconómico ... | Urbano. | Rural. |
| Cultural | Alfabetizado. | Analfabetizado. |
| Político | Electoral. | Designativo. |

La prueba empírica de esta hipótesis —en cuyo detalle no podemos entrar aquí— se basa en esta afirmación de Lerner: «Nuestro modelo es pro-

(28) *Ibidem*, pág. 55.

babilístico, nuestras medidas son distributivas y nuestra prueba es correlacional» (29). En efecto, el procedimiento de prueba consiste en construir una matriz que contenga los datos sobre los sectores antedichos: *urbanización* (proporción de personas que viven en ciudades de más de 50.000 habitantes), *alfabetismo* (proporción de personas capaces de leer en una lengua), *participación en los medios* (proporción de personas que compran periódicos, poseen radio y van al cine) y *participación electoral* (proporción de personas que votan en elecciones nacionales).

Obtenidos los respectivos índices para la demostración del carácter «sistemático» de los cuatro sectores propuesto, establece Lerner un coeficiente de correlación múltiple —basado en datos sobre 54 países—, que al rotar cada uno de los índices en la matriz establece el grado de correlación entre cada uno de ellos y los otros tres. Este coeficiente de correlación múltiple, presentado más abajo, demuestra que la relación entre los cuatro sectores es sistemática.

| <i>Variable dependiente</i> | <i>Coefficiente de correlación múltiple</i> |
|------------------------------------|---|
| Urbanización | 0,61 |
| Alfabetismo | 0,91 |
| Participación en los medios | 0,84 |
| Participación política | 0,82 |

Lo expuesto basta para que podamos señalar lo que Lerner ha aportado a una orientación sociológica en el estudio de la comunicación masiva. Subrayamos anteriormente la «generalidad» y «verificabilidad» de su orientación. Queremos ahora destacar lo que en ella hay de orientación sociológica: la formulación de un modelo o sistema en que el proceso de la comunicación masiva se relaciona con el proceso social general, o si se quiere, el sistema de comunicación con el sistema social. Es un primer paso en la formulación de un modelo teórico que, siguiendo esas mismas líneas, afine y se adentre más, por así decirlo, tanto en el sistema de comunicación cuanto en el sistema social. Más adelante nos ocuparemos de otros varios intentos en esta dirección.

EMPIRISMO METATEÓRICO Y TEORISMO METAEMPÍRICO

No siempre es perjudicial para una ciencia el que sus problemas hayan nacido en el trance de buscar soluciones prácticas a las demandas inmediatas del medio. Ocurre con frecuencia que el medio plantea problemas cuya so-

(29) *Ibidem*, pág. 57.

lución, por inmediata y perentoria que sea, no puede estar exenta de cierto refinamiento técnico. Por otra parte, el mismo medio acaba pidiendo soluciones cada vez más precisas, y de ahí a un planteamiento radicalmente científico del problema en cuestión no hay más que un paso.

Siempre será conveniente pensar, frente a los puristas de la ciencia, que si el medio no hubiese demandado una respuesta precisa, o lo más precisa posible, el problema no hubiese entrado nunca en el ámbito de la ciencia. La ciencia, sin la acuciante demanda del medio, puede, sin duda, extremar *ab initio* un planteamiento radicalmente científico de los problemas, pero nada nos garantiza que ese planteamiento haya de iluminar luego una efectiva indagación de la realidad. Sirva de ejemplo la «sociología del conocimiento», nacida en mentes académicas como respuesta a una problemática que ninguna persona ni grupo del medio —excepto las personas y grupos del mundo académico— habíase planteado como problema que exigiera una inmediata solución. Pues bien; el planteamiento programático de la «sociología del conocimiento», en cuya elaboración han intervenido las mentes sociológicas más preclaras, y de cuyo rigor sería ocioso dudar, no ha producido apenas una docena de estudios empíricos en que aquel planteamiento haya servido de orientación metodológica.

La literatura sociológica de los últimos años, especialmente la que se refiere a la sociología política (30), está demostrando que no siempre es necesario que la investigación empírica se realice, desde un principio, con una serie de hipótesis bien formuladas. El empirismo tosco, que observa y que parece que no sabe lo que observa ni qué significado tiene, sobre todo cuando se endereza a establecer relaciones simples entre variables simples, es una empresa legítima en la ciencia. Aporta los materiales que la teoría científica puede aprovechar. Los llamados «análisis secundarios» están poniendo de manifiesto que todos esos materiales del empirismo tosco —movido por fines prácticos o no— son elementos preciosos en la tarea científica de elaborar y probar una teoría. No parece que se pueda sostener, como hasta ahora se ha venido haciendo, un divorcio entre el empirismo metateórico y el teorismo metaempírico. Ambos extremos, por supuesto, son inconciliables en su más pura expresión. Pero es preciso reconocer que la pureza en ambos extremos es bien difícil (31).

Estas someras consideraciones, sobre las que fuera conveniente insistir más, si con ello no traspasáramos las limitaciones de espacio que nos hemos

(30) *Vide.*, por ejemplo, la introducción a BERNARD R. BERELSON, PAUL F. LAZARSFELD y WILLIAM N. MCPHEE: *Voting* (Chicago, The University of Chicago Press, 1955), especialmente pág. XII.

