

Estado del arte de las investigaciones en Comunicación.

Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales (1998-2003)

JORGE MARIO RESTREPO GARCÍA¹

Artículo recibido el 18 de octubre de 2019, aprobado para su publicación el 17 de abril de 2020

Resumen

El estudio sobre el *Estado del Arte de las investigaciones en Comunicación* en el programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, en el quinquenio 1998-2003, abordó tres ejes conceptuales a partir de la propuesta de modelos de la comunicación de (Ángel, 2011), en calidad de categorías de análisis o paradigmas de la comunicación: transmisionista, discursivo y construccionista. El presente artículo muestra los resultados, en el marco de los estudios cualitativos y la base de la revisión documental, a partir del análisis crítico del discurso (A.C.D.). Se trabajó con un corpus integrado por 20 investigaciones con solo dos de ellas publicadas. En el quinquenio analizado se observa una tendencia a privilegiar el modelo transmisionista en las investigaciones.

Palabras clave: Investigación en comunicación; Estado del Arte; Comunicación; Modelos en comunicación.

1. Introducción

El presente artículo presenta un informe parcial sobre el *Estado del arte* de las diferentes investigaciones realizadas en el Centro de Investigaciones de la Comunicación -C.I.C-. Este buscó la comprensión de los distintos abordajes teóricos que se han realizado sobre

1 Comunicador Social y Periodista de la Universidad de Manizales, Magister en International Communication Saint John's University en New York. Trabajó como periodista y community manger para la oficina de Comunicaciones de la Registraduría Nacional. Traductor y community manager para National Queer Theater and Project and Connect en la ciudad de New York, además de desempeñarse como coordinador de producción para Sesame Workshop. Correo electrónico: jmrestrepo6@gmail.com

el concepto de comunicación, para clasificar los estudios de acuerdo con las siguientes categorías de análisis: Transmisionista, Discursivo y Construccionalista².

La importancia de un *Estado del arte* radica en la identificación de ejes temáticos o desarrollos conceptuales en investigaciones ya realizadas, que abren la posibilidad de la construcción o profundización de los enfoques epistémicos. En este caso, el *estado del arte* giró en torno al manejo que los diferentes investigadores le dieron al concepto de comunicación.

Para esto se indagó sobre el arte en las investigaciones donde se aborda el concepto de *estado del arte*. Para realizar una contextualización teórica se partió, por un lado, del concepto de comunicación desde dos tendencias, la humana y la mediática; y, por el otro, de una definición de las categorías analíticas. A partir de esto se realiza el análisis de los conceptos de comunicación abordado por las investigaciones y su respectiva clasificación.

2. El abordaje conceptual de la comunicación en el programa de Comunicación Social y Periodismo

La comunicación como fenómeno complejo es asumida como campo de estudio interdisciplinario, la cual requiere para su comprensión de concepciones teóricas desarrolladas por otras ciencias. Es el caso, del área de la física y la matemática, desde la cual se asume el estudio del proceso físico de transmisión de información; desde la sociología y antropología, se aborda desde múltiples enfoques, entre los cuales se encuentra el análisis de la interacción como proceso de construcción de sentido social; desde la psicología, se direcciona un interés por el comportamiento del sujeto en todos los momentos del proceso. Por esta razón, no se puede asumir una sola posición frente al concepto, sino que hay un desarrollo de diversas posturas que se dan a partir de los distintos intereses y referentes teóricos.

Frente a la anterior discusión, se propone una comprensión de la comunicación desde dos categorías: comunicación humana y comunicación mediática. En General, la comunicación humana se aborda como un fenómeno social de interacción entre sujetos, donde el mensaje no está completamente estructurado, sino que es necesario un proceso de negociación consciente e inconsciente en el cual entra en juego la interpretación subjetiva a partir de sentidos contruidos de forma social (Ángel, 2011).

Por su parte, la comunicación mediática se desarrolla en la transmisión de información, condicionada por las características del tiempo, el espacio y la distancia. Dicha estructura se da a través de los medios, comprendidos como aparatos de reproducción simbólica (Matterlart Armand y Matterlart Michele, 1997), cuyo proceso se concentra en tres momentos: los productores son los encargados de realizar el diseño de la información que será transmitida por canales de distribución; la audiencia quien en su ejercicio de consumo, interpreta la infor-

2 Estos modelos son propuestos en el libro *Modelos para comprender la comunicación* por la Profesora Adriana María Ángel Botero (2010), adscrita al programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales

mación de acuerdo a unas características particulares; y el mensaje cuya estructura expresa sentidos e intenciones del medio.

Para el análisis del E.A, la visión de comunicación se enmarca en un modelo hermenéutico de construcción de discurso desde la mediación y el uso de los imaginarios sociales, evidenciados en la esfera de interacción entre sujetos (Ángel, 2002). Postura alejada de la propuesta por Shannon y Waver, en la que existe una sola vía posible para la transferencia de información entre el emisor y el receptor (Teoría matemática); o de la idea funcionalista de la aguja hipodérmica, en la que la información llega al receptor directamente, sin un proceso de mediación, sin que este reconstruya el mensaje según su estructura simbólica, sino que es impuesta por el medio comunicacional (Mattelart y Mattelart, 1997).

Desde esta postura, la comunicación es un sistema abierto que se nutre desde las aproximaciones que hacen los interlocutores sobre el mensaje; en el cual, la participación del sujeto receptor en el proceso de construcción de significación, supone una re-definición de audiencia, en la medida que “son siempre activas, es decir, que su tarea no se limita a decodificar, de forma pasiva, los mensajes ofrecidos por los emisores, sino que, por el contrario, pueden siempre oponerse y negociar los significados propuestos” (Ángel, 2011, p. 34).

