

A 25 AÑOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS DE MAURO WOLF

Eva María Suárez Tello¹

Resumen

El documento que aquí se presenta tiene el objetivo de contribuir a las revisiones del pasado-presente de los Estudios de la Comunicación, mediante un análisis de la publicación “La Investigación de la Comunicación de Masas”, de Mauro Wolf a propósito de los 25 años de su aparición pública. Se sintetizan sus principales aportaciones al campo académico y científico de la comunicación, al mismo tiempo que se revalora su vigencia actual. Asimismo, se hace un esfuerzo de actualización de los principales conceptos que el autor desarrolla para ubicar la obra en el momento actual.

Palabras clave

Investigación de la Comunicación, Mauro Wolf, Agenda Setting, Teoría de la Comunicación.

Abstract

The aim of this paper is to review the past and present day state of Communication Studies based upon the work "The Research of Mass Communication" by Mauro Wolf, remembering 25 years since its publication. This paper attempts to summarize its main contributions to scholarly and scientific communication while at the same time reevaluating its contemporary relevance reviewing the concepts of agenda setting and framing.

Keywords

Communication Research, Mauro Wolf, Agenda Setting, Communication Theory.

Mauro Wolf fue uno de los más importantes teóricos de la comunicación hasta su muerte en 1996. Fue profesor de la Universidad de Bolonia y entre sus estudios científicos de la comunicación destacan *Sociologías de la vida cotidiana* (1982), *Los efectos sociales de los media* (1992) y *La investigación de la comunicación de masas* (1985), además de un gran número de conferencias, artículos y colaboraciones académicas.

Con motivo de los 25 años de la publicación de *La investigación de la comunicación de masas*, se ofrece en esta colaboración una revisión del texto para rescatar sus principales aportaciones al campo académico y científico de la comunicación, al mismo tiempo que revaloriza su vigencia actual.

El libro está dividido en dos apartados. En el primero, “Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media” Wolf presenta los principales postulados y paradigmas teóricos de la comunicación, abarcando desde las primeras hipótesis que dieron fundamento a la disciplina, como la aguja hipodérmica, pasando por las corrientes funcionalistas, los estudios culturales y la teoría crítica. En la segunda parte, esboza lo que en ese momento eran las “Nuevas tendencias de la investigación: medios de comunicación de la realidad”, donde desarrolla los planteamientos de los estudios de los efectos a largo plazo y parte de la sociología de los emisores desde el *newsmaking*.

Siguiendo la lógica del autor, se presenta aquí un cuadro que sintetiza las propuestas teóricas que presenta en el primer apartado. Si bien, el autor aclara que este no es un orden cronológico sucesivo, sí toma en cuenta tres categorías básicas que aquí se retoman para ordenar el trabajo: el contexto social histórico, el tipo de teoría social y el modelo de proceso comunicativo que fundamenta cada teoría.

TEORÍA	CONTEXTO SOCIAL	TIPO DE TEORÍA SOCIAL	MODELO DE PROCESO COMUNICATIVO
Hipodérmica Bullet Theory 1930	Difusión a gran escala de las comunicaciones de masas como una novedad. Conexión	¿Qué efecto producen los media en una sociedad de masas? Teoría de la	Teoría de la acción. Psicología conductista Estímulo-Respuesta ¿Quién, dice qué, a