(31) *Vide.* ROBERT K. MERTON: *Social Theory and Social Structure*, pág. 85.

impuesto, pretenden responder a una observación común en los expositores norteamericanos del campo de la comunicación masiva. Es rara la exposición que no comienza afirmando que, debido a que este campo ha nacido por exigencias prácticas que pedían una solución inmediata, existe una enorme desproporción entre el caudal de investigaciones empíricas acumuladas y la ausencia de una orientación teórica que organizase el campo científicamente. Aceptamos que existe, como cuestión de hecho, una tal desproporción. Veamos, sin embargo, lo que hay de verdad en relacionar esa desproporción con el hecho de que la investigación en este campo se haya iniciado por razones extraacadémicas.

En primer lugar, los sociólogos europeos que a principios de este siglo se han ocupado en la descripción de la sociedad contemporánea han prestado escasa atención a los medios masivos de comunicación. En vano buscaremos en Durkheim, Weber, Pareto, Mannheim, Tönnies u Ortega una alusión a la existencia creciente de esos medios en el mundo que tratan de entender. Por otra parte, las consideraciones de Cooley que hemos expuesto anteriormente se presentaban bajo una forma difícilmente traducible a términos empíricos, no ya respecto de las necesidades del mercado o la política, sino incluso respecto de las exigencias de la investigación científica.

En segundo lugar, los hombres de acción que estaban interesados en precisar determinados extremos referentes a los medios masivos de comunicación, acudieron a los científicos sociales en demanda de respuestas concretas a problemas también concretos. Como Kappler ha señalado, los científicos sociales, en un primer momento, fracasaron en responder a esa demanda al ofrecer soluciones contradictorias, lo cual era, en parte, referible a la casi total ausencia de unas orientaciones teóricas. y, en parte, consecuencia de unos deficientes instrumentos de investigación.

Y, en tercer lugar, como Lazarsfeld y Merton han precisado, fueron esas demandas de los hombres de acción, cada vez más concretas, las que han hecho posible el refinamiento de los instrumentos técnicos de investigación y la necesidad de un planteamiento teórico de este campo de estudio.

En resumen, pudiéramos decir que la ausencia de unas orientaciones teóricas generales, que presidieran la investigación empírica de las comunicaciones masivas, es en mayor medida el resultado de una ciencia sociológica en proceso de formación que la consecuencia de una dependencia de urgencias inmediatas del medio. De esas urgencias ha salido este campo científico de teoría e investigación. Lo que hoy llamamos «ciencia de la comunicación» o «investigación de la comunicación masiva», como campo de estudio que delimita unos hechos, los define, los relaciona según los cánones de la ciencia, los

observa con métodos adecuados y ofrece un cuerpo codificado de conocimientos, debe mucho más a las demandas del medio que a la pura elaboración académica.

MORAL Y POLÍTICA EN EL ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES MASIVAS

Ahora bien, esta vinculación con las demandas del medio no sólo plantea problemas en el plano de las orientaciones teóricas y de las técnicas de investigación. Una nota de ejemplaridad que se da en este campo es el haber hecho explícitas las dimensiones morales y políticas en que se halla envuelto el investigador, de una parte, y el hombre de acción, de otra, profesionalmente dedicados a la comunicación masiva. La claridad con que ambas dimensiones se han sacado a la luz del día y el prestigio de los que se han pronunciado en esta dirección, nos permiten pensar que las reflexiones que se exponen a continuación no se han emitido en vano.

Para Merton (32), el hombre de acción que se ocupa en actividades de propaganda se encuentra enfrentado con este dilema: o abandonar ciertas técnicas de persuasión que le garantizan fines inmediatos, o violar los códigos morales vigentes. «Tiene que escoger entre ser un técnico poco efectivo y un ser humano escrupuloso, o ser un técnico efectivo y un ser humano poco escrupuloso». La presión de los objetivos inmediatos tiende a empujarle hacia la primera de esas alternativas. Las justificaciones vendrán después, si es que el conflicto conduce a un sentimiento de culpabilidad. La mejor justificación será que la gente se mueve por emociones. En efecto, muchos valores tienen sus raíces en actitudes emocionales. Pero esto es una verdad a medias. «La verdad completa va más allá de esta observación. Las apelaciones a los sentimientos dentro del contexto de una información y un conocimiento relevante son sustancialmente diferentes de las apelaciones a los sentimientos que entorpece y oscurecen ese conocimiento y esa información. La persuasión de las masas no es manipulativa cuando las apelaciones o los sentimientos proporcionan acceso a los hechos pertinentes; es manipulativa cuando las apelaciones a los sentimientos se usan para ocultar la información pertinente». Esto quiere decir, según Merton, que el propagandista tiene que escoger no sólo entre «fines sociales», sino también entre «medios de propaganda». En ello consiste el problema moral.

(32) ROBERT K. MERTON, capítulo final de su libro *Mass Persuasion* (Nueva York, Harper, 1946), incluido en el libro de lecturas, ya citado, *The Process and Effects of Mass Communication*, págs. 424-7.

Con un dilema semejante se enfrenta el científico social que investiga la comunicación colectiva. Este puede adoptar el punto de vista positivista, proclamar la neutralidad ética de la ciencia, insistir en su exclusivo interés por el mejoramiento del conocimiento, explicar que la ciencia trata sólo del descubrimiento de uniformidades y no de los «fines», y atestiguar que su papel es el de un científico desapasionado que no tiene nada que ver con los valores. Lo que ocurre, dice Merton, es que esta filosofía «falla en darse cuenta de que los valores sociales del investigador influyen efectivamente en la elección y definición de los problemas. El investigador puede suponer ingenuamente que se ocupa de una actividad investigadora libre de valores, siendo así que, de hecho, *puede haber definido el problema a investigar de tal manera que los resultados podrán ser usados por un grupo de la sociedad, y no por otros.*» Diríamos, parafraseando un título famoso, el problema moral no es «conocimiento para qué», sino «conocimiento para quién».