Como se observa en la ilustración1, las categorías de análisis, y como se mencionó anteriormente, surgieron de retomar los tres modelos propuestos por Adriana Ángel, para la clasificación de los procesos de comunicación. Estas categorías son: Comunicación como proceso transmisionista, comunicación como proceso discursivo y comunicación como proceso construccionista.



Ilustración 1. *Categorías de análisis*

Fuente: elaboración propia

2.1. Comunicación como proceso transmisionista

Este modelo se sitúa en un proceso lineal de transmisión de información, en el cual tiene prioridad el control de las condiciones físicas, para una transferencia de contenidos de un punto al otro que garantice el isomorfismo y evite así procesos entrópicos que distorsionen o transgredan el contenido (Mattelart Armand y Mattelart Michele, 1997). En este sentido, para los investigadores de este modelo “La comunicación es, fundamentalmente, un proceso de transmisión de información independientemente de que dicha información tenga como fin dar a conocer, persuadir o significar” (Ángel, 2011, p. 23).

Uno de los fenómenos estudiados en este modelo, son los efectos que causa la información en la masa.

2.2. Comunicación como proceso discursivo

Este modelo presenta un enfoque comunicacional que tiene como objeto de estudio del discurso, en cuanto analiza los componentes del mensaje en torno a las características de este. Se centra en el mensaje como elaboración de discurso a través de unidades lexicales que son comunes a los sujetos partícipes del proceso; "... esto quiere decir que no se le presta tanta atención a los productores y receptores, sino a las huellas que ambos dejan en el mensaje" (Ángel, 2011, p. 30).

Al hablar de huella se hace referencia a los elementos que componen el mensaje y que son característicos de los sujetos del proceso, entendiendo estos como uso de adjetivos, verbos o expresiones que sirvieron para nutrir y articular el contenido.

2.3. Comunicación como proceso construccionista

Para este modelo, la comunicación está determinada por el entorno social, el contenido cultural de los interlocutores, los espacios de relación en los que se desarrolla el proceso comunicativo. Según Ángel, (2011), estos factores intervienen en la construcción y su futura decodificación del mensaje, ya que estos se convierten en sistemas de narración y apropiación del contenido discursivo.

El mensaje se construye en un proceso de interacción entre los sujetos partícipes de la comunicación. Este mensaje se caracteriza por no está terminado, sino, que es una co- construcción que integra los aspectos y características del ambiente en el que se desenvuelven los sujetos. En este modelo la comunicación se desplaza a los espacios de relaciones y a las distinciones entorno al sentido que se genera desde la co-construcción del mensaje.

3. Metodología: Arte en las investigaciones

Así como el arte es el uso y disposición de cada uno de los elementos de una obra (cualquier tipo de ella: Literaria, Escultura, etcétera.), el tratamiento en materia de arte dentro de una investigación hace relación a cómo el autor dispone del contenido de su obra para que las personas interesadas tengan una guía que les permita analizar y comprender las distintas tendencias académicas sobre los conceptos manejados, en otras palabras un *Estado del Arte* (E.A) es "...aquello que informan sobre la elaboración conceptual acerca de un tópico determinado, en un momento específico, e incluso posibilita re-conceptualizaciones y generación de nuevos conocimientos" (Pobón, et al., 1996, pp. 11-12).

Es por eso que al hablar E.A, se hace referencia a la posibilidad del compilador de identificar los detalles de forma, elementos evaluados, términos más usados, estructura de los elementos, entre otros (Pobón, et al., 1996); para determinar el enfoque teórico que conlleva a analizar la visión epistemológica y clarificar las distintas metodologías que posiblemente llevaron a la solución de la hipótesis planteada, considerando así, determinar la posición crítica inmersa en el contenido. Este planteamiento se evidencia en la ilustración 2.

En el caso del E.A sobre las investigaciones del CIC, se planteó la necesidad de analizar las tendencias que los autores trabajaban sobre el concepto de comunicación; para lo cual se usó una metodología basada en una revisión documental en la cual se identificaron los marcos teóricos, las palabras claves, el enfoque epistémico³ y las metodologías propuestas. Esta revisión permitió reorganizar los contenidos y las dinámicas internas del texto, para llegar a soluciones concretas sobre el planteamiento realizado (Galindo, 1998). Para el estudio, en la línea de los estudios cualitativos, se abordó el análisis crítico del discurso (ACD) como método. Se trabajó con un corpus del estudio integrado por 20 investigaciones.



Ilustración 2. Esquema de un estado del arte. **Fuente:** elaboración propia

4. Hallazgos

4.1. Frente a las generalidades de la comunicación

En la tabla 1 se presenta la clasificación de las investigaciones según la definición de comunicación a las que llegaron los autores, y cuyas huellas teóricas y conceptuales permitieron asociarse a uno de los tres modelos. Se observa una mayor tendencia a una visión transmissionista de la comunicación como marco conceptual en torno al objeto de investigación (la comunicación) y sus diferentes problemas abordados. Dicha concepción gira en torno a los estudios de consumo, usos de nuevas tecnologías, medios y participación ciudadana como objetivos centrales de investigación.

³ Hace alusión a la relación existente entre ciencia y el estudio racional del conocimiento.