	con las experiencias totalitarias.	propaganda. Sociedad de masas.	través de qué canal, a quién, con qué efecto? (Lasswell)
Empírico Experimentales 1940	Segunda guerra mundial. Importancia de la efectividad de los mensajes. Auge de la psicología experimental	Estudio de los efectos a partir de la persuasión. Estudio de las audiencias. Aplicado a las campañas (políticas y publicitarias)	Proceso comunicativo reducido a estímulo-respuesta. Exposición, Percepción y Memorización selectiva
Investigación empírica sobre el terreno o de los efectos limitados	Auge de los estudios experimentales. Se plantea cómo influir en el electorado. Comunicaciones de masas.	Influencia de las relaciones comunitarias. Proceso de formación de las actitudes políticas. Mediación social del consumo. Influencia social	Análisis de contenido. Estudios de opinión pública. Líderes de opinión
Estructural Funcionalista	Los medios de comunicación como parte de la vida cotidiana de las sociedades. Conflicto y crisis social	Funciones de las comunicaciones de masa sobre la sociedad. La sociedad como un sistema complejo	Inventario de funciones de Wright. Disfunción narcotizante. Usos y gratificaciones
Crítica	Pertenece a los estudios de la Escuela de Frankfurt. Sociedad Industrial capitalista. Transformación social generada por las innovaciones tecnológicas.	Contraparte de la teoría administrativa. Reorganización racional de la sociedad entendida como un todo. Valoración crítica de la elaboración científica	La estandarización y organización impuestas por el mercado de masas. Industrias culturales que manipulan al individuo. Los medios como mecanismos de dominación. Los efectos a largo plazo de los media.
Culturológica	Surgimiento del “nuevo asalariado” con poder adquisitivo y de consumo. Industrialización Estratificación social	Cultura de masas. Relación entre consumidor y objeto de consumo. Sociología de la cultura contemporánea	Producción de masas: Estandarización. Sistema de producción cultural y necesidades culturales de los

			consumidores
Cultural Studies	Inserta en el Center of Contemporary Cultural Studies.	Relación de los media con las estructuras sociales. Dialéctica entre sistema cultural, conflicto y control social.	Factores estructurales y culturales que orientan el comportamiento del público
Teorías Comunicativas	Crisis de los estudios mediológicos. Polémica entre sociología y semiótica. Multiplicidad de saberes y competencias.	Integración del estudio comunicativo de los medios al marco sociológico. Sociología de los media. Semiótica de la cultura	Investigación de los medios orientada hacia la teoría social. Interacción comunicativa. Teoría matemática de la comunicación. Análisis de Contenido. Modelo semiótico informacional. Modelo semiótico textual

Fuente: Elaboración propia

Propuesta central del libro.

Wolf propone el abordaje del fenómeno comunicativo desde la óptica macrosocial como único mecanismo para “captar el significado de la comunicación de masas” centrándose en las relaciones, conexiones y mediaciones entre las líneas de análisis tanto sociológico, como comunicativo. “No se trata de invertir la relación entre tendencia sociológica y tendencia comunicativa en la actual investigación mediológica, sino de hallar y profundizar las integraciones, las referencias y las asimilaciones entre las dos perspectivas”.

En el segundo y tercer apartados, Wolf trata de ilustrar los temas y los objetos de investigación que tratan de superar estas perspectivas hasta ese momento. Específicamente, en el segundo capítulo presenta una síntesis de los principales momentos y evoluciones teóricas en los estudios sobre las comunicaciones de masas, centrándose en la cuestión de los efectos de los media y de cómo éstos construyen la imagen de la realidad social.

Los efectos a largo plazo son los que mayor relevancia revisten en el estudio de Wolf, en tanto que tienden a influir la forma en la que el destinatario organiza su imagen de la realidad social. Este efecto necesariamente es cognoscitivo, por lo que la sociología del conocimiento se convierte en una de las temáticas guía de los estudios de la comunicación. En este sentido aborda la teoría de los efectos limitados y las características de acumulación, consonancia y omnipresencia. Sin embargo, la perspectiva que más desarrolla por ser en ese momento una de las teorías de más actualidad es la hipótesis de la *agenda-setting* que plantea básicamente que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media. Discute en torno a la comprobación como tal de los posibles efectos de la agenda-setting como efectos cognoscitivos o como reafirmación de predisposiciones, así como a su falta de evidencia empírica hasta ese momento para considerarla una teoría del todo desarrollada.

Hacia el tercer capítulo aborda el tema del *newsmaking* desde la perspectiva de la sociología de los emisores y los procesos de producción en las comunicaciones de masas. Toma como punto de partida el estudio de los *gatekeepers*, desarrollado hacia la segunda mitad de la década de 1940, entendido como los “seleccionadores” o filtros de la información noticiosa transmitida a través de los medios de comunicación revisando también los estudios sobre la distorsión involuntaria de la información. Igual que en su exposición en torno a la agenda-setting, plantea las dificultades metodológicas de los estudios del newsmaking centrándose sobre todo en la descripción de las limitaciones que reviste el uso de la técnica que los soporta, la observación participante. El acceso al campo, el tiempo de estancia y la subjetividad son para Wolf los principales problemas de estos estudios. Destaca los factores de noticiabilidad periodística en torno a los valores noticia y los criterios de selección periodística. Describe los criterios relativos al producto, al medio, al público y a la competencia, los cuales determinan finalmente las rutinas productivas de recogida, selección y edición de la información.

