

## **A METHODOLOGICAL MODEL FOR RESEARCH INTO THE SOCIOCULTURAL EFFECTS OF THE MEDIA**

Manuel Martín Serrano propounds the theoretical basis of the methodology — already used in some investigations— for identifying the codes underlying cultural products. This basis comprises in more concrete terms a) a theoretical framework; b) an analysis of mediations c) a methodological framework, and finally d) a technique for checking the theory.

The theoretical framework is founded on two principles which are basically the expression of a contradiction between the technological possibilities of the media and the ends pursued by the mediators. These principles are: a) the systematic rejection of general codes (comprehensible to all members of a cultural community) and the use of restricted codes; b) the replacement of the objective presence of the referents in the messages by a reproductive communication in which the referent comes under the control of the mediators (professional communicators).

Finally, with regard to the methodology, it should aim to facilitate the analysis of the processes of mediation and eventually reveal the codes by means of which the cultural products analysed are engendered.

# UN MODELO METODOLÓGICO PARA INVESTIGAR LOS EFECTOS SOCIOCULTURALES DE LOS MEDIA.

Manuel Martín Serrano

Con ocasión de nuestra tesis de Doctorado de Estado, presentada en Strasburgo<sup>1</sup>, desarrollamos una metodología de investigación lógica que nos permitió identificar las estructuras elementales que formaban parte del relato televisivo, y sus reglas de combinación. En dicha investigación, basada en un análisis de una muestra representativa de la programación de la TV Española, se ofrecía por primera vez un método para identificar la clase de códigos que subyacen en los productos culturales, utilizando un modelo de análisis en ordenador de un manejo bastante simple. Esta metodología ha sido posteriormente utilizada por otros investigadores, y por mi mismo, en otros campos diferentes, tales como imágenes de líderes políticos, contenidos de los libros de texto, representaciones del futuro deseado y esperado por los españoles, entre otros estudios. El lector interesado en la metodología puede

<sup>1</sup> *L'ordre du monde à travers la TV. Estructure du discours électronique.* Presses Universitaires. Lille 1975.

consultar la tesis doctoral, editada en Lille por Les Presses Universitaires, o un resumen aparecido en la "Revista Española de la Opinión Pública".

El objeto de este artículo consiste en aclarar las bases teóricas en las que descansa aquella metodología. Un modelo de investigación sólo tiene sentido cuando está al servicio de un modelo de prueba, es decir, de un repertorio de hipótesis correctamente enunciadas y susceptibles de falsificación. El lector podrá comprobar que la investigación responde a un planteamiento teórico, referido a la existencia de una contradicción entre la tecnología y el uso social de esa tecnología, a partir del cual se justifica el camino recorrido hasta las conclusiones.

### ANÁLISIS DE LA CONTRADICCIÓN ENTRE INNOVACION TECNOLÓGICA Y REPRODUCCIÓN SOCIAL.

El análisis de los efectos de los media, no puede ser realizado con independencia de un estudio de uso social. Este punto de vista lo venimos sosteniendo en todos nuestros trabajos teóricos y metodológicos<sup>3</sup>. En el caso de que se acepte este criterio, el comunicólogo que desee analizar la cultura, los valores, la ideología, que difunden los "media" (es decir, el conjunto de representaciones de la realidad que denominamos "visión del mundo") se ve en la necesidad de cumplir las siguientes etapas:

- 1.<sup>a</sup> Encontrar un *marco teórico* general que explique las relaciones existentes entre uso social de los media y la cultura que aquellos proponen.
- 2.<sup>a</sup> Expresar esas relaciones en un sistema de enunciados que se corresponden con algún *método* de análisis de los media, en el que estén claras las hipótesis a verificar, y la forma en la que esas hipótesis quedarían demostradas o falsificadas.
- 3.<sup>a</sup> Utilizar una *técnica de investigación* de los media que permita a cualquier otro estudioso comprobar que el método ha sido correctamente seguido y aplicado al material empírico pertinente.

La explicación del marco teórico, la sistematización metodológica de la teoría, y su aplicación técnica a los datos reales, son los requisitos necesarios para llevar a cabo análisis de los contenidos culturales de los media. Las siguientes páginas siguen esta misma secuencia de fases, con el objeto de que el lector

<sup>2</sup> Cf. "Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la esculturización." M. Martín Serrano. REOP. N.º 37, Julio/Sept. 1974.