Para muchos europeos, la ciencia social norteamericana significa el aplicar los métodos de las ciencias naturales, o «más naturales» como dice Merton (33), a la realidad social. Con ello se sobreentiende que la ciencia social norteamericana está de raíz al margen de cualquier entidad valorativa, sea ésta religiosa, política o cultural. Tales europeos no salen de su asombro cuando, más familiarizados con las ciencias sociales norteamericanas, encuentran a cada paso confesiones de fé democráticas y, lo que es más alarmante, declaraciones que ponen la ciencia social al servicio de la democracia. Sirva de ejemplo el testimonio de Lasswell: «Es probable que la orientación de la ciencia política en los Estados Unidos se dirija hacia la adquisición de los conocimientos necesarios para el mejoramiento de la práctica de la democracia; una importancia particular se le concederá a la ciencia política de la democracia. La meta última es la afirmación de la dignidad de la persona en teoría y en la práctica». El mismo autor en otro lugar ha dicho: «Sin conocimiento, la democracia seguramente caerá. Con conocimiento, la democracia puede triunfar» (34).

¿Qué actitud debemos tomar ante este estado de cosas, que parece ser el dominante en el ambiente intelectual norteamericano? Aquí, como siempre, conviene distinguir.

(33) ROBERT K. MERTON: *Social Theory and Social Structure*, pág. 86.

(34) HAROLD D. LASSWELL: «The Policy Orientation», en el volumen dirigido por H. D. LASSWELL y DANIEL LERNER: *The Policy Sciences* (Stanford, Cal., Stanford University Press, 1951), pág. 14; HAROLD D. LASSWELL: *The Analysis of Political Behaviour* (Londres, Routledge and Kegan Paul, 1951), pág. 1. Vide DWIGHT WALDO: *Political Science in the United States. A Trend Report* (París, U. N. E. S. C. O., 1956), páginas 30-2.

En primer lugar, los científicos sociales norteamericanos ejercen su legítimo derecho al proclamarse demócratas, aunque dicha proclamación no sea de las que podamos calificar de valientes, dado el ambiente de las Universidades de los Estados Unidos, tan rigurosamente descrito por Lazarsfeld (35). En segundo lugar, el poner la ciencia social al servicio de la democracia puede significar dos cosas diferentes. Si con esto se quiere decir que intentan establecer, con el máximo rigor posible, las condiciones que facilitan o entorpecen la realización del ideario democrático, nada se puede oponer a semejante empeño, supuesta una ética profesional que no tenemos por qué poner en duda. Pero si con ello se quiere decir que se aceptan como inmovibles los principios de la democracia, y que se aceptan como principios orientadores de la actividad científica, entonces tendríamos que oponer serias reservas a los resultados finales de una tal actividad científica. Cualquier lastre ideológico, por eminente que sea, no es un buen consejero para la indagación científica. Liberar la ciencia de la servidumbre de la Revelación y de la servidumbre de la Metafísica, en nombre de la neutralidad ante los valores, para caer en la servidumbre de la democracia, no nos parece que sea ganancia en ningún sentido. ¿Es esto último lo que le ocurre a la ciencia social norteamericana?

Procuremos matizar la respuesta. No perdamos de vista la fuerte presión social que se ejerce sobre el profesor universitario norteamericano, especialmente sobre el científico social, para hacerle emitir esas declaraciones de fe democrática. Pongamos, en primer lugar, un punto de interrogante, si no sobre su sinceridad, sí sobre el entusiasmo con que se emiten. En segundo lugar, los que han dejado escrito explícitamente que ponen su actividad científica al servicio de la democracia, debemos encuadrarlos en el primero de los apartados distinguidos, es decir, en el de los que tratan de precisar las condiciones que hacen posible o dificultan la realización de la democracia. Nada nos permite dudar de su rigor científico, por otra parte, y su obra aparece como las de más alto valor. El lastre ideológico, en estos casos, no ha penetrado hasta los principios de la actividad científica. No olvidemos, sin embargo, que han hecho de la ciencia un instrumento de la propaganda política. ¿Qué ocurriría en el supuesto de que los resultados de su actividad científica estuviesen en contradicción con el ideario democrático? Para esto no tenemos respuesta; tenemos sólo la pregunta.

(35) PAUL F. LAZARSFELD y WAGNER THIELENS: *The Academic Mind, Social Scientists in a Time of Crisis* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1958).

EL CONCEPTO DE «MASA»

El campo de la comunicación masiva, entendida ésta como el proceso de comunicación caracterizado por la utilización de medios técnicos que permiten alcanzar públicos amplios, no ha podido ser el objeto acotado de ninguna disciplina social. Pretender que pueda ser en sí mismo un campo de estudio con sustantividad propia sería empresa perdida. No obstante, las diversas disciplinas sociales que se han ocupado del estudio de este campo han procedido como si se tratara de un proceso aislado, desvinculado del contexto social en que se producía. Ha coincidido este tipo de aproximación con el predominio del conductismo en la ciencia social norteamericana.

El conductismo ha aportado al campo de la comunicación masiva dos cosas: la formulación de conceptos empíricamente verificables y la práctica de una cierta orientación interdisciplinar. Veamos por separado ambas cosas.