Finalmente, Wolf concluye que “el ámbito de los estudios sobre los mass media se está reconstituyendo bajo el impulso de una perspectiva sociológica que plantea como cuestión central las relaciones entre estructura social, sistemas de poder y modelos de valor”.

El camino de la obra.

Hacia fines de 1960 e inicios de 1970 puede distinguirse una clara influencia de los estudios semióticos en la investigación de los medios de comunicación de masas. Esto predispone gran parte de la investigación mediológica de los años posteriores como en el caso de Mauro Wolf, quien entre la sociología, la filosofía y la teoría de la comunicación, se centra en la elaboración, producción y recepción de los mensajes de los medios tratando de reconstruir sus características.

Mientras en *La investigación de la Comunicación de Masas*, Wolf evalúa el panorama teórico general en el ámbito de los estudios sobre los media, en *Los efectos sociales de los media* desarrolla el análisis del tema específico de los efectos y las influencias, centrándose en el poder real de la televisión para modelar en el público la percepción de la realidad social.

Actualmente, los estudios contemporáneos de la comunicación se están orientando cada vez más hacia los efectos macrosociales que ya delineaba Wolf en tanto parten de que los medios producen modelos simbólicos que crean el entramado cultural de la sociedad. Sin embargo, se han abierto también nuevos estudios desde perspectivas que superan el concepto de «efecto» tal como se ha entendido durante mucho tiempo orientándose hacia la evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación y las transformaciones cognitivas que traerán consigo en los receptores de las nuevas sociedades de la información. Las tendencias actuales más visibles giran en torno a la internacionalización del mercado de medios, la integración de diferentes tecnologías de comunicación en la dinámica productiva de los medios y el aumento vertiginoso de la oferta de programas y de canales de difusión, lo que a la vez conlleva a la lucha por el rating.

Asimismo, en la actualidad se estudia la cobertura global del sistema centrándose en áreas temáticas, rechazando la idea de individualidad anterior; no se basan en entrevistas ni encuestas con el público, sino en estudios complejos de metodologías integradas; además no basta con observar los cambios de actitud, sino que es necesario reconstruir el proceso con el que se ha llegado a la influencia.

Las aportaciones actuales.

En 2006 el padre fundador de la propuesta de la agenda setting, Maxwell McCombs, publicó su libro “*Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*”, en el que resume el pasado, el presente y el futuro de esta teoría. Partiendo del artículo que publicara en 1972 junto con Donald Shaw “The Public Opinion Quarterly”, narra cronológicamente la evolución y diversificación experimentada por este eje transversal del estudio de la opinión pública contemporánea. El objetivo central de la obra es presentar una imagen integrada de la teoría, para la que el propio autor reconoce que la capacidad de fijar la agenda no es propiedad exclusiva de los medios de comunicación, sino que convive con otros agentes en el proceso de formación de la opinión pública, aunque destaca el significativo papel que tienen los periodistas sobre la imagen del mundo que construyen sus audiencias. Su valor principal reside en la capacidad de síntesis de casi cuarenta años de esfuerzo colectivo para captar las dimensiones empíricas de los efectos de los medios de comunicación.

Teresa Sádaba publica en 2006 “*Framing: una teoría para los medios de comunicación*”, en el que ofrece una visión retrospectiva sobre los orígenes, las potencialidades y los límites de la teoría del encuadre (Framing Theory), aproximación que ha experimentado un notable auge en la investigación sobre el contenido y los efectos de los medios de comunicación durante las últimas dos décadas. La autora lleva a cabo una aproximación teórica al concepto de *framing*, tomando como punto de partida los presupuestos de la sociología interpretativa, con el progresivo acercamiento de esta escuela hacia el análisis de la producción periodística. Va desde el interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago hasta la sociofenomenología y la etnometodología.