<sup>3</sup> Cf. Por ejemplo, *La Mediación Social*. Manuel Martín Serrano. Madrid, AKAL, 1978, 2.<sup>a</sup> edic.

disponga de un ejemplo que pueda serle útil en sus propios trabajos como investigador de la comunicación social. El cuadro adjunto (página 29) resume el capítulo y sirve como protocolo del diseño que se va a desarrollar.

## 1) EL MARCO TEÓRICO.

En otros textos hemos mostrado que la tecnología revolucionaria aparecida con los media "index"<sup>4</sup>, proporciona las bases técnicas necesarias para otra sociedad posible, en la cual las comunicaciones sociales pueden llegar a ser más objetivas, democráticas y universales. Pero al mismo tiempo se indicó que los cambios tecnológicos revolucionarios no son capaces por su solo poder innovador de transformar la sociedad en tanto que no se acompañan de los correspondientes cambios en las relaciones sociales<sup>5</sup>.

En algunos momentos históricos han existido técnicas avanzadas que la sociedad no podía utilizar, obteniendo de ellas todo su beneficio, porque la organización social existente era incompatible con las transformaciones que se derivaban de las nuevas tecnologías. Así ocurrió, por ejemplo, con el telar en el marco de la sociedad feudal. Durante un lapso histórico más o menos largo, hasta que la organización social cambia, la sociedad se encuentra en *contradicción* con sus técnicas. En el campo de la comunicación social existe actualmente una contradicción entre la capacidad tecnológica de los media index para hacer posible una comunicación referencial, y la necesidad que tiene nuestro sistema social de reproducir formas de comunicación vicaria<sup>6</sup>. La comunicación referencial resulta ser una técnica imprescindible para el desarrollo de una sociedad socialista avanzada; en tanto que la comunicación vicaria resulta ser imprescindible para la perpetuación de un orden social basado en el control de los medios de producción y los media de comunicación.

<sup>4</sup> Manuel MARTÍN SERRANO, o. c.: he propuesto que se designe "Media INDEX" a los MCM que pueden ser *sinecrónicos* con el acontecer en la transmisión de la información, y que al mismo tiempo utilizan como signos imágenes *generales* en el propio acontecer. El medium INDEX más importante es la televisión.

<sup>5</sup> Cf. '*La mediación social*', o. c. La hipótesis de que la revolución tecnológica es suficiente para revolucionar la sociedad se llama "mecanicismo". Frecuentemente los autores que se ocupan de las nuevas tecnologías comunicativas son mecanicistas. Por ejemplo, la televisión está en el origen de una revolución en la tecnología de la comunicación, en tanto que medium capaz de emplear "index". Se pretende que está destinada, como consecuencia de esta esencia tecnológica, a producir una revolución cultural. Ciertos estudios sobre los media afirman que necesariamente una cultura icónica va a sustituir a nuestra cultura preicónica. Este género de afirmaciones están basadas en la hipótesis de que una tecnología icónica debe producir, desde que está disponible, una cultura fundada sobre las imágenes. Nosotros vemos en ellas una confusión entre la televisión en tanto que objeto tecnológico, y la televisión en tanto que institución social.

<sup>6</sup> *Comunicación referencial*: denominamos así a aquella que ofrece un máximo de datos de referencia y un mínimo de interpretación al destinatario de la comunicación.

*Comunicación vicaria*: indicamos aquella clase de comunicación que no ofrece datos de referencia, sino información sobre esos datos de referencia.

### 1.1. *Distinción entre el medium y el mediador:*

Para analizar el uso de las comunicaciones es necesario distinguir entre las características (tecnológicas) de los media y las características (sociopolíticas) de las instituciones mediadoras que poseen su control. En la terminología que nosotros hemos propuesto, esta distinción se establece entre un medium y un mediador. (Cf. M. Martín Serrano: "La mediación social", pág. 97 y siguientes). En el caso de la televisión, los elementos del análisis son los siguientes:

- a) Existe una estructura tecnológica (tecnología de la captación, reproducción, transmisión de imágenes y sonidos sincrónicos) y una estructura material (instalaciones de grabación, difusión, captación, etc.). A este nivel se está tratando de la televisión en cuanto *medium de comunicación*.
- b) La televisión funciona gracias a unos equipos humanos, que crean una u otra clase de programas en el marco de una empresa privada o del Estado, preocupada de atender unos u otros aspectos informativos, culturales, de ocio, con unos u otros enfoques. A este nivel se está analizando la televisión en cuanto *institución social mediadora*.

