

El uso de la comunicación social por los españoles

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1982): "El uso de la comunicación social por los españoles". Sinopsis de *El uso de la comunicación social por los españoles*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Recuperado el __ de _____ de 2___, de <http://eprints.ucm.es/13149/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Reading MÉTODOS PARA LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: “Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada”*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Una parte importante de dicha obra está dedicada a producir **TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN**. Las publicaciones referidas a este campo que se han puesto a disposición de los usuarios de E-Prints, están organizadas en dos Reading: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN: LA TEORÍA; y MÉTODOS PARA LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN, que es el que ahora se presenta.

El Reading MÉTODOS PARA LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN incluye:

1. Fundamentos de las metodologías que ha elaborado Manuel Martín Serrano para el estudio de la comunicación

Las primeras publicaciones de Manuel Martín Serrano en revistas científicas son metodológicas. En ellas aparece el procedimiento de producción de conocimiento que caracteriza al autor. Sus propuestas metodológicas tienen un vínculo con la teoría; se desarrollan en técnicas de investigación específicas que se aplican y se ponen a prueba en estudios concretos. Los lectores interesados en la revisión de las metodologías que lleva a cabo el autor disponen en E-Prints de la “Introducción del libro *Métodos actuales de investigación social*” (<http://eprints.ucm.es/13146/>). Una visión más completa está disponible en el Reading LAS TEORÍAS QUE FUNDAMENTAN LAS METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES (véase su contenido en “Publicaciones de Manuel Martín Serrano sobre las metodologías de las ciencias sociales, sus técnicas y aplicaciones disponibles en E-Prints”, <http://eprints.ucm.es/13290/>).

La redacción de la tesis de licenciatura en Filosofía llevó a Manuel Martín Serrano al campo de la verificación del conocimiento. Parte de la constatación de que casi la totalidad de cuanto se tiene por cierto, por real o sucedido, no está basado en las experiencias individuales; ha sido *contado*. La producción social de relatos provee de visiones del mundo sobre lo que hay (o no hay), lo que pasa y no pasa, lo que puede o no puede pasar. Son un inmenso reservorio de los juicios de autoridad, acumulados, permanentemente incrementados y en ocasiones reconstruidos cuando se comunica. Son las creencias que fundamentan ciencia, conciencia y decisiones. Se comprende que el autor encontrase en el estudio de la producción comunicativa un campo muy interesante para desarrollar sus intereses epistemológicos. Así se puede comprobar en “Análisis metódico de la verdad en la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13115/>), un escrito que ha llevado al replanteamiento del concepto de la objetividad que se utiliza en el ámbito de las comunicaciones sociales.

El autor, como metodólogo formado en la deontología y en los procedimientos científicos, ha dedicado algunos escritos a reflexionar sobre la aplicación de esos criterios en la producción comunicativa. Considera que las ciencias y la teoría de la comunicación -como cualesquiera otras- tienen que ser verificables (cf. “La producción verificable de teoría de la comunicación”, <http://eprints.ucm.es/13249/>). Y aplica este criterio en su propia obra. Incluso cree necesario, en la mayor parte de los casos, que la comunicación respete el criterio de transparencia que rige en la creación científica, porque es la principal generadora del público conocimiento y reconocimiento. La verificación se escamotea o falsifica cada vez que el publicista plagia, copia, adoba, intertextualiza la obra ajena (cf. “Sobre la transparencia del método científico”, <http://eprints.ucm.es/13250/>).

2. Las metodologías para el estudio de las comunicaciones en las que participan actores humanos

Manuel Martín Serrano incluye las interacciones comunicativas en las que participan humanos entre las actividades *finalizadas*. Que identifica porque son actuaciones orientadas por designios particulares o colectivos. Para entender los usos que nosotros hacemos de los sistemas comunicativos hay que tomar en cuenta esos designios. Denomina “*métodos praxeológicos*” a aquellos que permiten relacionar el estado y el funcionamiento de los sistemas con las actuaciones que practiquen los Agentes. Todas las metodologías para el estudio de las comunicaciones finalizadas tienen que ser *praxeológicas*. Sobre estos métodos y sus aplicaciones se ha depositado el artículo “Nuevos métodos para las ciencias que operan con sistemas

finalizados por la intervención de los agentes sociales” (<http://eprints.ucm.es/13252/>). Algunas de esas metodologías se inventaron, precisamente, para estudiar la intervención humana en el funcionamiento de los sistemas comunicativos. Por ejemplo, la Teoría Matemática de la Comunicación. El autor examina los métodos praxeológicos disponibles -y los que echaba en falta- en “La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento” (<http://eprints.ucm.es/13238/>).