Tabla 1
Relación de las investigaciones según modelo de comunicación

MODELO	NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	INVESTIGADORES
Transmisionista	¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas	César Augusto Montes, Ancizar Narváez
	Nuevas tecnologías de la comunicación	Ancizar Narváez
	Análisis comparativo de los canales regionales	Juan Guillermo Arias Marín, Eliana del Rosario Herrera Huérfano, César Augusto Vélez Castillo
	Credibilidad en la recepción de información en Manizales	Juana Ramírez Castro
	Consumo de medios de comunicación en Manizales	Juana Ramírez Castro
	Campo periodístico y agendas periodísticas locales en Manizales	Juan Guillermo Arias M
	Derecho a la información y elecciones presidenciales en Manizales	Juana Ramírez Castro
	Análisis comparativo de cubrimiento y despliegue informativo entre la prensa regional y nacional	Juana Ramírez Castro
	La comunicación organizacional en Caldas	Juan Guillermo Arias Marín
Discursivo	Consumo de televisión internacional, nacional y regional de las audiencias del Eje Cafetero	Adriana María Ángel Botero
	Representaciones de la ciencia y Modelos de Comunicación científica en un ambiente de controversia	Adriana María Ángel Botero, Ancizar Narváez Montoya
	Actividad Periodística en el Eje Cafetero y los Derechos Humanos a la luz del Derecho a la Información	Juana Ramírez Castro
	Tratamiento Informativo del Terremoto del 25 de enero de 1999 en los Noticieros de Telecafé	Juana Ramírez Castro
Construccionista	Industria cultural, empleo y región	Ancizar Narváez Montoya
	Comunicación y cultura de la tradición oral en Manizales	Andrés Calle Noreña
	Identificación de Imaginarios en la mediación de información con contenido de violencia	Juana Ramírez Castro
	Mediación e imaginarios sociales	Juana Ramírez Castro
	Usos y apropiaciones de los espacios urbanos	Alejandro D'abbraccio Kreutzer
	(Lectura educativa de la televisión) Aprendizaje en la recepción de la televisión	Julián Andrés Burgos

Fuente: elaboración propia



Gráfica 1. Porcentaje de participación de las investigaciones según el modelo de comunicación.
Fuente: elaboración propia.

La conceptualización de la comunicación desde el *modelo discursivo* se centra en los estudios de controversia científica, derechos humanos, tratamiento de la información e industria cultural. Por su parte, frente al *modelo construccionista* se registra una tendencia hacia estudios en torno comunicación, sociedad y cultura, imaginarios sociales y educación.

En síntesis, al analizar las investigaciones realizadas en el CIC, se evidencia que el modelo más usado en el programa es el transmisionista con un porcentaje de 53%, el construccionista

con un 26% y el Discursivo un 21%. La investigadora que en los tres modelos mayor número de investigaciones desarrolló fue Ramírez con cuatro investigaciones para el modelo transmisionista, dos para el discursivo y 1 en el construccionista.

4.2. Modelo transmisionista

4.2.1. Tendencias en el modelo

Dentro de los estudios propuestos en la primera mitad del siglo XX, se plantó a los medios como mecanismo de persuasión para movilizar a las masas hacia una acción específica. A partir de esta intensión surgen diversas teorías que explican la relación entre el poder y los medios de comunicación desde una visión de dominación de la masa.

En este enfoque teórico se identifican las siguientes teorías: el funcionalismo desde la cual se abordan los medios como sistemas que cumplen una función de control dentro de la sociedad. La teoría matemática, con un enfoque físico, analiza la comunicación como un sistema lineal, que explica el hecho de transmitir un mensaje de un punto al otro; proceso en el cual intervienen factores como el canal, el ruido, la entropía, el isomorfismo, etcétera. También surgen como explicación a estos procesos posturas como los *mass communication research* o la teoría crítica; esta última asume una posición de crítica ante la producción en masa de los contenidos culturales y de las tendencias dominantes que se evidencian a través de los medios.

A partir de estas teorías se identifica una tendencia general, en la cual, el proceso de la comunicación se asume como sistema lineal de transmisión de información.

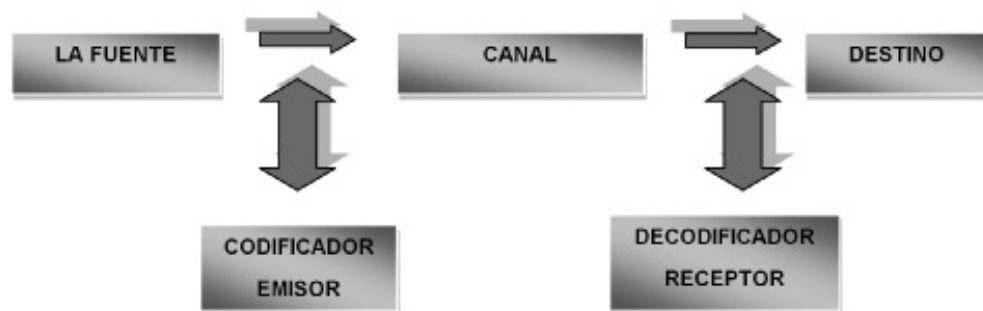


Ilustración 3. Modelo de la teoría Matemática.

Fuente: elaboración propia con base en las ideas de Shannon

En la ilustración 3 se estructuró el *modelo matemático* que fue desarrollado por Shannon durante la mitad del siglo XX, y cuya relación de transmisión de información está dada en la dinámica de una sola vía, en la cual hay una transmisión de señales desde una fuente o productor de mensaje, hacia un destino, al cual se le transmitió la información (Mattelart Armand y Mattelart Michele, 1997).