En cualquier sociedad la función comunicativa del medium está sometida a la función de control ejercida por el mediador. Cuando los fines institucionales del mediador no son compatibles con las opciones que la tecnología hace posible, cabe afirmar que el medium está sujeto a un uso contradictorio. En lo que respecta al conflicto entre el medium (televisión) y el mediador (institución televisión) el uso contradictorio del medium ofrece las siguientes características:

### 1.2. *Uso contradictorio de los "index" por el mediador:*

- a) La institución televisión no puede renunciar completamente al empleo referencial del medium televisión porque la sociedad monopolista necesita romper las fronteras culturales, étnicas y políticas para extender su forma de producción y de consumo más allá de los límites nacionales. Con este fin precisa de estas nuevas formas de comunicación sincrónicas e icónicas (comunicaciones "index"), las cuales sirven para acelerar los procesos de intercambio y para llevar a cabo la enculturización social de grupos humanos muy diversos según un mismo modelo de organización social<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> La simultaneidad entre el acontecer y su difusión, y el recurso a la imagen, ventajas específicas de la comunicación index, son útiles para unificar en un mismo universo cultural, los distintos grupos nacionales y locales que el sistema monopolista tiene interés en integrar bajo un único modo de producción y de mercado.

En consecuencia; ciertos contenidos de la comunicación, y ciertos datos de referencia sobre la realidad serán comunicados de manera sincrónica e icónica. Este tratamiento está especialmente reservado para los temas que poseen un valor cultural uniformador, por ejemplo, los espectáculos deportivos de masas, o para aquellos otros que sirven a la reproducción del orden institucional, por ejemplo la actividad política de los dirigentes, los partidos o las instituciones.

b) La institución televisión no puede permitir que el sistema de valores vigentes sea contradicho por el enfrentamiento más objetivo con la realidad que permiten los media index. En consecuencia, está obligada a conseguir que los datos de referencia de la comunicación "index", confirmen, o al menos sean compatibles con la existencia de dicho cuadro de valores. En definitiva, la institución televisión cumple una función esencial para el sistema: conseguir que el significado que se desprende de las imágenes aparecidas en la pequeña pantalla, remita a un esquema significativo coherente respecto a los fines institucionales del propio sistema.

En términos técnicos la institución televisión se enfrenta con un problema comunicativo a nivel de los códigos y otro a nivel de los datos de referencia, en la medida que está obligada a establecer una correspondencia entre ambos.

### 1.3. *Necesidad de controlar los códigos por parte del mediador:*

Los códigos de la comunicación determinan el significado que va a recibir el discurso comunicativo. El mediador debe controlar la codificación del discurso "index", para que el receptor no atribuya un significado a los datos proporcionados por las imágenes que represente una visión del mundo distinta a la establecida. El medium televisión atenta contra este control de los códigos por el mediador, en la medida que proporciona el acceso directo de las audiencias a los datos de referencia. Los "media" index pueden (en principio) facilitar todos los datos necesarios para que el propio receptor haciendo uso de su propia experiencia cultural y existencial (es decir, empleando *códigos sociales generales*), interprete por sí mismo el significado del acontecer, sin la intervención de un mediador. Cuando el mediador trata de conseguir que la interpretación de la realidad se corresponda con un punto de vista a priori, no hace otra cosa que aplicar a los datos de referencia algún *código particular*. Un código particular reduce el abanico de los posibles sentidos que pueden atribuirse a los datos del relato; y mediante este recurso consigue la aceptación de un particular significado por parte de las audiencias.

Por ejemplo, imaginemos una audiencia que puede contemplar en su televisor escenas de la explosión de la bomba atómica en Hiroshima y de sus

consecuencias, sin la intervención de ningún comentarista. Los televidentes recurrirán a los códigos sociales generales referidos al valor de la vida, el rechazo de la violencia, el sufrimiento de las víctimas, etc. A partir de los códigos generales, esos datos permitirán que el receptor establezca unos juicios de valor basados en criterios muy universales. En cambio, supongamos que esos mismos datos aparecen dotados de un sentido "a priori" gracias al proceso de montaje o al comentario en "off". Por ejemplo, el discurso expresa el punto de vista de que la explosión sirvió para terminar la guerra y ahorrar vidas americanas. La captación y aceptación de este código particular (vidas de americanos versus vida de japoneses; victoria nacional versus triunfo del enemigo, etc.) conduce a que la audiencia asuma el punto de vista propio de un grupo de referencia propuesto por los emisores.

