

estudi específic d'una categoria prou important en el teixit comunicatiu de Catalunya.

J.M. Figueres

Frank Böckelmann, *Formación y funciones de la opinión pública*. Gustavo Gili (ed.), Barcelona 1983.

Las investigaciones sobre el impacto de los medios de comunicación, sujetas en su mayoría al viejo esquema del estímulo/respuesta, parecen haber invertido aquella teoría inicial de la aguja hipodérmica. Algunos investigadores consideran ya que los medios de comunicación de masas tienen a corto plazo muy poca influencia directa sobre el lector, oyente o espectador, y que en realidad los cambios de actitud o de opinión vienen dados por las relaciones interpersonales.

Esta situación ha permitido que se pueda plantear la necesidad de un análisis de los medios de comunicación en su contexto social, es decir, de cara a una mayor comprensión de la comunicación social, en lugar de la investigación como un medio de conocimiento de las formas de persuasión.

En *Formación y funciones sociales de la opinión pública* (1975), Frank Böckelmann se plantea un marco diferente para abordar el estudio de los medios de comunicación de masas: la comunicación de masas como una forma especial de comunicación social en el período del capitalismo tardío y la incapacidad de los análisis del impacto para comprender la verdadera importancia de esta comunicación. Resulta una obra

y un punto de vista muy interesante por cuanto intenta subvertir el marco general de discusión sobre la comunicación de masas y las propuestas de democratización que tienden a considerar emisor y público como dos elementos separados en el proceso comunicativo social.

La comunicación de masas ha ampliado notablemente la opinión pública política, pero, a la vez, la opinión pública —en el sentido burgués del término— y la comunicación interpersonal —lo privado— tienden a desaparecer presionados por este espacio público. Incluso las funciones de la familia tradicional como centro de producción y agente de socialización tienden a desvanecerse a consecuencia de esta dilatación del espacio público. La progresiva complejidad social hace que los intereses y necesidades particulares no puedan ser resueltos más que a través de las instituciones sociales, es decir, de una forma social. Ahora el espacio público no puede permitir la creación de una opinión política generalizada, pues la presión de las clases asalariadas por participar en la vida política necesita de nuevos mecanismos estabilizadores del sistema social. Mecanismos que sigan manteniendo el predominio de unas clases sobre otras: se trata, tal como plantea Böckelmann, de organizar el «cómo» hablamos y «de qué» hablamos.

La producción de sentido ya no puede realizarse exclusivamente a través de nuestras vivencias inmediatas y concretas; nuestra percepción del mundo ha variado con los medios de comunicación y tendemos a formas vivenciales más abstractas. El autor elabora un nuevo marco teórico para el estudio de la comunicación de masas derivado de la teoría de los sistemas de Niklas Luhman y define la producción de sentido

como la actualización de una determinada posibilidad entre todas las opciones posibles que ofrece un sistema, bien sea social, bien psicológico. Vivimos «simultáneamente» en diferentes sistemas sociales que implican distintos límites de sentido y que, por tanto, plantean distintos tipos de comunicación. La comunicación de masas no es ajena a este problema, pues se plantea la necesidad de garantizar estructuras de sentido intersubjetivas.

La función principal de la comunicación de masas consiste en seleccionar e institucionalizar temas para someter a la discusión pública, pero no en crear «opinión pública», es decir, en crear opiniones. La capacidad de selección para un individuo queda así reducida a los temas que la comunicación de masas ha institucionalizado, que ha considerado importantes. Podría, entonces, redefinirse la opinión pública como el espacio mediatizador, conciliador de los intereses de los distintos grupos sociales, y su importancia vendría dada por su capacidad o no de producir temas de discusión capaces de «crear estructuras y absorber inseguridad», según palabras de Luhman.

Por este motivo la comunicación de masas tiene unos criterios selectivos de temas: 1) la referencia a lo privado desde el punto de vista de lo familiar; 2) los síntomas del éxito personal como unidades cuantificables; 3) la novedad en tanto que mecanismo que envejece los temas por el tiempo y no por el cambio del contexto social; 4) el ejercicio del poder como desarrollo del poder estatal, que a su vez representa a la sociedad; 5) distinción entre normalidad y anormalidad; 6) la violencia como producto de nuestra civilización; 7) la competición en tanto que rivalidad de personas y de posición social; 8) la asociación de enriquecimiento perso-

nal y propiedad; 9) la crisis desde el punto de vista de su superación posible y de la «estabilidad del sistema»; 10) lo extraordinario en tanto que recurso para afianzar lo propio. En realidad la misión más importante que cumplirían estos temas sería la de desechar otros temas que podrían permitir la participación activa de los ciudadanos en la vida pública: los temas sobre la vida cotidiana y reflexión sobre la vida política desde el punto de vista de las necesidades de los ciudadanos y de los cuales el mismo autor hace una extensa enumeración.