3. Métodos para estudiar las relaciones entre cambios sociales y transformaciones de los sistemas comunicativos

Manuel Martín Serrano crea metodologías praxeológicas para el estudio de los usos sociales de la comunicación, durante la década de los setenta. Con ellas, se dispone de las herramientas adecuadas para investigar las interdependencias entre cambios de los sistemas sociales y transformaciones de los sistemas comunicativos. Son parte de los trabajos referidos al papel que desempeña la comunicación mediada, en la reproducción y el cambio de las sociedades.

Desde entonces *la producción social de comunicación* es una de sus principales líneas de trabajo, como se refleja en el conocido libro del mismo nombre (*La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza, 1986, 1993, 2004). En E-Prints hay un Reading dedicado a este campo: LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL CAMBIO DEL MUNDO (véase su contenido en “Publicaciones de Manuel Martín Serrano sobre la comunicación disponibles en E-Prints”, <http://eprints.ucm.es/13289/>).

La idea básica es que los usos que las sociedades hacen de los sistemas de comunicación de los que disponen, tienen que ser adecuados para que esa sociedad permanezca; lo cual requiere que la comunicación mediada cumpla funciones informativas, pero además reproductivas y creativas (cf. “Las tres formas de empleo de la comunicación”, <http://eprints.ucm.es/11058/>).

Manuel Martín Serrano muestra que, entre el modo de producir comunicación y las características que tienen las formaciones sociales, inevitablemente se producen desacoplamientos. Para descubrir cuáles son y cómo se afrontan en cada sociedad y cada época, hay que llevar a cabo análisis de sistemas e intersistemas. Se reproduce uno de los modelos sistémicos desarrollados por el autor más utilizados: “Diseños para investigar la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13147/>) y también se incluye una de las implementaciones del modelo: “Un protocolo para llevar a cabo estudios paradigmáticos de la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13248/>). El autor utilizó estas aplicaciones en el estudio comparativo de la comunicación durante la dictadura franquista y la restauración de la monarquía parlamentaria (la investigación de referencia del libro *La producción social de comunicación*). Con posterioridad ha realizado varios estudios más, a medida que iba cambiando la sociedad y transformándose las capacidades comunicativas. Se ha depositado un resumen de “El uso de la comunicación social por los españoles” (texto que corresponde a este depósito). Los lectores pueden tener más información sobre esas investigaciones en [Publicaciones e investigaciones de Manuel Martín Serrano. Selección](#). Otro diseño de análisis intersistemas, muy interesante por su contenido, se documenta en “La estructura que tienen las narraciones de las catástrofes” (<http://eprints.ucm.es/11062/>). Los lectores interesados en los fundamentos teóricos de estas metodologías disponen en E-Prints de “Aplicación de la teoría y el método sistemático en ciencias sociales” (<http://eprints.ucm.es/13150/>), que incluye también la reseña de este artículo escrita por el Prof. Dr. Yves Barel.

En algunas ocasiones los cambios de los sistemas sociales o las transformaciones de los sistemas comunicativos no son compatibles con el orden social establecido. Por ejemplo, la imprenta hizo posible el acceso de los públicos a la información, un uso incompatible con la existencia del Antiguo Régimen estamental. Son las ocasiones en las que la comunicación está implicada en cambios sociohistóricos. En estos casos (y solo en ellos), las metodologías que hay que aplicar son dialécticas. Manuel Martín Serrano las ha introducido en la investigación de la comunicación, con “El modelo dialéctico de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13116/>), depósito que incluye también una reseña de dicho modelo escrita por el Prof. Dr. Santiago Montes. Y ha descrito las características del método y cuándo viene y no viene a cuento aplicarlo, en “Dialéctica, comunicación, mediación” (<http://eprints.ucm.es/13254/>), un texto imprescindible para reconocer los usos *no* científicos de la dialéctica, que han hecho de la comunicación el campo predilecto de los sofistas.