En este proceso, se identifican la existencia de un codificador que transforma el mensaje en signos transmitibles, un decodificador que es el encargado de reconstituir el mensaje, y un canal que es el medio utilizado para el transporte de los signos (Mattelart Armand y Mattelart Michele, 1997).

A partir de estos postulados se identificaron los siguientes conceptos de comunicación en las investigaciones catalogadas como transmisionistas

- ✓ *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas:* La comunicación es abordada como un sistema de enajenación de la audiencia, determinado por el contenido del mensaje transmitido a través de los medios de comunicación, y éste a su vez como agente constructor cultural mediante la categorización de los receptores en dos esferas sociales (culturas élites y populares), cuyo valoración no está dada en la configuración final de contenido, sino desde la recepción pasiva de contenido simbólico (Mattelart y Mattelart y 1997; Montes y Narváez, 1999).
- ✓ *Nuevas tecnologías de la comunicación:* Para las nuevas tecnologías la comunicación es más un proceso de transmisión, que un proceso de construcción; la transformación del mensaje mediante el uso de máquinas, aparatos considerados extensiones de nuestro cuerpo es la idea primara y constitutiva del análisis sobre las nuevas tecnologías (Narváez, 1998).
- ✓ *Análisis comparativo de los canales regionales:* Las condiciones en las que se desarrolla el proceso comunicacional, es partiendo de la postura de la mass media, en la que el medio es el agente constructor del mensaje y los sujetos solo se alinean en una postura no crítica al momento de recibir el mensaje. (Arias, Herrera y Vélez, 2003).
- ✓ *La comunicación organizacional en Caldas:* La comunicación desde esta visión es entendida como el sistema de relación entre el sujeto primario y el secundario, es decir desde la empresa hacia el empleado. Existe pues un análisis de construcción cultural sobre los parámetros en los que están inmersos los empleados de la empresa (Arias, 2002).
- ✓ *Consumo de televisión internacional, nacional y regional de las audiencias del Eje Cafetero:* La comunicación es entendida como sistema de consumo cultural; la cultura vista como elemento centrado en el desarrollo de contenidos y como agente catalizador al momento de consumir televisión (Ángel, 2005).
- ✓ *Consumo de medios de comunicación en Manizales:* La comunicación más que sistema de negociación simbólica en la construcción y deconstrucción⁴ del mensaje, es una forma unidireccional de mantener la relación de poder entre el medio de comunicación y sus audiencias. No obstante, es de aclarar que el capital cultural y el acceso a sistemas educativos que fomenten la construcción de conocimiento da un estatus social al individuo, reduciendo así el papel del medio como agente “interventor”⁵ en relación con el consumo (Ramírez, 1999).

4 Deconstrucción hace referencia al proceso que realizan los interlocutores, quienes reducen el mensaje a códigos apropiados por ellos.

5 El medio es el mediador en la relación de consumo, ya que este define qué ver y de qué modo.

- ✓ *Credibilidad en la recepción de información en Manizales*: La definición de comunicación planteada por el autor de la investigación, se logra clasificar en un contexto de análisis de contenido, partiendo desde la construcción del concepto de credibilidad generado por los medios. Es de este modo que también hay una clara idea sobre la percepción que tienen los medios sobre el uso de los sistemas de recepción y la relación entre el sistema y el entorno (Ramírez, 2001).
- ✓ *Campo periodístico y agendas periodísticas locales en Manizales*: La comunicación desde esta investigación es relación de dominio que parte del medio, éste a su vez es considerada instrumento controlador del mensaje, por tanto es el medio el encargado de la reproducción de los mensajes y su final decodificación mediante el uso de simbolismos fáciles de digerir por la “masa” (Arias, 2002).
- ✓ *Derecho a la información y elecciones presidenciales en Manizales*: La estructura del mensaje y la construcción de la información son los referentes comunicacionales adoptados por el autor. El análisis de los sujetos que intervienen dentro del proceso y su categorización en dos puntos equidistantes, uno como sujeto pasivo (Receptor) y el otro como sujeto activo (Emisor), configuran el análisis orgánico de esta investigación (Ramírez, 1998).
- ✓ *Análisis comparativo de cubrimiento y despliegue informativo entre la prensa regional y nacional*: Al llegar al concepto de mediación, la autora decide explicar cómo en la construcción del mensaje interviene el periodista al tomar decisión en el hecho que es considerado noticioso y crear a partir de éste una nota capaz de llegar a los sujetos de forma coherente (Ramírez, 1999).
- ✓ *Industria cultural, empleo y región*: La existencia de una definición de medio de comunicación como industria en relación con el sistema de construcción de realidades, es la base teórica en la que se sustenta esta investigación desarrollada desde los empleos de los distintos estamentos de producción informativa en la región (Narváez, 1999).

Al revisar las investigaciones se hace evidente, en este modelo, una mirada a los medios de comunicación y su relación con el poder. Es así como las anteriores investigaciones responden a una relación de dominio entre el medio y las audiencias. Sin embargo, hay que aclarar que el medio corresponde a un sistema físico de transmisión y son las personas encargadas de ellos los que ejercen control sobre el manejo de la información. El concepto de dominación sobre el despliegue de la información es manejado por Gramsci, (citado por Mattelart, & Mattelart, 1997), quien lo define como una relación de hegemonía, en la cual la dirección intelectual la tienen aquellas personas que controlan el medio comunicativo, siempre con el objetivo de actuar sobre la sociedad. La construcción del mensaje se realiza a partir del uso de los valores simbólicos del receptor, para garantizar una mayor eficiencia en la recepción.