A partir de este análisis de la comunicación de masas, Böckelmann reconsidera las bases sobre las que se han venido realizando los estudios del impacto. Se han planteado desde su comienzo como la posibilidad de revelar los mecanismos que producen un cambio de opiniones o de actitudes entre el público. Es un planteamiento que tiene su base en el esquema estímulo/respuesta y en la concepción de la comunicación como un acto de transmisión de un sujeto a otro. En otras palabras, la teoría de la selección y el reforzamiento (ley de la exposición selectiva) de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet), la teoría de la disonancia cognitiva de Festinger, la teoría de los «mediating factors» de Klapper, o las investigaciones sobre la retórica de Hovland, intentan transferir el significado y la estructura de sentido propias de la opinión pública burguesa, sin tener en cuenta que la comunicación de masas en la actualidad está inserta en un contexto social distinto.

Las investigaciones sobre el impacto de los medios de comunicación a largo plazo (cambio de mentalidades) y el análisis de contenido: la teoría del transaccionismo de Bauer, o la teoría de Noelle-Neuman sobre la primacía de los medios en el proceso de formación

de opinión a largo plazo, tampoco pueden romper el esquema estímulo/respuesta.

Las limitaciones de este enfoque radican en que no puede percibir la importancia fundamental de la comunicación de masas: es un «sistema reflexivo», organiza la «comunicación en calidad de comunicación», entra en contacto con otros sistemas sociales. Se trata, pues, de estudiar la comunicación de masas como un tipo de comunicación social, como una forma comunicativa que permite la relación entre todos los sectores de la sociedad; se trata de analizar cómo debe producirse el cambio de estructuras en la comunicación de masas para que pueda responder a las necesidades sociales que ahora se plantean.

¿Cuál es el cambio de estructuras? La comunicación de masas ha homogeneizado la cultura y las clases sociales ya no se diferencian por sus distintas visiones del mundo y de la realidad. El único medio que existe para mantener el *status quo* es la «segregación estricta entre las clases», a consecuencia de la cual se produce un «estancamiento comunicativo» dentro de una nueva estructura social: la del ocio.

Los intentos democratizadores que van desde el aumento de la gama de informaciones y opiniones, la congestión de los medios o la participación del público, así como la tendencia a exigir las máximas garantías para asegurar la total libertad del redactor, no hacen más que revelar el desajuste entre la función pública que cumple la comunicación de masas y el hecho de que permanezca todavía en poder de empresas privadas.

Existen ya algunas medidas y propuestas que tienden a disminuir estas contradicciones: a) transparencia del proceso de producción; b) transparen-

cia de la situación financiera; c) control y prohibición de monopolios; d) limitación de los derechos de los propietarios ante los redactores; e) transformación de empresas en instituciones de derecho público; f) derecho de acceso a los medios para todos los ciudadanos. Pero estas medidas o propuestas también forman parte del contexto general de discusión sobre los medios que parte del esquema emisor → receptor. Se trata de romper con este esquema que contextualiza la discusión sobre la comunicación de masas y que la considera como un medio de influencia. Hay que sustituir este tipo de nociones por el nuevo concepto de «modo comunicativo». Este punto de vista permitirá la participación de grupos sociales sin ser tratados como público. Los medios de comunicación pasarán a ser medios para que grupos y personas puedan comunicarse entre sí. Las nuevas tecnologías: el cable y el satélite de difusión directa, aumentarán considerablemente las capacidades técnicas para permitir toda forma de comunicación. La comunicación de masas, hasta ahora vertical, podrá desarrollarse horizontalmente.

M.^a D. Montero

Patrice Pavis, *Diccionario del teatro. Dramaturgia, estética, semiología*. Paidós Comunicación, Barcelona 1984.

Només en acostar-se a aquest text hom veu que es tracta d'un projecte prou ambiciós. L'autor ha volgut deixar ben clar aquest tret del seu treball, des del mateix subtítol fins a la considerable llargada del volum, així com a la bibliografia abundosa i completa. Ens