Un campo de teoría e investigación tiene que tener definidos los términos que usa. Definidos o, al menos, entendidos de alguna manera. Las definiciones no constituyen teorías, ni hacen más científico un campo de estudio. Pero son una base necesaria para la formulación de teorías y para la organización científica de un campo de investigación. Lo que pasa es que no siempre los términos que se usan han sido objeto de una definición formal. Ello no impide, sin embargo, que los términos se usen unívocamente. En el seno de una situación intelectual concreta, aun sin definiciones, es posible un entendimiento común de la terminología que se maneja.

No es ésta la situación en el campo de la comunicación masiva. Existen esas definiciones formales, sin que esto quiera decir que el rigor sea extremado. Hay en el campo de la comunicación masiva mucho de sobreentendido todavía. Y tenemos la sospecha de que algunas definiciones no hacen sino dar forma a lo que está en el ambiente, tratando más de recogerlo en una fórmula verbal feliz que de cumplimentar los requisitos de la lógica.

Al plantearse la exigencia de una orientación sociológica para este campo, por parte de algunos científicos, lo primero que se ha echado a faltar es una definición adecuada del concepto de «masas». Este campo se conoce en inglés con el nombre de «mass communication», y opina Freidson que, si bien el sociólogo no parece ser el más indicado para ocuparse del análisis conceptual de la «comunicación», no puede, sin embargo, eludir el ocuparse de alguna manera de saber qué grupos de la estructura social se comprenden bajo la denominación de «masas» (36).

(36) ELIOT FREIDSON: «Communication Research and the Concept of the Mass», en el libro de lecturas *The Process and Effects of Mass Communication*, págs. 380-8.

Este planteamiento de Freidson, claro y lógico en apariencia, tropieza con algunas dificultades. En primer lugar, porque la expresión inglesa «mass communication», hoy en día de uso común, no lo era hace veinte años (37). Era un cultismo que, como tantos otros, ha pasado al lenguaje cotidiano. El sustantivo adjetivado «mass» sirvió para calificar toda una serie de realidades sociales que parecieron ser absolutamente nuevas, características de nuestro mundo; así, se habló de una «mass society», de una «mass production», de una «mass education» o de una «mass culture». En ninguno de estos casos el sentido era preciso; se refería a algo «característico de o para las masas» (38). Lo que eran esas «masas» quedaba por saber.

En segundo lugar, la expresión «mass communication» nació para referirse a los procesos de difusión que se establecían a través de los nuevos medios técnicos, tales como la radio, el cine y las modernas rotativas. El calificativo «mass», en consecuencia, se refería, tanto a los nuevos medios técnicos de difusión cuanto a los posibles auditorios masivos (39).

En tercero y último lugar, el concepto de «masas» en la literatura sociológica es uno de los más vagos y confusos. Acogerse a este concepto para clasificar la teoría y la investigación en el estudio de las comunicaciones masivas no parece que resuelva el problema (40).

No obstante lo dicho, sigamos el razonamiento de Freidson. Supuesto que existen algunas investigaciones empíricas sobre las características del público de los medios masivos y supuesto que la definición de «mass» del sociólogo

(37) Vide. JOSEPH T. KLAPPER: «What We Know About the Effects of Mass Communication: The Brink of Hope», *Public Opinion Quarterly*, 21, 4 (1957-8), página 453.

(38) *Webster's New World Dictionary of the American Language* (Cleveland y Nueva York, The World Publishing Co., 1960; College Edition), pág. 903, acepción 2 del adjetivo.

(39) En este sentido, JANOWITZ y SCHULZE dicen que «entendemos por comunicaciones masivas el proceso mediante el cual grupos sociales especializados emplean medios técnicos masivos (*mass technological devices*) (prensa, radio, cine, etc.) para diseminar contenidos simbólicos en públicos grandes, heterogéneos y ampliamente dispersos». *Loc. cit.*, pág. 1.

(40) Al redactar el término «masas» para el Diccionario de Ciencias Sociales de la U. N. E. S. C. O. he identificado los siguientes sentidos de la voz: 1) Masas son, por contraste con las minorías selectas o élites, grupos de personas no especialmente cualificadas para el ejercicio activo y director del poder social; 2) Masas son, en las sociedades modernas, grupos de personas no integradas en clases sociales; y 3) Masas son conjuntos numerosos de personas enfrentadas con un estímulo que no apela a sus identificaciones comunitarias.

norteamericano Blumer (41) ha parecido adecuada en su país, Freidson pone en relación ambas cosas. En efecto, Blumer entiende que la masa viene caracterizada por los siguientes elementos: 1) Su composición es heterogénea, sus miembros proceden de todos los grupos de una sociedad. 2) Se componen de individuos que no se conocen entre sí. 3) Sus miembros están espacialmente separados unos de otros, y en este sentido, al menos, no pueden interactuar o cambiar experiencias. 4) La masa no tiene liderazgo ni organización. Todo parece indicar que este concepto de «masa» ha sido elaborado *ad hoc* para referirse a los públicos de los medios masivos de comunicación.

Pero Freidson, después de revisar un conjunto considerable de investigaciones empíricas sobre los públicos de los medios masivos, y relacionando los resultados de esas investigaciones con el concepto de «masa» de Blumer, afirma lo siguiente:

«Basándose en este material sobre la experiencia de los miembros que componen el público, es posible llegar a la conclusión de que el público, desde al punto de vista de sus miembros, al menos, no es anónimo, heterogéneo, inorganizado y especialmente separado. El individuo miembro del público frecuentemente no manifiesta la actividad selectiva característica de la masa, y cuando se observa que tiene lugar una tal selección parece que procede de estímulos de procesos sociales organizados más que de intereses personales del individuo. Dado esto, es posible llegar a la conclusión de que el concepto de masa no es rigurosamente aplicable al público» (42).