En las investigaciones se identifican dos posturas de abordaje sobre los receptores: la mayoría manejan el concepto de audiencia, cuyo enfoque analiza tanto el sistema de satisfacción como el proceso de acercamiento con la información; en este enfoque, como lo menciona Wolf, las fragmentaciones que se hacen a la hora de la recepción, tales como el poco acceso a los medios de distribución, el capital cultural, son determinantes para la aceptación de la

información contenida en el mensaje (1987). La otra postura, asume el receptor como masa, comprendida como blanco amorfo, homogéneo, vulnerable a cualquier información que se le suministre y cuyos procesos de negación al mensaje son nulos, o como lo mencionan Ortega y Gasset “arrasa todo lo que es diferente, singular, individual, cualificado y seleccionado” (Citado por Wolf, 1987, p. 24).

Así mismo, al existir diversas accesiones sobre la definición que se tiene sobre los receptores, el proceso de dominación variaría. Para aquellas que abordan el receptor como audiencias dentro de su contenido, el proceso de dominación no es directo, sino que allí entran a jugar la negociación y concertación entorno a la información suministrada. Hall quien es referenciado por Ángel (2011), habla sobre tres tipos de lecturas que hace la audiencia sobre el contenido del mensaje: una es la negociada, en la que se asocia el contenido al propio contexto; la dominante donde los sentidos son iguales; y, por último, la oposicional en la que el sujeto rechaza el contenido transmitido desde el medio.

Sin embargo, en las investigaciones se evidencia un abordaje de los receptores como audiencia, pero desde la postura de transmisión de información directa; por esto, se concluye que esta se inscribe en el concepto de masa. En este sentido, el proceso de dominación es directo, pues el receptor no realiza una lectura sobre lo transmitido, no existen procesos en los que se medie sobre lo que se distribuye desde los medios de comunicación, dando lugar a una recepción pasiva.

Un claro ejemplo de ello es una investigación sobre *Telecafé*, en la cual se adjetiva a los receptores desde dos posturas: Cultura élite y popular; la cultura élite es capaz de negociar el mensaje, pues su capital cultural es mayor; por su parte, las cultura populares son identificadas desde el concepto de masa ya que no pueden mediar la información suministrada, ellos aceptan el contenido, sin la capacidad/necesidad de oponerse o negociar los términos suministrados; este último relaciona los conceptos de recepción pasiva y poder mediático, en la media que la persuasión permite cambiar el estado psicológico del individuo, llevándolo a realizar actos que son incitados por el productor del mensaje (Mattelart Armand y Mattelart Michele, 1997).

En esta tendencia, el medio se asume como una industria cultural, en la que se reproducen caracteres culturales a través de la elaboración estandarizada o serializada de contenidos o elementos. Dichos procesos son definidos por Adorno y Horkheimer (1947) (citado por Mattelart Armand y Mattelart Michele, 1997) como la integración del arte en el sistema, ya que según ellos el arte requiere tiempo para su ejecución, pero al crear procesos que acortan dicho tiempo y que intentan reproducirlo constituye un mecanismo de producción industrial en la que los sujetos están siendo alienados por el medio constructor de estos supuestos.

4.2.2 Conclusiones frente a la utilización del modelo transmisionista

El concepto de comunicación manejado por las anteriores investigaciones se centra en una búsqueda de un isomorfismo que conlleva una recepción completa y exacta de los códigos; esta se adscribe a la definición manejada por Schramm, para quien “La comunicación se produce cuando dos sistemas correspondientes acoplados mediante uno o más sistemas no correspondientes, asumen estados idénticos como consecuencia de la transferencia de señales en una cadena” (Citado por Ángel, 2011, p. 21).

En esta lógica, la comunicación se asume como un proceso de transmisión de información a través de canales de distribución llamados medios de comunicación. En el cual, los agentes productores y controladores de los medios, construyen un mensaje para ser transmitido en unas condiciones físicas que eliminen la posibilidad la polisemia y las interpretaciones erróneas.

Otra de las tendencias evidenciadas, es la información como epicentro del análisis, pues muchas de ellas concentran su análisis en los medios de comunicación que tienen como sede el eje cafetero, cuyo objetivo es el tránsito de información por un canal veraz y oportuno que permita la “audiencia” acceder de forma completa al mensaje.

4.3. Modelo discursivo

4.3.1. Tendencias en el modelo

Este modelo centra su atención en el análisis del discurso, que según Ángel (2011) estudia las huellas dejadas por los partícipes del proceso comunicativo, desde las formas de habla, el orden de los contenidos dispuestos en el mensaje, la imagen del que habla a través del discurso, al igual del que lo recibe.

Las siguientes investigaciones se clasifican en el modelo discursivo, en la medida que su análisis se concentra en el mensaje:

- ✓ *Representaciones de la ciencia y Modelos de Comunicación científica en un ambiente de controversia:* La comunicación más que una práctica social, es un momento alterno a la construcción de sentidos. Como bien señala Ángel, (2002) la información es referenciada a través de relativos sociales relacionados con los receptores, por tanto, los mensajes son creados de tal modo que sea la audiencia la garante de la validez de los contenidos suministrados por el medio.
- ✓ *Actividad Periodística en el Eje Cafetero y los Derechos Humanos a la luz del Derecho a la Información:* La definición de comunicación está determinada por la elaboración de un mensaje coherente y que carezca de ambigüedades léxicas y conceptuales, además de la transmisión de significados por medio de significantes que hacen parte del cuerpo o texto del mensaje (Ángel, 2011). La comunicación parte desde la instancia en que la unidad completa y dota de sentido es reconfigurada de tal forma que llegue y sea reacomodada según la injerencia simbólica de los partícipes (Ramírez, 2001).
- ✓ *Tratamiento Informativo del Terremoto del 25 de enero de 1999 en los Noticieros de Telecafé.* El concepto de comunicación está intrínsecamente relacionado con el desarrollo articulado del mensaje mediante el uso de unidades completas de sentidos y asociadas al contenido general expuesto o macro-proposición. Es de aclarar la intención de autor investigativo (Ramírez, 1999) de hacer ver al lector la importancia en la relación entre el mensaje y el contenido real de la información, es que la codificación esté dada mediante el uso de términos acordes con la realidad vivida, es decir el terremoto (Ramírez, 1999).