Cuanto más determinado sea el significado que desea transmitir el mediador, más particular será el código que debe aplicar al discurso. Ahora bien: cuanto más particular sea el código, más complejo resulta, y por lo tanto, más abstracto. *De hecho, ningún mediador puede imponer una visión muy determinada de la realidad, sin hacer uso de códigos muy abstractos.* En tanto que los mediadores han utilizado media cuyos mensajes vienen codificados abstractamente, por ejemplo la prensa, la tecnología comunicativa del medium (abstracto) coincidía con la tecnología persuasiva del mediador<sup>8</sup>.

## DIFERENCIAS ENTRE LOS CODIGOS GENERALES Y LOS CODIGOS PARTICULARES

<i>Códigos culturales generales</i> (comunes a todos los miembros de una misma cultura)	utilizados para transmitir significados muy universales, aceptando la existencia de diferentes sentidos en el discurso.	tanto más simples cuanto más generales.
<i>Códigos comunicativos particulares</i> (poseídos sólo por aquellos miembros del grupo que dominan el lenguaje del grupo y participan en los mismos intereses etnocéntricos).	utilizados para transmitir significados muy determinados, y un sentido preciso al discurso.	tanto más complejos cuanto más particulares

<sup>8</sup> El inconveniente que ofrecen los media abstractos para el mediador consiste en que no pueden llegar a audiencias que desconozcan los códigos particulares del medium; por ejemplo, quien no supiese leer en español quedaría fuera del campo de influencia de la prensa española, etc.

En síntesis, la función encomendada a la institución mediadora consiste en controlar los códigos de la comunicación en la construcción del significado de los mensajes. Esta mediación se concreta en la sustitución de los códigos generales por otros particulares.

Los vehículos de la cultura abstracta son los lenguajes particulares, desde la lengua natural (hablada y escrita) a los lenguajes de los grupos profesionales (químicos, matemáticos), de los grupos étnicos, sexuales, generacionales. El empleo de un lenguaje de grupo hace de la comunicación abstracta un factor de integración entre los componentes de aquél, y al mismo tiempo, de separación respecto a quienes no dominan los códigos de la comunicación grupal. Cabe afirmar que desde un punto de vista sociológico, ningún lenguaje abstracto podrá nunca llegar a ser el lenguaje de todos los grupos humanos<sup>9</sup>, precisamente porque la condición diferenciada de grupo está sostenida en gran parte por la posesión de un lenguaje específico.

En el caso de la televisión, sus mensajes vienen codificados icónicamente. Los "index" (mientras no se les manipula) se prestan muy mal a una codificación abstracta. En ellos la significación pocas veces es unívoca. Una secuencia de "index" posee generalmente más valores connotativos que denotativos, y en consecuencia transmite al mismo tiempo significación a distintos niveles (estético, afectivo, racional, etc.); sin que esté excluida la posibilidad de que los significados sean equívocos e incluso contradictorios. Por otra parte, la sucesión de las imágenes "index" establece un relato cuya secuencia no se corresponde, generalmente, con la sucesión ordenada de conceptos que requiere el discurso abstracto<sup>10</sup>. La codificación icónica es susceptible de ser traducida a códigos abstractos, como de hecho ocurre en la práctica, pero no está tecnológicamente hecha para someterse a códigos particulares. La ventaja específica de los "index" radica precisamente en que cualquier receptor que conozca los códigos generales del tema (en el ejemplo de Hiroshima los referidos a las escenas de guerra) puede realizar alguna interpretación de los datos.

#### 1.4. Necesidad de controlar los referentes por parte del mediador:

El segundo problema que debe afrontar la institución televisión, para cumplir con su papel de reproducir la versión del mundo establecida, se refiere al control de los datos de referencia porque ellos son fundamento de objetividad

<sup>9</sup> Aunque pueda expresar el saber de cualquier otro grupo, lo cual es un problema de traducción entre los respectivos códigos y términos: posibilidad técnica que nada tiene que ver con el problema sociológico del mantenimiento de la identidad y la clausura del grupo.