La expresión clave en el párrafo citado es «desde el punto de vista de sus miembros». Desde este punto de vista, ciertamente, el público de los medios masivos no es una masa en el sentido con que Blumer entiende esa palabra. Otra cosa diferente ocurre si tomamos el punto de vista de los medios mismos. En este último caso, el público en cuestión muy probablemente reuniría los caracteres de las concepciones de Blumer. Pero en tal supuesto tendríamos que conceder que cualquier agrupación de seres humanos, contemplados desde el estímulo exterior —sea una emisión de radio o un fenómeno atmosférico— podría ser calificada de anónima, heterogénea, inorganizada y especialmente separada. De lo cual se sigue que, como categoría analítica, el concepto de «masa» de Blumer es absolutamente inservible no sólo para

(41) HERBERT BLUMER: «The Crowd, the Public, and the Mass», en el libro de lecturas *The Process and Effects of Mass Communication*, págs. 363-379.

(42) *Loc. cit.*, págs. 385-6.

calificar sociológicamente al público de los medios masivos, sino para cualquier otro fin científico, dado que es susceptible de englobar, desde una determinada perspectiva, toda una variedad de realidades difícilmente igualables entre sí.

En cualquier caso, una orientación sociológica rigurosa no puede venir solamente del análisis de un concepto. Sobre todo cuando el concepto mismo se refiere a una realidad de discutible significación en el plano de la organización social. Esa orientación será, como veremos después, el resultado de una consideración general de la estructura y función de los grupos humanos.

HAROLD D. LASSWELL

Se suele considerar a Harold D. Lasswell como el pensador social que más ha contribuido a la organización científica de este campo. Por lo pronto, a él se debe la conocida fórmula *¿Quién dice qué, a quién, cómo y con qué efecto?* (43), que ha servido de base a una multitud de diseños de investigación. Descompuesta esa fórmula en sus «elementos», tenemos el paradigma del proceso de la comunicación masiva: 1) Elemento «quién»: los «comunicadores» (individuos o grupos que emiten sus mensajes al público. 2) Elemento «qué»: el «contenido» de los mensajes. 3) Elemento «a quién»: el público de la comunicación. 4) Elemento «cómo»: los «canales» o medios técnicos que sirven para transmitir los mensajes; y 5) Elemento «efecto»: el «impacto» del mensaje en el público.

Pero su contribución no se ha reducido a proponer definiciones empíricamente verificables, aunque en el conductismo simbolista de Lasswell ello ocupe una parte considerable de su obra (44). Su aportación al campo de la comunicación masiva se ha extendido también a otros aspectos de no menor importancia. En primer lugar, poniendo de manifiesto el papel que los medios masivos han desempeñado en el mundo moderno como vehículos de la propaganda política y como instrumentos de la opinión pública (45). En segundo lugar, a través de sus contribuciones al método llamado del «aná-

(43) «The Structure and Function of Communication in Society», en el volumen dirigido por LYMAN BRYSON: *The Communication of Ideas* (Nueva York, Harper, 1948), pág. 37.

(44) *Vide.*, especialmente, HAROLD D. LASSWELL y ABRAHAM KAPLAN: *Power and Society* (New Haven, Yale University Press, 1951), pág. XIX.

(45) *Propaganda Techniques in the World War* (Nueva York, Knopf, 1927); *World Politics and Personal Insecurity* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1950).

lisis del contenido» (46). En tercer lugar, con sus estudios sobre la personalidad de ciertos tipos de comunicaciones (47). Y en último lugar, mediante la publicación de varias bibliografías comentadas sobre el campo de la comunicación, la propaganda y la opinión pública (48).

Ahora bien: es preciso reconocer que la enorme influencia de Lasswell no ha conducido a la formulación de teorías comprensivas del proceso de la comunicación masiva en la vida social. Su orientación conductista, la cuantificación que lleva a estudios meramente descriptivos, su actitud de servicio a la causa de la democracia y, en general, su formalismo, no han contribuido especialmente al establecimiento de una orientación rigurosamente sociológica.

ORIENTACIÓN INTERDISCIPLINAR

El campo de la comunicación masiva ha sido un terreno común en que han confluído los intereses más variados, no siempre de índole científica. Para lo que a nosotros nos interesa en este punto, y como su consecuencia, ha sido un campo en que se ha realizado una orientación interdisciplinaria (o de colaboración de varias disciplinas científicas), tantas veces postulada y tan pocas buscada y conseguida. Esa orientación interdisciplinaria se ha realizado en la investigación y en la teoría por una serie de razones de las que nos ocuparemos a continuación. Pero lo conseguido hasta ahora puede ser sólo el preludio de una integración más profunda —al menos, de la psicología social y de la sociología— si se siguen las líneas conceptuales de la integración propuestas por Newcomb.

La mejor prueba de esa orientación interdisciplinaria la tenemos en el contenido de los «libros de lecturas» que se han publicado en este campo. Las

(46) HAROLD D. LASSWELL, NATHAN LEITES y colaboradores: *Language of Politics, Studies in Quantitative Semantics* (Nueva York, Stewart, 1949). Una descripción de la técnica del «análisis del contenido» puede verse en JOSÉ JIMÉNEZ BLANCO: «Felipe II en las Propositiones de las Cortes de Castilla (1563-1592). Ensayo de análisis del contenido» (*Anales de la Universidad de Valencia*, vol. XXXV, cuaderno I (2), 1961).