Aunados a los esfuerzos de sistematización teórica, encontramos estudios aislados en cuanto a investigación empírica de la agenda, como es el caso del artículo publicado por José Antonio Meyer Rodríguez, “Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho”, en el que analiza uno de los escándalos más importantes de los últimos años en México, en el cual la agenda pública se orientó hacia la discusión de una presunta violación de los derechos humanos de la

periodista Lydia Cacho por el Gobierno del Estado de Puebla para favorecer a un empresario señalado como protector de una red internacional de pornografía infantil. El estudio se fundamenta en la teoría del establecimiento de agendas (agenda setting) y otras relacionadas, las cuales brindan las metodologías necesarias para comprender la construcción e incidencia de temas de interés en la opinión pública y sus implicaciones en la cultura política ciudadana.

Finalmente, en un reciente estudio publicado por Dino Vilegas (2009) titulado “¿Se está gestando una nueva teoría estratégica desde Iberoamérica? Revisión y comparación del campo Anglosajón e Iberoamericano” el autor plantea la cuestión en torno a si estamos ante una teoría iberoamericana de la comunicación y si esta es diferente de lo que se está estudiando en el campo anglosajón. Para responder a esta interrogante, se revisaron 20 de las principales revistas académicas del mundo sajón y luego se compararon sus temáticas con los actuales estudios iberoamericanos. Así, destacan tres líneas de trabajo: Relevancia y función de la comunicación, Relaciones interpersonales (micronivel) y discurso, narrativa y las ciencias del lenguaje.

Conclusiones.

La actual dispersión del campo disciplinario de la comunicación, nos lleva a revalorar la importancia del trabajo de Mauro Wolf destacando sobre todo la capacidad analítica y de síntesis que pone de manifiesto en “*La investigación de la Comunicación de Masas*”. Pero sobre todo, cabe destacar que el libro sigue siendo una referencia fundamental para los estudios teóricos de la comunicación en el ámbito universitario. Si bien constituye una revisión rápida de la construcción de la disciplina, no ha sido reemplazado como referente académico de los más importantes desarrollos teóricos de la comunicación.

Ante las nuevas realidades y los desarrollos actuales de las teorías cognitivas que se presentan, resultaría de fundamental importancia una actualización de texto con miras a incluir las perspectivas y enfoques teóricos desarrollados durante los últimos veinticinco

años para incorporar estas nuevas formas de pensamiento y de uso de medios de cara a la sociedad de la información en la que hoy estamos inmersos.

Fuentes de Información.

McCOMBS, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento.* Barcelona: Paidós Comunicación.

Meyer, José Antonio. (2009) *Establecimiento de agendas en medios de comunicación: Repercusiones del escándalo mediático Marín-Nacif-Cacho.* En Revista Latina de Comunicación Social. N° 64.

Pinuel, José Luis; Lozano, Carlos. (2006) *Ensayo general sobre la comunicación.* Barcelona: Paidós.

Sádaba, Teresa. (2006). *Framing: una teoría para los medios de comunicación* Pamplona: Ulzama.

Villegas, Dino. (2009). *¿Se está gestando una nueva teoría estratégica desde Iberoamérica? Revisión y comparación del campo Anglosajón e Iberoamericano.* En Revista Zer Vol. 14-Num. 27 pp. 225-249

Wolf Mauro (1982) *Sociologías de la vida cotidiana.* Ed. Cátedra.

Wolf, Mauro. (1984) *Géneros y Televisión.* En Revista Anilisi. Núm. 9, p.p. 189-198

Wolf, Mauro. (1988) *Desarrollos Teóricos en la Communication Research.* En Revista Diálogos de la Comunicación. Felafacs. N° 20

Wolf, Mauro. (1985) *La investigación de la comunicación de masas.* Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1992) *Los efectos sociales de los media.* Barcelona: Paidós.

Wolf, Mauro (1997). *Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación.* En Revista Zer N° 3.

¹ Licenciatura en Comunicación por la Universidad Iberoamericana Puebla, México. Maestría en Ciencias Políticas por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Realizó trabajo periodístico para medios locales como “El Financiero Golfo Centro” y “El Universal de Puebla” como reportera. Se ha desarrollado como docente universitaria desde 1999 en universidades como la UIA Puebla, Universidad de las Américas Puebla y actualmente se desempeña como profesora de las Teorías de Comunicación en la Universidad Anáhuac Puebla. E-Mail: evauia@hotmail.com