<sup>10</sup> Un ejemplo del orden abstracto se ofrece en un artículo científico, que pasa de lo general a lo particular o viceversa.

de la comunicación. Como hemos analizado en otras ocasiones<sup>11</sup>, la tecnología de la televisión permite satisfacer una aspiración histórica: conseguir que los signos muestren en la comunicación misma el modo de ser o de acontecer del propio objeto, sin necesidad de que el referente sea descrito por el recurso a un concepto. Los "media index", —supuesto este otro uso que se sugiere a partir de sus posibilidades tecnológicas—, están destinados en el futuro a facilitar un consenso sobre el mundo basado en la mostración de los datos de referencia. Esta nueva pauta de consenso es muy distinta de las pautas que hasta ahora han servido para asegurar un cierto acuerdo cultural y social. La educación, y en general la enculturización, se han fundamentado (y se siguen fundamentando) en la transmisión de un sistema de nociones y valores estables, a partir de los cuales interpretar los datos variables del acontecer. La estabilización de las nociones y de los valores es un modo de preservar el consenso y por lo tanto de poner la cultura al servicio de la reproducción social del orden establecido. Esta técnica de consenso entrará en crisis el día en que se generalice una cultura icónica. En la sociedad futura la transmisión de los datos del acontecer servirá de contraste para la aceptación de nociones y de valores mucho más móviles y diversificados. En definitiva, la comunicación "index" anuncia una cultura posible, adquirida según modalidades de enculturización mucho más objetivadas y libres: con la comunicación "index" cabe recurrir a la mostración de los datos de referencia en vez de exigirse el aprendizaje de las normas sociales, como método utilizado para la formación de los niños y como modo persuasivo de garantizar el consenso social. Cuando lleguen a adquirir realidad social estas nuevas maneras de integrar a los componentes de la sociedad por el recurso a un consenso basado en "la mostración de los datos de referencia" que sustituya al consenso actual basado en "la imposición de normas" se habrá avanzado mucho hacia la producción histórica de un hombre nuevo.

Es difícil imaginar cómo sería una sociedad cuyo consenso descansase en la objetivización que permiten unos datos de referencia compartidos por todos sus miembros, en vez de fundarse en la conservación de normas abstractas compartidas. En cambio resulta fácil darse cuenta de la amenaza que significa para nuestra actual cultura normativa, la aparición de "media" que ofrecen ya la tecnología adecuada para intentar dicha revolución cultural, es decir, los "media index". La contradicción entre la tecnología "index" y su uso se expresa, obviamente, como un desajuste entre la racionalidad que hace posible el progreso tecnológico y la irracionalidad que impone el sistema socioeconómico. Sin embargo, creemos que la mera sustitución de las relaciones de producción capitalistas por otras relaciones de producción socialistas, no van

<sup>11</sup> Cf. "Los referentes de la comunicación", M. Martín Serrano et al. en "Métodos de análisis de Contenido". Departamento de Comunicación, Ftd. CC. H., Madrid 1978.

a terminar, por su sola virtud, con un uso abstracto de los media icónicos; aunque dicha sustitución establezca las bases necesarias para otra forma de transmisión cultural basada en los "index". El conflicto que existe entre una (posible) cultura index y nuestra actual cultura abstracta, está enraizada en las sociedades alfabetizadas a un nivel histórico más profundo que el de las actuales relaciones de producción. El conflicto procede de una conformación de las representaciones cognitivas todas (y no solamente de las conformaciones ideológicas) según un modelo abstracto, como consecuencia de muchos siglos de cultura durante los cuales el conocimiento y la historia se han configurado en el molde de la letra impresa. La dificultad que supone el empleo de las imágenes para constituirse en nuevos sistemas de representación de la realidad, es probable que persista mucho después que haya desaparecido la sociedad capitalista, porque es más fácil sustituir las relaciones de producción que las pautas cognitivas de representación y las formas culturales consolidadas. Sin embargo, somos de la opinión que la condición necesaria para sustituir un sistema de consenso y de enculturización basado en la continuidad de las normas, por otro apoyado en la participación en los datos de referencia, es que la sociedad ponga a disposición de sus miembros una comunicación "index", como alternativa a la comunicación abstracta.