4. Metodologías para estudiar las mediaciones comunicativas

Manuel Martín Serrano señala que, entre los empleos para los que *no* sirven las metodologías dialécticas, está precisamente la mediación de la comunicación. En *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977, 2008), recuerda que toda mediación comunicativa opera, por definición, recurriendo a relatos. Y muestra en dicho libro que ningún relato mediador es dialéctico. Si lo fuese, resultaría indecible (a nivel narrativo) e ininteligible (a nivel cognitivo). La comunicación *media* transformando la contradicción (objetiva) en distinciones (expresivas, narrativas y referenciales). Elimina la contradicción en la descripción del mundo, separando los elementos incompatibles en planos de la realidad diferentes. El autor ya había aclarado que la mediación dialéctica existe: pero es una modalidad de Acción, *no* de Comunicación. En cambio, la mediación dialéctica de la comunicación *no* existe, porque es imposible (cf. la tercera parte de *La mediación social*). El intento de descubrir dialécticas en las funciones mediadoras de la comunicación se basa -explica Manuel Martín Serrano- en la errónea creencia de que las contradicciones sociales se reproducen en las mediaciones comunicativas.

En realidad, hay varias formas de mediación comunicativa. Se distinguen por la clase de relaciones que establecen entre los elementos a los que se refieren. Según el caso, operan con asociaciones, articulaciones, jerarquizaciones, correspondencias (nunca con oposiciones dialécticas). El autor identificó el repertorio de modelos mediadores de la comunicación y describió sus estructuras narrativas en *La mediación social*. En los capítulos del libro dedicados a explicar la composición de esos modelos, se tiene la información que se necesitaba para investigar las formas de mediación que se utilizan en la producción comunicativa, según los diversos medios (icónicos, abstractos), los diferentes temas de referencia y los usos de la comunicación. Para averiguar cómo se construyen esas visiones mediadas del mundo, Manuel Martín Serrano introduce el siguiente axioma: “*toda restricción ideológica puede expresarse mediante una restricción de la lógica*” (cf. “Los modelos de la mediación se identifican mediante su puesta a prueba con modelos lógicos”, <http://eprints.ucm.es/13129/>). Consecuente con esta observación, diseña las metodologías lógicas con las que ha transformado los análisis de los relatos.

La investigación paradigmática en la que el autor probó y presentó por primera vez las metodologías lógicas de análisis de la mediación se refiere a las visiones del mundo que existen en los relatos televisivos. Fue su tesis de Doctorado de Estado. Aquí se reproduce “La estructura de la narración icónica en la televisión. Disertación magistral de Doctorado de Estado en Ciencias y Letras” (<http://eprints.ucm.es/11056/>), seguramente la descripción más completa del uso que cabe hacer de estas metodologías. Este depósito incluye también el estudio que ha hecho el Prof. Dr. Rafael Serrano de esta obra. El texto original en francés también está disponible: “La structure du discours iconique a la télévision” (<http://eprints.ucm.es/11055/>). Numerosos investigadores de varios países han utilizado estos métodos en el estudio de todos los medios de comunicación de masas. Y se utilizan actualmente para el análisis de la producción comunicativa en internet. Estas mismas metodologías también se pueden utilizar en otros campos. Como muestra de aplicaciones lingüísticas, se ha depositado el artículo “Un método lógico para analizar los significados. Aplicación al estudio del lenguaje de la TV” (<http://eprints.ucm.es/13256/>). Y para disponer de una visión de conjunto, se ha reproducido la publicación en la que Manuel Martín Serrano sistematiza estas metodologías y ofrece las técnicas para su aplicación: “Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización” (<http://eprints.ucm.es/13257/>).