A partir de la relación entre el concepto de comunicación manejado por las anteriores investigaciones, cuyos resultados encajan en el modelo discursivo, se registra una categoría emergente en torno a la postura teórica. Esta es el estructuralismo, el cual basa su objeto de estudio en el mensaje dispuesto en el discurso. La estructura existente se compone de aquellos elementos que son huellas latentes dejadas por los sujetos que intervienen en el proceso comunicacional.

Uno de los casos inscritos en este modelo, evidencia que al hablar de lenguaje como estructura en el que se analiza el contenido del discurso desde diversos factores como: referentes gramaticales, la semiótica, los adjetivos, o los sustantivos, es lo que le permite al investigador determinar cuáles son las palabras comunes y que tantas veces son usadas, para así hacer un análisis sobre el contenido de la información. Es aquí donde las investigaciones desarrolladas por la investigadora Juana Ramírez centran su atención; en ellas, el contenido le permite saber cómo fue construido el contenido de la información, por tanto, la forma en la cual se crea el mensaje determina el tipo de lectura que harán los destinatarios sobre este.

No obstante, como afirma Ángel (2011), muchas posturas modernas sobre semiótica ven con mayor interés las modificaciones o actualizaciones que hace la audiencia sobre el discurso. Esto quiere decir que el proceso de construcción del discurso desde la generación de sentidos se posiciona como la base del proceso de análisis semiótico del mensaje, a lo cual la investigación sobre el glifosato que fuese desarrollada por esta misma investigadora (Ángel, 2002) tiende hacia esta postura, en la medida que son los sujetos los que construyen los términos que serán parte del concepto de glifosato.

Juana Ramírez, en el trabajo sobre el manejo periodístico sobre el terremoto y en la investigación donde aborda la relación entre los medios de comunicación y los Derechos Humanos (DD.HH), asume la misma postura de Ángel en relación a la constitución final del proceso de decodificación, donde los contenidos del mensaje son articulados mediante las definiciones o estructura del lenguaje con las que desarrollan los conceptos de terremoto y actividad periodística en relación con el término de derechos humanos. Es decir, la generación de sentidos permite un desarrollo de un discurso que se origina desde la población al momento que son ellos los que definen qué entienden sobre los términos manejados. Así hay una relación entre los términos que hacen parte del mensaje y realidades vividas.

Dentro de esas realidades vividas, entran las mediaciones entre el significante y los significados, cuyas definiciones son manejadas por Rosengren y Bruhn (1997), en la que al significante se le atribuye la parte material del signo y al significado se le asocia la representación de la entidad mental.

4.3.2. Conclusiones frente a la utilización del modelo discursivo

Para los investigadores fue más importante el análisis del mensaje, en cuanto a la construcción discursiva que contiene unas estructuras comunes a ambos sujetos o agentes del proceso y que permite la articulación y desarticulación de éste mediante el uso de los elementos del lenguaje.

Existe de este modo un claro ejercicio de análisis del discurso, además de un enfoque que va dirigido a mirar detalladamente la elaboración del mensaje, no obstante, así como en el anterior modelo transmisionista hay un claro uso del término información, para este análisis discursivo el mensaje se reduce a los componentes de la información, es decir, de qué modo fue construida ésta a partir de elementos del lenguaje como son: los adjetivos, verbos, etc.

4.4. Modelo construccionista

4.4.1. Tendencias en el modelo

En este modelo se clasifican aquellas investigaciones que ven la comunicación como un proceso co-construcción del sentido, donde este no está del todo construido (Ángel, 2011), ya que es un proceso de interlocución, en el cual es necesaria la negociación relacionada con la significación entre el emisor y el receptor, lo que permite reducir el mensaje a características sociales articulables por ambos sujetos del proceso comunicativo.

En el modelo construccionista persiste aún la idea de transmisión de información (Ángel, 2011), en la medida que se entiende que hay un proceso físico, sin embargo, la ganancia se ubica en la importación que se les da a las relaciones entorno a los sujetos y los elementos externos que configuran su entorno social.

Se registran tres categorías teóricas en el análisis en las investigaciones dentro del modelo construccionista en la relación comunicación-cultura-ciudad –imaginarios sociales.