La enculturización encaminada a enseñar un sistema de normas para interpretar el mundo, y todas las formas de comunicación abstractas que de ella derivan tal vez forme parte alguna vez de la arqueología del saber; pero en nuestro momento histórico, y probablemente durante un largo período, el consenso social en torno a la realidad seguirá estando fundado en los valores y no en los referentes. De hecho, el saber acumulado, y las formas de transmisión de ese saber, se fundan en que emisores y receptores sigan compartiendo unas categorías conceptuales y axiológicas a priori. Bien es verdad que las nuevas tecnologías comunicativas se utilizan en las bibliotecas (microfilmado), en la escuela (enseñanza programada), en los programas de extensión cultural o política (sistema video). Sin embargo, en nada ha cambiado el esquema culturizador que hasta ahora ha existido: los conceptos, las normas, son traducidos a imágenes o las imágenes ilustran una norma o un concepto. La aventura sociopedagógica de comunicar sobre los referentes y no sobre las normas, está todavía por intentar. Hay que desarrollar nuevas pautas de reflexión sobre la realidad y nuevas formas de conservación y de transmisión del saber y hay que materializar los datos para una cultura referencial, del mismo modo que la cultura abstracta está materializada en archivos, bibliotecas y museos. Este esfuerzo requerirá un tiempo histórico considerable.

Resumiendo los razonamientos que se contienen en las anteriores páginas, la contradicción entre la innovación que introducen los media index y el sistema

de orden sociocultural que debe reproducir el mediador, se expresa de la siguiente forma:

*a)* A nivel de los códigos, como el conflicto entre unos media que pueden comunicar con el solo recurso a los códigos generales, y una organización social que precisa conservar los códigos particulares que sirven para dividir a la sociedad en clases, etnias, grupos, estamentos, nacionalidades, etc. El conflicto pone de manifiesto el encuentro entre una vieja cultura abstracta, y una naciente cultura icónica; la antigua cultura está basada en los códigos abstractos de la comunicación vicaria, cultura almacenada y transmitida por "media" tales como el relato verbal, escrito o impreso. La nueva cultura posible se basaría en los códigos icónicos de la comunicación referencial, conservada y difundida por media "index" como la televisión.

*b)* A nivel de la objetivación, como el conflicto entre unos media referenciales y una sociedad interesada en preservar el sistema normativo vigente. Los "media index" ofrecen datos de referencia que permiten remitir la prueba de la objetividad de la comunicación al referente: en consecuencia es posible basar el consenso entre los hombres en la comunidad de los datos de referencia. La organización social existente logra el consenso imponiendo en la transmisión de la cultura el primado de las normas, aunque estas últimas no siempre sean justificadas por la realidad.

El protocolo de la página 20 ofrece una visión resumida de estos análisis, y permite seguir el desarrollo teórico que ahora ha de avanzarse.

La función del mediador consiste en encontrar la salida para estas contradicciones. El mediador debe intervenir en la comunicación con una actividad que, por una parte, permita al poder político servirse de las nuevas tecnologías, y por otra, asegure la reproducción del orden social existente. A cada uno de los niveles (*a* y *b*) del conflicto entre los "media index" y sistema sociocultural, interviene la institución mediadora. Su actividad sirve para ajustar el uso tecnológico del medium a los fines institucionales que tiene encomendados:

*a')* La contradicción existente a nivel de los códigos de la comunicación, se resuelve de forma regresiva en nuestra sociedad. Los lenguajes generales específicos de los "media index", son traducidos a los lenguajes particulares específicos de los media abstractos. Si se quiere, el discurso sincrónico e icónico de los "index" es articulado de manera acrónica y abstracta, siguiendo el viejo modelo cultural de la lengua hablada y escrita.

b') La contradicción existente a nivel del criterio de objetividad de la comunicación, se resuelve sustituyendo la apelación al referente real, que los datos de referencia hacen explícito en el discurso, por la apelación a un referente vicario implícito: concretamente, las normas (códigos sociales, culturales, comunicacionales) que el mediador desea reproducir. De esta forma, los datos de referencia obtenidos de la realidad sirven para comunicar *sobre* los códigos (sociales, culturales y comunicativos). Este tipo de comunicación corresponde al modelo de comunicación reproductiva que hemos descrito con detalle anteriormente. (Cf. M. Martín Serrano: *'La mediación social'*, o. c.).