(47) «Psychopathology and Politics» en *The Political Writings of Harold D. Lasswell* (Glencoe, Ill., *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 179 (1935), págs. 187-93.

(48) HAROLD D. LASSWELL, RALPH D. CASEY y BRUCE LANNES: *Propaganda and Promotional Activities* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1935); BRUCE I. SMITH, HAROLD D. LASSWELL y RALPH D. CASEY: *Propaganda, Communication and Public Opinion* (Princeton, N. J., Princeton University Press, 1946).

colaboraciones proceden de todas las ramas de la ciencia social. En la introducción de uno de esos «libros de lecturas» se dice:

«Este campo de la opinión pública es, para la ciencia social, de peculiar interés, porque es una de las pocas áreas que han desafiado la especialización del mundo académico moderno. De acuerdo con la estandarización de funciones especializadas en una sociedad industrial, hemos fraccionado las ciencias que tratan de la conducta social. Pero, afortunadamente, no hemos sido capaces de realizar esta especialización al tratar los problemas de la opinión pública y la propaganda. En alguna medida estos problemas se han resistido a su división en fragmentos arbitrarios. Y los científicos sociales de muchas disciplinas no solamente se han interesado en estos problemas, sino que también han trabajado cooperativamente en su solución» (49).

Ahora bien: aun cuando la intervención empírica y las orientaciones teóricas se pronuncian en la dirección interdisciplinar, queda por saber cómo se ha llegado a este estado de cosas. La importancia de esta cuestión reside en que no se trata de una situación normal; por el contrario, la situación de las ciencias sociales, al presente, es de dispersión de esfuerzos, por una parte, y de orientaciones teóricas competitivas, de otra. Si el campo de la comunicación colectiva no sigue esta dirección, según hemos visto, no es tiempo ocioso el que se dedique a indagar cómo se ha llegado a esta situación.

Bernard Berelson ha elaborado, en cierta medida, una respuesta a esta cuestión al hacerse cargo de que para Walter Lippmann, un «clásico» de este campo, no era tan evidente como para nosotros la necesidad de la orientación interdisciplinar, cuando escribía en 1922 su *Public Opinion*. Partiendo de esta situación, Berelson ha visto configurarse el campo que nos ocupa de la siguiente manera:

«El interés de los científicos de la política por los partidos políticos se extendió al papel de los grupos de presión en la vida política. El interés por los grupos de presión condujo directamente al interés por la propaganda, y desde allí al interés por la opinión pública y los efectos de la propaganda sobre ella. Al mismo tiempo, los técnicos empezaron a desarrollar instrumentos científicos para medir la opinión pública; un nuevo medio de comunicación, con grandes poten-

(49) KATZ, CARTWRIGHT, ELDERSVELD y LEE: *Public Opinion and Propaganda*, página IX.

cialidades de influencia popular, apareció vigorosamente en la escena; en una serie de elecciones presidenciales la gente votó en su mayoría por un candidato, en tanto que los periódicos votaban abrumadoramente por su oponente; y una guerra mundial hizo más visible, así como más urgente, la batalla por las mentes de los hombres. De este modo, los antecedentes del interés académico se moldeaban al tiempo que los desenvolvimientos técnicos proporcionaban medios para, al menos, algunas soluciones. Como resultado, el interés por la opinión pública y la comunicación es ahora enorme» (50).

Si de la situación de hecho pasamos a la de las orientaciones teóricas, Newcomb ha propuesto un medio conceptual que puede «convertir los hechos relativos a la estructura social en datos psicológicamente accesibles» (51), es decir, que puede fusionar los campos de la sociología y de la psicología social. La propuesta se presenta como tal y se sugieren las investigaciones empíricas que fueran necesarias para su consolidación.

Los conceptos interdependientes que Newcomb propone son los de «rol», «consensus» y «comunicación». El concepto de «comunicación» aparece, pues, como elemento integrante de esta orientación interdisciplinar, sin duda la más seria que se ha formulado. Para Newcomb, un «rol» no es una «conducta» en ningún sentido; es, por el contrario, «una pauta de expectativas», relativa a la conducta; una pauta multipersonal, cuya naturaleza determina las conductas relativas al «rol» de hoy, y está determinada por las conductas relativas al «rol» de ayer. Una de las principales propiedades de semejante pauta es la del grado y contenido del «consensus» interindividual, por lo que se refiere a las conductas relevantes relativas al «rol». Ahora bien: esa «pauta de expectativas» presupone dos cosas: el *consensus*, que mantiene la similitud de las expectativas individuales, y la *comunicación*, como medio que crea, mantiene y o modifica ese «consensus».

Las formulaciones de Newcomb nos parecen importantes porque, hasta ahora, los intentos de integración en las ciencias sociales no se han producido en el plano de la teoría, siquiera fuese en la fase preliminar del análisis conceptual. Nos parece que la integración sólo puede lograrse en el plano de una teoría general. Elementos ineludibles de toda teoría general son unos conceptos precisos y una investigación empírica científica. Pero, en el mo-

(50) BERNARD BERELSON: «Communication and Public Opinion» en el libro de lecturas *The Process and Effects of Mass Communication*, pág. 342.

(51) THEODORE M. NEWCOMB: «Sociology and Psychology», en el volumen dirigido por JOHN GILLIN: *For a Science of Social Man* (Nueva York, Macmillan, 1954), especialmente las páginas 247 y 248-54.

mento presente, sólo en el plano de la investigación se ha llegado a una cierta colaboración interdisciplinar. Sin que sea este el momento de entrar en la polémica, el concepto que Newcomb propone de «rol» ha sido reiteradamente rechazado por los ecólogos, quienes entienden que debe referirse a las actividades físicas desarrolladas por los individuos, y no a las motivaciones o expectativas acerca de esa actividad (52). Las ciencias sociales se encuentran divididas en compartimientos estancos, y donde más claramente se manifiesta ese fenómeno es, precisamente, en las definiciones conceptuales.