- ✓ *Industria cultural, empleo y región:* La existencia de una definición de medio de comunicación como industria en relación con el sistema de construcción de realidades, es la base teórica en la que se sustenta esta investigación desarrollada desde los empleos de los distintos estamentos de producción informativa en la región (Narváez, 1999).
- ✓ *Comunicación y cultura de la tradición oral en Manizales:* El desarrollo conceptual expuesto por Calle (1998), más que una explicación sobre el concepto de comunicación como sistema de interlocución, es un acercamiento a la tradición oral y al concepto de cultura que nace desde la aprensión que tenemos los seres humanos al compartir con el otro “La comunicación que se da dentro de la sociedad como el lenguaje humano en sí, son actos de interlocución, encuentro de intersubjetividades” (Calle, 1998, p. 7).
- ✓ *Identificación de Imaginarios en la mediación de información con contenido de violencia:* Los imaginarios son los constructos colectivos que se generan desde los individuos para la generalización de elementos que designen las características primordiales sobre algún hecho. Es de entender que la importancia de la construcción colectiva del concepto de violencia partiendo del significado que tienen las personas sobre dicho elemento (Ramírez, 2001).
- ✓ *Mediación e imaginarios sociales:* La elaboración del proceso comunicacional depende en gran medida de la participación que hacen los sujetos, entiendo como sujetos al emisor y al receptor, quienes a su vez hacen parte de la construcción del mensaje (Ramírez, 1999)

- ✓ *Usos y apropiaciones de los espacios urbanos:* Las transformaciones urbanas originan una reconstrucción de la forma de ver la ciudad, no como un sistema de diálogos entre sujetos, sino como espacio de encuentro sociales que posibilitan la interlocución y la elaboración de sentidos que evocan el arraigo cultural (D'abbraccio, 1999)
- ✓ *Aprendizaje en la recepción de la televisión:* La lectura que hace los individuos sobre el medio, depende en gran medida sobre la mirada que tiene estos sobre ellos (representación). Es así que la comunicación es un proceso de mediación entre codificar y decodificar (Burgos, 2007).

Al analizar las relaciones comunes entre los conceptos de comunicación de este modelo se observa que la comunicación como sistema de interlocución, permite un desarrollo democrático del mensaje en la medida que las audiencias negocien el contenido o intenten reducirlo hacia un contexto social aprehensible por ellas, lo que supera la posición de la mayoría de las teorías que ven la comunicación en una sola línea y cuyos procesos de decodificación están viciados por los contenidos superpuestos desde la mirada de las personas que controlan los medios de transmisión (Ángel, 2011).

Los momentos de la comunicación, no son más que aquellas situaciones que permiten un diálogo entre los sujetos, lo cual conlleva al desarrollo articulado de expresiones sociales adaptables a la construcción del discurso desde dos vías, originando así una mediación en cuanto a estructuras que permiten la articulación del mensaje (Ángel, 2011).

Los procesos de representación, donde la audiencia se ve identificada desde el modelo comunicacional en la óptica de construcción de contenidos, permite que haya un desarrollo de un *espejo cultural*⁶, lo cual infiere en la construcción del mensaje.

Al retomar la idea de Mauro Wolf (1987) sobre audiencia, se ve claro el proceso de democracia semiótica en la medida que esta no actúa de forma pasiva, además que no es blanco fácil de bombardeo porque su proceso de interacción cultural le permite oponerse a ciertos contenidos que no hacen parte de las estructuras sociales a las que pertenecen, sino que al comportarse como activas puede de algún modo reducir los contenidos dispuestos en el mensaje.

Así el lenguaje como sistema abierto no limita la construcción de contenidos, sino que los procesos polisémicos posibilitan las participaciones de los sujetos desde sus ópticas sociales. También de este proceso abierto se estaría beneficiando la cultura, porque podría considerarse su aprehensión a través del otro, convirtiéndose así en una construcción colectiva, que sería aprendida desde las primeras instancias del desarrollo humano (Calle, 1998).

Un claro ejemplo de dichos procesos, son las investigaciones sobre comunicación y cultura, uso y apropiaciones de los espacios urbanos y mediación e imaginarios sociales, quienes ven la comunicación como sistema de interlocución, sistema abierto que posibilita la construcción del mensaje a través de los contenidos dispuestos por ambos sujetos.

6 Al hablar de espejo cultural, es evidenciar un proceso de representaciones, en las que los interlocutores ven moldeado el lenguaje del mensaje mediante sus constructos sociales (Ángel, 2011).

Las transformaciones urbanas de las cuales habla D'abbraccio en su análisis sobre la mediación en los imaginarios urbanos constituye el momento de metamorfosis de las esferas sociales en las que se desarrollan los individuos. A diferencia de las interlocuciones que permiten la mediación del mensaje, permitiendo así que se enriquezca el proceso comunicación, este autor plantea que las transformaciones que se le hacen a zonas urbanas producen cambios en la forma de la construcción del mensaje.

Mientras para muchos el proceso de medicación mediante la aceptación o rechazo de los contenidos dispuestos en el mensaje determinan un desarrollo hermenéutico, para él el cambio en los lugares influye en la codificación y decodificación de este.

4.4.2. Conclusiones frente a la utilización del modelo construccionista

Para este modelo todos los lados del proceso son permeados por las características sociales y relacionadas con las entidades semiótica. Es de algún modo predecible el análisis del sentido del mensaje, en la medida que éste contiene indicios o marcas dejadas por las entidades semióticas (Ángel, 2011). La definición de entidad semiótica es construida por Ángel (2011), desde que el receptor y emisor no son sujetos empíricos, sino como entidades semióticas, quienes ponen insertos propios al mensaje.

El desarrollo investigativo se centró en un análisis del proceso de recepción y sobre todo en los espacios en que se desenvuelven los individuos. Como se plasma en la ilustración 4, la idea de capital cultural es retomada bajo este análisis, ya que es un factor que determina la construcción del mensaje por el emisor. El mensaje es construido de tal forma que el receptor, según su capital cultural, pueda rearmarlo y encajarlo a su campo social próximo.