5. Métodos fenomenológicos para comprender el significado de los datos

El autor recurre con frecuencia a la fenomenología, para mostrar el significado esencial que tienen los datos observables. En esta ocasión se han seleccionado dos estudios, que muestran cómo son los procedimientos fenomenológicos de análisis y los resultados que se consiguen: “Aplicación del método fenomenológico al análisis de la televisión” (<http://eprints.ucm.es/11060/>) y “La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/11061/>). Con ellos se cierra esta selección de aportaciones metodológicas de Manuel Martín Serrano para el estudio de la comunicación.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- "Mediación" (<http://eprints.ucm.es/10657/>)
- "Mediar es operar con la acción que transforma, la información que conforma, y la organización social que vincula, para introducir un designio" (<http://eprints.ucm.es/11051/>)
- "Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido" (<http://eprints.ucm.es/11067/>)
- "Perspectivas que ofrecen los nuevos modelos de investigación para las ciencias sociales" (<http://eprints.ucm.es/13185/>)

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano, así como los análisis que les acompañan, se basa principalmente en los estudios realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. También se han localizado y utilizado numerosas reseñas que están publicadas en otras revistas científicas. El investigador Daniel Franco Romo ha planificado y supervisado la ejecución de todo el proyecto.

El uso de la comunicación social por los españoles

Manuel MARTIN SERRANO

Este libro incluye dos estudios: el uso que los españoles hacen de los MCM y el uso que hacen de los contenidos que programan los medios. El trabajo es fiel a la distinción entre la influencia del médium y del mediador que el autor desarrolla en el artículo “La influencia de la televisión...” Los datos proceden de una encuesta aplicada a 2.000 españoles, representativa de la población con quince o más años, a nivel nacional. Aportó en su día, cuando España reiniciaba su andadura democrática después de una larga dictadura, el conocimiento más fiable y profundo sobre la participación de los medios masivos en la modernización del país. El autor siempre ha estado interesado en investigar cambios, y no solo imágenes fijas, y en éste tema volvió a reduplicar la misma investigación con la misma metodología en varias ocasiones. Los principales hitos son cuando las televisiones privadas introducen otra oferta comunicativa mucho más comercializada; cuando los aparatos de video y los videojuegos compiten con las cadenas televisivas; y en los inicios de la comunicación digital. (Cf. en la bibliografía del autor: <http://www.mhe.es/martinserrano1>).

El uso de la comunicación social por los españoles es por tanto el fundamento y la primera atapa de una investigación diacrónica. La validez que tiene como referencia comparativa de los cambios sociocomunicativos que han acontecido durante un cuarto de siglo, deriva del diseño: se diferencia claramente de los estudios de audiencia, porque aquí se considera que el uso de los MCM es una práctica complementaria o alternativa con otras prácticas no comunicativas (el deporte, las tareas culturales, la relación con amigos o familiares, el trabajo, el estudio, etc.). Por lo tanto, al mismo tiempo que se controla la exposición a los medios, se lleva a cabo el control de las restantes actividades individuales, familiares y sociales. La explotación de los datos utiliza los programas estadísticos que son habituales, en la investigación de medios, pero se distingue porque con la información se realiza además un análisis discriminante, utilizando los modelos desarrollados por el propio autor en “Nuevos métodos...”).

El estudio del uso de los medios de masas incluye la TV, la radio, la prensa diaria y deportiva y las revistas; en aplicaciones posteriores incorpora el uso que se hace de videocasetas, videojuegos, teléfonos móviles y computadoras. Como es sabido, en las sociedades llamadas “de masas” la mayor parte de la población dedicaba una fracción importante y creciente de su vida cotidiana a proveerse de la información y la distracción que les ofrecen tales medios masivos. En España a comienzos de los 80, esta pauta de uso del tiempo era relativamente reciente. El libro hace un seguimiento de este cambio existencial y demuestra que la enajenación de las audiencias es la consecuencia y no la causa de esa creciente exposición a los MCM. El tiempo que se destina por la población española a los medios de masas, se corresponde esencialmente con el valor social que tiene esa inmersión en el mundo audiovisual. En la programación de los medios masivos se encontraban explicaciones y propuestas para responder a las nuevas necesidades que se les planteaban a los miembros de una sociedad que transitó en dos décadas, de una economía agraria a otra posindustrial. La *audiencia masiva* aparece como un comportamiento racional, en donde el individuo ya no puede manejar su entorno ni participar en la vida social recurriendo exclusiva o preferentemente a las comunicaciones interpersonales. En la forma de vida de la sociedad española de la década de los setenta, cabe considerar el televisor y el aparato de radio como bienes de equipo, no discrecionales, imprescindibles para participar en la vida social. La novedad radica desde entonces y hasta ahora, en que la comunicación de masas sitúa los datos de referencia que ofrece en espacios,

tiempos, colectividades, más universales, pero también mucho más ajenos que los que suele ofrecer la comunicación directa. La comunicación masiva, al tiempo, satisface necesidades de integración y venera rotura de identidades. Los efectos de esta contradicción siguen vigentes.