La orientación interdisciplinar, de la que hasta ahora nos hemos ocupado, como nota característica del campo de las comunicaciones masivas, se ha visto que es el resultado de una progresiva toma de contacto con realidades sociales entretrejidas en una situación. No ha sido posible aislar lo que la realidad misma proponía como interrelacionado, y de ahí al tener que relacionar objetos acotados por diferentes disciplinas, han surgido los estudios que siguen una orientación interdisciplinar.

Consecuencia de ello son toda una serie de excelentes científicos sociales que podríamos calificar como especialistas en objetos formales. No son, desde luego, de fácil calificación científicos sociales tales como Lazarsfeld, Berelson o Merton. Pero, ahora bien: todas estas consideraciones serán de dudosa significación si, de una parte, la orientación interdisciplinar hubiese tenido en cuenta las variables más representativas de la organización social, y si, de otra parte, el especialismo en objetos formales hubiera conducido a la formulación de una teoría comprensiva del proceso de la comunicación social.

Es perfectamente aplicable a nuestro campo lo que Waldo ha dicho de la tendencia conductista en la ciencia política:

«La mayoría de los conceptos y técnicas de investigación de los conductistas en la ciencia política proceden de alguna otra disciplina, y modelados para los fines especiales de estas disciplinas, pueden no ser igualmente aplicables a los diversos problemas e intereses de la ciencia política, al menos hasta que sean reelaborados. En consecuencia, se ha sugerido que existe una *tiranía del instrumento*; que se realiza gran parte de la investigación no en virtud de la importancia del problema o de la significación de los resultados, sino en virtud de

(52) Vide, OTIS DUDLEY DUNCAN y LEO F. SCHNORE: «Cultural, Behavioral, and Ecological Perspectives in the Study of Social Organization», *The American Journal of Sociology*, LXV, 2 septiembre, 1959), págs. 132-46.

que el proyecto a realizar conduce en sí mismo a la investigación mediante el uso de un instrumento a la moda, o lo que es peor, porque recibirá la ayuda de alguna fundación» (53).

HACIA UNA ORIENTACIÓN SOCIOLÓGICA

La sociología, en cuanto ciencia de la organización social, apenas ha obtenido alguna ganancia de la práctica de *esta* orientación interdisciplinar. La ciencia política y la psicología social han colaborado estrechamente, hasta ahora, en el campo de las comunicaciones masivas. Sólo en los últimos años, a partir de *The Community Press in an Urban Setting*, de Janowitz, puede hablarse con propiedad de una integración de ciencia política, psicología social y sociología.

En efecto, la obra de Janowitz marca un cambio radical en el estudio de los procesos de la comunicación masiva al encuadrarlo, en todos sus elementos, en un sistema de organización social general. Es, por otra parte, el único intento hasta ahora en que un proceso de comunicación masiva se ha estudiado de este modo, puesto que los estudios de Delmira y Decatur sólo de una manera tangencial, aunque con una orientación similar, se han ocupado de los medios masivos. Al exponer su diseño de investigación, escribe Janowitz:

«La Prensa comunitaria, como cualquier otra forma de comunicación masiva, puede ser vista como un sistema operante. Considerar la Prensa comunitaria como un sistema lleva consigo enlazar las características de los productores de los periódicos comunitarios con su contenido y enlazar el contenido con el impacto de los medios en los lectores (y con la falta de impacto en los no lectores). Pero esto quiere decir más. Exige que se investigue el alcance de las comunicaciones —directas e indirectas— a través de las cuales los lectores se ponen en relación e influyen sobre los que controlan y producen la Prensa comunitaria. El editor crea una comunicación pensando en un público que no sólo reacciona frente a la comunicación, sino que, de una forma o de otra, inicia él mismo comunicaciones que se dirigen al comunicador original. La clásica fórmula de Lasswell: «¿Quién dice, qué, a quién, con qué efecto?» implica, a su vez, esto: como el «a quién» afecta al «quién» para que el qué pueda ser modificado

(53) DWIGHT WALDO: *Political Science in the United States*, pág. 24.

de acuerdo con las necesidades cambiantes. La Prensa comunitaria presentaba una oportunidad más bien única para estudiar un sistema de comunicación de una manera integrada y comprehensiva. Aunque compleja, la investigación pudo ser reducida a una tarea investigativa manejable que abarcase todos los elementos de un sistema de comunicación. Además, pareció posible relacionar el sistema de la comunicación con la organización social del público —un requisito que la investigación de la comunicación ha cumplido muy rara vez— (54).

Hemos hablado anteriormente de la casi mágica fórmula de Lasswell (*¿Quién dice, qué, a quién, cómo y con qué efecto?*) y del carácter orientador que ha tenido en la organización de la investigación empírica en nuestro campo. A tenor de esa fórmula, el proceso de la comunicación se va disgregando en los «elementos» que se enunciaban allí, proliferando los estudios aislados sobre los «comunicadores», el «contenido», los «públicos» o los «efectos», perdiéndose así de vista la unidad del proceso y, sobre todo, la relación de ese proceso con el sistema social en que se desarrollaba.