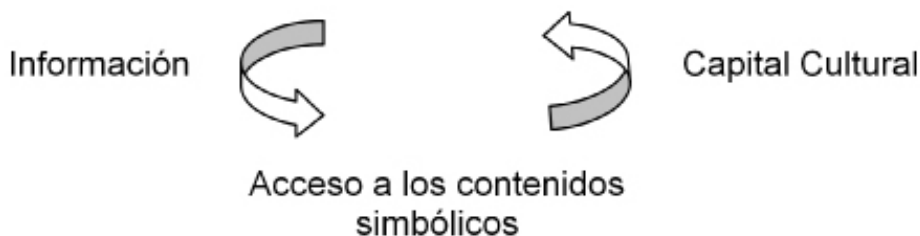


Ilustración 4. *Relación entre información y capital cultural*

Fuente: elaboración propia

5. Conclusiones

La comunicación como área de estudio no está abordada por los investigadores, sino que hay un proceso de análisis de la información. Es decir, lo importante es la producción desde el medio de comunicación, y no el contenido cultural en el que están inmersos los agentes que intervienen en el proceso.

Para la mayoría de las investigaciones la comunicación está ligada a la transmisión de información ya que su óptica es argumentada desde un proceso lineal, donde no hay mediación en

torno al mensaje construido. El mensaje no es una co-construcción entre el emisor y el receptor, sino que las personas dueñas de los medios son los encargados de su producción, dejando de lado a las audiencias. Es así que se infiere que la comunicación es un proceso directo y no social, en la medida que lo importante es la transmisión dejando de lado el desarrollo de los individuos desde sus espacios sociales.

Los procesos comunicacionales son adopciones que van de la mano de teorías psicológicas sobre la estructuración de los seres humanos entorno a respuestas. Así la comunicación podría considerarse un proceso causal, en la medida que para todo estímulo existe una respuesta.

En síntesis, la mayor producción investigativa se registra en el *modelo transmisionista*, cuyos contenidos están relacionados con el análisis a los medios de comunicación en el eje cafetero. Sus posturas críticas se centran en el estudio de los medios como sistemas de transmisión de información con un mensaje condicionado desde los productores de la información. La línea investigativa de menor presencia es la del *modelo discursivo* que, como línea de análisis crítico del discurso, se concentra en el mensaje de controversia y los derechos ciudadanos. Por último, con mediana presencia, el *modelo construccionista* evidencia una tendencia al mensaje desde el contenido socio-educativo de los individuos, quienes reconstruyen el mensaje de acuerdo con las características culturales adoptadas.

Referencias

- Ángel, A. (2002). *Representaciones de la ciencia y Modelos de Comunicación científica en un ambiente de controversia* (investigación). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ángel, A. (2005). *Consumo de televisión internacional, nacional y regional de las audiencias del Eje Cafetero* (investigación). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ángel, A. (2011). *Modelos para comprender la comunicación*. Manizales: Editorial Universidad de Manizales.
- Arias, J. (2002). *Campo periodístico y agendas periodísticas locales en Manizales* (investigación). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Arias, J. (2002). *La comunicación organizacional en Caldas* (investigación). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Arias, J., Herrera, E. & Vélez, C. (2003). *Análisis comparativo de los canales regionales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Burgos, J. A. (2001). *Aprendizaje en la recepción de la televisión* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Calle, A. (1998). *Comunicación y cultura de la tradición oral en Manizales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- D'abbraccio, A. (1999). Usos y apropiaciones de los espacios urbanos. En: Escribanía: comunicación, cultura, región, 2, 59-68. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3939894>

- Galindo, J. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, tecnología, metodología y epistemología*. México: Miguel Ángel Calderón Reyes.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación. La referencia cibernética*. Barcelona: Paidós.
- Montes, C & Narváez, A. (1999). ¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas (investigación interuniversitaria). En: Konrad Adenauer Stiftung. *¿Participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas*. Santafé de Bogotá: Corporación universitaria Minuto de Dios.
- Narváez, A. (1998). *Nuevas tecnologías de la comunicación* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Narváez, A. (1999). *Industria cultural, empleo y región* (investigación inédita). Centro de Investigaciones de la Comunicación. Manizales: Centro de Investigaciones de la Universidad de Manizales
- Pobón, N., Durán., M., Forero, F. & Castro, Y. (1996). *Evaluación y acreditación universitarias. Bases de datos y Estado del Arte*. Bogotá: Fundación Universitaria Jorge Tadeo Lozano y Universidad pedagógica nacional.
- Ramírez, J. (1998). *Derecho a la información y elecciones presidenciales en Manizales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (1999). *Consumo de medios de comunicación en Manizales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (1999). *Análisis comparativo de cubrimiento y despliegue informativo entre la prensa regional y nacional* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (1999). *Tratamiento Informativo del Terremoto del 25 de enero de 1999 en los Noticieros de Telecafé* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (2001). *Credibilidad en la recepción de información en Manizales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (2001). *Actividad Periodística en el Eje Cafetero y los Derechos Humanos a la luz del Derecho a la Información* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (2001). *Identificación de Imaginarios en la mediación de información con contenido de violencia* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Ramírez, J. (2001). *Mediación e imaginarios sociales* (investigación inédita). Manizales: Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales.
- Rosengren, K. E. & Bruhn, K. (1997). Cinco tradiciones en busca del público. En: P. Dayon (comp.). *En busca del público: recepción, televisión, medios* (pp. 335-370). Madrid: Gedisa
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Las funciones de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.