## 2) EL MARCO METODOLOGICO. (Cf. Protocolo de la página 20).

La teoría propuesta para explicar las relaciones existentes entre el uso de los medios y la cultura que de ellos se genera, quedaría a nivel de una conjetura si no fuese posible derivar de ella un método de análisis que permitiese su verificación. Esta posibilidad existe en este caso.

a'') Afirmamos que la contradicción existente a nivel de los códigos, el mediador la maneja utilizando los códigos de la lengua para dar sentido al discurso icónico. Como es bien sabido, la característica específica de los códigos lingüísticos radica en la doble articulación. En consecuencia, si se llega a demostrar que el código que subyace en la visión del mundo ofrecida por los "media index", está doblemente articulado, se dispone de un criterio de verificación bastante sólido, en tanto que no sea falsificado por alguna prueba en contrario. En consecuencia el método de análisis adecuado tendrá como objeto verificar de qué clase son los códigos que el mediador aplica a la comunicación "index", analizando, por ejemplo, el discurso televisual<sup>12</sup>.

b'') Afirmamos que la contradicción existente a nivel del criterio de objetividad, el mediador la resuelve según el modelo de comunicación reproductiva. Este uso de la comunicación convierte el dato de la realidad en una mera ilustración de las normas sociales, las cuales se convierten en el verdadero referente de la comunicación. Nosotros hemos demostrado previamente que existe un paso de las normas (códigos sociales) a los códigos del lenguaje (Cf. M. Martín Serrano: "La mediación social" o. c.). A nivel metodológico el camino queda abierto: es necesario que quede demostrado que el numeroso repertorio de temas tomados del acontecer o de la ficción, que ocupan el espacio y el tiempo de los media index, a pesar de su aparente diversidad a nivel de los contenidos expresos, reproducen un único sistema

(12) Conviene insistir en que la codificación de los index como si de un lenguaje abstracto se tratase, es posible, pero forzada. Las imágenes, para expresar toda su carga significativa, precisan de códigos icónicos, cuya estructura no opera por oposición de términos sino por composición de campos significativos.

normativo, y que la reproducción de ese sistema normativo se lleva a cabo a nivel de los códigos lógicos (lingüísticos) del discurso. Si la correspondencia entre código social (normas) y código del discurso (lengua) quedase demostrada, nuevamente poseemos un sólido punto de apoyo para justificar la teoría.

Las condiciones de verificación propuestas en (*a''*) y (*b''*), remiten a dos tareas concretas:

1.º Se precisa identificar el repertorio de unidades mínimas del discurso "index"<sup>13</sup>. Estas unidades cumplirán en el relato index función equivalente a las unidades mínimas del discurso natural (fonemas, morfemas, términos).

2.º Se necesita llegar a identificar el modelo lógico que sirve para articular los indexemas, modelo equivalente a la "lengua" en la terminología de Saussure. Este modelo lógico será la matriz que contenga las combinaciones posibles (e imposibles) entre los indexemas; y servirá para poner en relación la articulación existente en el plano de la expresión del discurso index, con las articulaciones existentes en el plano de los valores. La función lingüística de este modo lógico se resuelve en una función ideológica: dotar de un significado establecido "a priori" a los datos del acontecer.

### 3) *TECNICA DE PRUEBA DE LA TEORIA*

De los métodos adoptados deriva una particular técnica de investigación que a ellos se adecúa, de la misma forma que la teoría de partida determinó una metodología específica.

La técnica de análisis debe recorrer los siguientes pasos:

1.º Necesitamos disponer de un corpus de material empírico, procedente de los relatos de los propios media, que sea suficiente para generalizar el resultado de nuestras conclusiones. En términos técnicos, hay que elegir una *muestra* de la programación de los media que se desea estudiar. La selección del tamaño muestral medido en tiempo o espacio de difusión, es un cálculo preciso que se

<sup>13</sup> Unidades que desde ahora denominamos indexemas, y en el caso de la televisión, televisemas, siguiendo el profesor Molés.

hace en función de los niveles de representatividad (generalización) y de confianza que se precisa; y en razón de la comprensión del estudio.<sup>14</sup>

2.º Se necesita identificar cuál es el término mínimo que el mediador usa como indexemas. Este trabajo constituye seguramente la parte más importante del análisis. Una elección equivocada lleva la investigación por caminos sin salida. En esta ocasión no hay espacio suficiente para mostrar cómo se opera en la búsqueda de los indexemas y cuál resulta ser la unidad mínima con la que el mediador construye sus discursos. El lector interesado puede consultar otros trabajos en los que desarrolló con detalle este tema.<sup>15</sup>