A esta conclusión, y por diferentes caminos, han llegado Joseph T. Klapper (55), de una parte y John W. Riley y Matilda White Riley (56), de otra parte. En este trabajo hemos examinado los supuestos teóricos en el estudio de la comunicación masiva. En los trabajos de las autores recién citados, sus conclusiones se basan en resultados de la investigación empírica. Ello es la consecuencia de la diferente perspectiva: el europeo no participa en esos supuestos teóricos; el norteamericano se halla inmerso en los mismos; en todo caso, la complementación mutua de las dos perspectivas se ha logrado.

Klapper, tratando de poner un cierto orden en la abrumadora acumulación de resultados de la investigación empírica sobre las comunicaciones masivas, propone una «nueva orientación» que él llama «situacional», «fenoménica» o «funcional». Esta nueva orientación —que se aproxima, aunque no lo sea rigurosamente, a una orientación sociológica— sustituye la tendencia a considerar la comunicación masiva como causa aislada, necesaria y suficiente, de los efectos que pueda producir en el público, por una visión más

(54) MORRIS, JANOWITZ: *The Community Press in an Urban Setting* (Glencoe, Ill., The Free Press, 1952), pág. 21.

(55) JOSEPH T. KLAPPER: «What We Know About the Effects of Mass Communication: The Brink of Hope», *Public Opinion Quarterly*, 21, 4 (1957-8), págs. 453-74.

(56) JOHN W. RILEY y MATILDA WHITE RILEY: «Mass Communication and the Social System», en el volumen dirigido por ROBERT K. MERTON, LEONARD BROOM y LEONARD S. COTTRELL: *Sociology Today* (Nueva York, Basic Books, 1959), págs. 537-78.

amplia en que los medios masivos son un factor influyente, *entre otros*, en una situación total (57).

Los Riley, examinando aproximadamente las mismas investigaciones empíricas, elaboran un «modelo de trabajo» en que el proceso de la comunicación masiva, en todos sus elementos, «es visto como un componente del proceso social general, influyéndose mutuamente ambos procesos» (58). De este modo, han quedado establecidas las bases para un estudio sociológico, o sociológicamente orientado, de las comunicaciones masivas.

Ahora bien: el situar el proceso de la comunicación masiva en un sistema social (estructura y función) es sólo un paso en la formulación de una teoría sobre semejante proceso. Un «modelo» teórico no es sólo una determinación de variables a considerar, sino más bien la pauta de relaciones entre esas variables. Aunque los norteamericanos hablen de la aproximación «estructura-función» como de una «aproximación teórica», sería más exacto decir una «orientación teórica general» (59), y, desde luego, no es equiparable conceptualmente con lo que entendemos por «teoría». Esperamos que el próximo paso de este campo de la comunicación masiva sea la formulación de teorías sociológicas.

JOSÉ JIMÉNEZ BLANCO

R É S U M É

Suivant en ceci Merton, l'auteur amorce son travail en établissant une comparaison entre la Sociologie de la Connaissance et la Sociologie des communications, pour examiner ensuite les étapes franchies par cette dernière aux Etats Unis, les mêmes, d'ailleurs, que la Science Sociale y a parcourues.

Le représentant de la première étape (spéculations sur la réalité sociale) serait pour lui Cooley, dont il examine la théorie de la "nouvelle" communication. Le deuxième stade (investigation empirique du présent) est personnifié par Lasswell —qui serait, d'après l'auteur le penseur social ayant contribué davantage à l'organisation scientifique dans ce domaine— qui compte sur des apports aussi remarquables que ceux de Lazarsfeld et Merton, dont il étudie aussi quelques travaux. Il analyse, ensuite, la tâche de "modernisation" de Lerner et sa conception de la mobilité psychique et de «L'em-

(57) *Loc. cit.*, pág. 456-7.

(58) *Loc. cit.*, pág. 577.

(59) *Vide.* ROBERT K. MERTON: *Social Theory and Social Structure*, págs. 85-101; E. TIERNO GALVÁN: *Introducción a la Sociología* (Madrid, Editorial Tecnos, 1960), páginas 25-45.

pathie» se rapportant aux rapports établis par lui entre changements et systèmes de communications publiques et transformations dans d'autres secteurs du système social.

Il considère qu'il faudrait aller au delà, au moyen de la synthèse, aussi bien de l'empirisme métathéorique que du théorisme métaempirique. Il fait un examen des rapports avec la morale et analyse le concept de masse, fondamental dans ce domaine, signalant, finalement, la primauté, dans ce terrain d'un orientation inter-disciplinée, tout en soulignant le besoin de formuler la théorie sociologique dans ce secteur de la communication massive.

S U M M A R Y

The author begins his work by making a comparison with Merton between sociology of knowledge and Sociology of communication, going later on to examine the stages through which this has passed in North America and which are the same phases through which social science has gone in the same country.

He considers Cooley to be representative of the first stage (speculation on social reality), whose theory the "new" communication he examines. The second stage (empirical investigation of the present) is personified by Lasswell —whom he considers as the social thinker to contribute most towards scientific organization in this field—, some of whose contributions are as outstanding as those of Lazarsfeld and Merton, some of which he also studies. He also analyzes the tasks of "modernization" by Lerner and his concepts of psychic mobility and of "empathia" with reference to the relations established by him between changes and systems of public communication and the transformation in other sectors of the social system.

He esteems that both metatheoretical empirism and metaempirical theorism should be overcome by synthesizing both of them. He studies the relations with morale. He analyzes the concept of mass, basic in this field and finishes by pointing out the predominance in this aspect of an inter-disciplined orientation and underlining the need for the formulation of sociological theory in this sector of massive communication.