El tiempo de audiencia y lectura en España era y sigue siendo inferior a la de otros países de Europa; pero adquiere una relevancia social mayor porque no es una actividad complementaria o alternativa con otras que contribuyan al ocio y desarrollen la cultura. Carencias culturales y de infraestructuras tienen como consecuencia que para una gran parte de la población, la comunicación de masas venga siendo la única actividad cotidiana a la que cabe asignar una función de entretenimiento y de puesta al día. Concretamente desde comienzos de los años setenta y hasta hace un lustro la mayoría de la población, incluyendo adolescentes y jóvenes, concedía a la televisión la mayor parte de su tiempo comunicativo. Desde los últimos años del franquismo estaba aumentando la población lectora de medios impresos; y sin embargo, lejos de suponer una reducción del tiempo de audiencia dedicado a la TV y la Radio, los amplía. El interés hacia estos últimos medios en una época de semicensura política, denotaría que los medios audiovisuales evaluaban las necesidades informativas de aquel tiempo por debajo del umbral mínimo necesario. Restablecida la democracia se ralentiza y en ocasiones se detiene el crecimiento de la lectura de prensa y revistas. Para explicar este fenómeno, el autor propone la hipótesis de que cuando los medios de comunicación más fácilmente disponibles -Televisión, Radio- han provisto de la cantidad y diversidad de productos que satisfacen las demandas mínimas del usuario, éste carece de una motivación apremiante para ampliar su consumo informativo recurriendo a medios de mayor “precio” subjetivo y objetivo, como la prensa y las revistas, buscan otra clase de información, o bien otro tratamiento de la información.

La lectura de los medios impresos representaba en la sociedad española un signo de estatus: en cambio, la contemplación de la TV y la audiencia de radio no manifestaban esta función prestigiadora: más bien satisfacían necesidades afectivas referidas a los sentimientos de identidad social, que sin embargo resultaban generalmente frustradas. Estos mismos resultados se obtuvieron en las posteriores investigaciones del autor. La radio y la TV han estado hasta el inicio del actual siglo, como injertadas en la vida cotidiana, durante la comida, el trabajo e incluso la cama: se han venido utilizando como acompañantes más bien que como espectáculos: la TV, rodeado de la familia: la radio, en solitario. Estas pautas de uso audiovisual están cambiando, seguramente de forma irreversible, desde que existen los teléfonos móviles e internet, al tiempo que las familias reducen sus miembros; pero de momento, solamente en los segmentos de edades juveniles.

La parte del estudio dedicada al uso de los contenidos, analiza la selección de temas por parte de las audiencias. Según el autor, a partir de los 80 se produce un cambio en las preferencias de las audiencias españolas, que interpreta como la manifestación de nuevas formas de solidaridad y de arraigo. La necesidad de arraigo orienta los intereses hacia los contenidos que el autor denomina de “ciclo largo” (salud, familia, naturaleza, etc.) El interés exclusivo por estos temas denotaría una colectividad muy conservadora, poco propensa al cambio social. Pero al mismo tiempo, las mismas audiencias buscan contenidos de “ciclo corto” (información sobre el acontecer político, económico, laboral, etc.). En este doble uso de la comunicación pública concurren por un lado, la necesidad de una comunicación *reproductiva*, reclamada por unas audiencias psicológicamente instaladas en la democracia y el pluralismo, que gusta de los contenidos que tal vez por su propia intrascendencia confirman cada día la continuidad de las instituciones, de las formas de vida y de los valores; por otro lado, y al tiempo necesitan otra información, *innovadora*, y la buscan cuando algún acontecimiento venga a afectar a sus formas de vida.