3.º Es necesario verificar cuál es el repertorio de indexemas que son suficientes para que el mediador elabore todos sus discursos. El análisis consiste en reducir a una misma unidad aquellos elementos que cumplen la misma función, y mantener la distinción entre los elementos que tienen en el discurso una función diferenciadora del sentido. En términos más concretos, los indexemas que soportan los mismos atributos significativos, se consideran homólogos, o en tanto que cuando la aparición de un indexema en lugar de otro cambie el significado del relato<sup>16</sup>, se consideran indexemas diferentes.

4.º Hay que determinar qué indexemas pueden ir con otros, y cuáles no pueden aparecer juntos; si se quiere, cuáles son las leyes que rigen la construcción del discurso index, leyes equivalentes a las que existen para combinar las palabras del lenguaje natural en frases.

5.º Las leyes que rigen la combinación de los indexemas, tienen que ser sistematizadas en un modelo general que permita prever la correspondencia existente entre los contenidos del discurso y su expresión. Ese modelo general no es otra cosa que el propio *código lógico* que subyace en el uso que el mediador hace del lenguaje "index".

6.º Finalmente, la bondad del código, y su capacidad para dar cuenta del lenguaje mediado de los media index, se prueba invirtiendo el proceso analítico.

<sup>14</sup> Por ejemplo, si se ha de analizar la prensa, la radio, la televisión, cada uno de estos media representa un universo (el universo de todos los periódicos del país, o de todas las emisoras, etc.) respecto al cual debe calcularse su muestra correspondiente. Si se desea que los resultados sean representativos de la audiencia diferencial, la muestra debe tomar en cuenta las proporciones horarias de escucha, etc. Todas estas cuestiones referidas al análisis de universos y muestras forman parte de la estadística aplicada y están perfectamente analizadas en los textos especializados.

<sup>15</sup> Cf. "Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización." M. Martín Serrano, REOP., N.º 37, Julio-Septiembre, 1974.

<sup>16</sup> El significado del relato se establece en función de los usos del mismo, y éstos en función de las designaciones (referentes).

Si cabe generar a partir del código los discursos concretos que se utilizaron como muestra del estudio, queda demostrado que el código ha sido identificado.

Cada una de estas tareas han sido aplicadas en la práctica al análisis de los contenidos de la televisión, investigación presentada en la Universidad de Strasbourg por el autor como tesis de Doctorado de Estado. (Cf. M. Martín Serrano, "L'ordre du monde à travers la TV." Presses Universitaires, Lille, 1975).

## PROTOCOLO PARA EL ANALISIS DE LA MEDIACION

	Marco teórico		Mediaciones:	Marco metodológico	
	Contradicción existente entre las posibilidades tecnológicas del medium, y los fines que persigue el mediador:		(Formas de manejar las contradicciones por el mediador)		
	Capacidad Tecnológica de los media index:	Fines institucionales del mediador en la sociedad monopolista:	Mediaciones para ajustar el uso del medium a los fines del mediador:	Demostración de que existe una mediación que supedita el medium al mediador:	Método de análisis de la mediación.
Contradicción a nivel de los códigos del discurso:	Sustitución códigos abstractos (particulares) por otros icónicos (generales).	Sumisión cultura a códigos particulares para mantener la división social.	Traducción de los lenguajes generales a un lenguaje particular; en concreto, el lenguaje abstracto de la cultura pre-icónica.	Tiene que aparecer la doble articulación en el discurso index.	Identificación de un repertorio de indexemas (o televisemas) con los que se construyen los discursos de los media index. Los indexemas serán los atributos elementales del relato ideológico, y las unidades lógicas elementales.
Contradicción en el tipo de objetivación:	Participación explícita del referente en la objetivación (comunicación referencial).	Control sobre lo que debe ser valorado como objetivo, manteniendo bajo control el referente de la comunicación (comunicación reproductiva).	Sustitución del referente explícito de la comunicación, por el referente implícito (código) como criterio de objetividad.	Tiene que ser posible pasar del código ideológico al código lógico (y viceversa).	Identificación del modelo lógico generador del discurso ideológico

**Técnica que prueba la teoría:**  
Reconstrucción del contenido ideológico del discurso, a partir del modelo lógico.