



## ANÁLISIS DEL PROCESO EVOLUTIVO DE LOS SISTEMAS SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LAS FORMAS DE COMUNICACIÓN

Jaime Molina Contreras

### RESUMEN:

*Lo que hoy conocemos como sociedad de la información no es más que el resultado de una serie de acontecimientos y cambios en las estructuras sociales como en las interrelaciones de sus componentes que conforman esas estructuras sociales.*

*La comunicación, cualquiera que sea la forma que esta adopte: intrapersonal, interpersonal, de pequeños grupos, de grandes grupos o de masas, no es un fenómeno que se produce en el vacío, aislada de todo quehacer y acontecer humano. De hecho el nacimiento de las formas de comunicación obedeció más bien al desarrollo y avance en ámbito no directamente relacionados con la comunicación, como lo son lo tecnológico, lo social, lo político y lo económico.*

*La presente ponencia tiene como objetivo analizar cuáles fueron aquellos acontecimientos que ocurrieron en diferentes ámbitos del quehacer humano y social y los efectos que estos cambios tuvieron en las formas de comunicación.*

### ABSTRACT:

*ANALYSIS OF THE EVOLUTIONARY PROCESS OF SOCIAL SYSTEMS AND ITS RELATION WITH MODES OF COMMUNICATION*

*Today's 'society of information' is nothing but the outcome of a series of events and changes in our social structure, and in the interrelationship between the components of these social structures.*

*Communication in all its forms: intrapersonal, interpersonal, group (micro and macro) or mass communication is not a phenomenon that is born from a vacuum, independent from human activity and behaviour. In fact, the birth of modes of communication is the outcome of development and progress in areas such as technology, society, politics and economics, which are not directly related to communication.*

*The objective of this paper is to identify and analyse the developments that took place in different areas of human and social evolution and their effects on modes of communication.*

**E**l llevar a cabo una reflexión sobre cualquier ámbito del conocimiento que se quiera abordar requiere, como etapa inicial, establecer ciertas consideraciones que guíen la reflexión y sirvan de punto de apoyo a las ideas a desarrollar durante el análisis. Un paso imprescindible es definir el objeto de estudio como también tener claridad sobre la perspectiva desde donde se quiere abordar el fenómeno.

El realizar un análisis de la comunicación nos obliga a reconocer que son muchas las disciplinas que han abordado su estudio desde los mas variados puntos de vistas –al hablar del fenómeno de la comunicación no me refiero a los actos de comunicación sino a la comunicación desde un punto de vista fenomenológico, es decir el concepto de comunicación ya aprendida por la conciencia individual y colectiva.

A modo de ilustración, si quisiéramos estudiar la comunicación en el ámbito de las Bellas Artes, nos interesaríamos seguramente en obras provenientes de la literatura, la música, la pintura etc., concentrando nuestra atención en aquellos aspectos estéticos o en los efectos emocionales que estas obras producen. Si la comunicación la circunscribimos al análisis de signos y sus respectivos códigos seguramente elijeremos una perspectiva estructuralista, psico-lingüística o semiológica, para estudiar diferentes clases de palabras o las muestras de palabras comúnmente usadas mediante el método de análisis de contenido.

Bajo esta realidad es evidente que resultaría infructuoso en siquiera pensar en la posibilidad de considerar un análisis que abarque todo el cuerpo de perspectivas disponibles.

Con el objeto de conceptualizar el presente análisis he optado por considerar la comunicación como un fenómeno social, es decir, como el resultado de las acciones emprendidas por un determinado grupo social durante diversos estados de su proceso evolutivo. Es esta dinámica dentro de los sistemas sociales, la que genera las diferentes “**formas de comunicación**”, es decir la comunicación intrapersonal, interpersonal, de pequeños grupos, de grandes grupos y de masas. Desde esta perspectiva la comunicación es el resultado de acciones llevadas a cabo por un grupo social que percibe y actúa de acuerdo a sus propias características. Es por medio del análisis de estas acciones y sus implicancias en el sistema social que llegamos a comprender la relación existente entre estas formas de comunicación y el grupo social que las genera en una primera instancia para luego adoptarlos. Desde el punto de vista metodológico, nuestro objeto de análisis lo constituye el *medio social* el cual actúa como escenario para la gestación y desarrollo de las distintas formas de comunicación.

El análisis del medio se justifica por dos razones. En primer lugar la comunicación en general, cualquiera sea la forma que adopte, no es un fenómeno que se produce en el vacío, aislada de todo quehacer humano. Todas formas de comunicación generadas hasta nuestros días, obedecen diacrónicamente al desarrollo y avance en ámbitos no directamente relacionados con la comunicación, como lo son el desarrollo tecnológico, y los cambios sociales, políticos y económicos.

Lo expuesto anteriormente nos lleva a plantearnos ciertas interrogantes ¿Cómo es posible que avances y cambios producidos en ámbitos no relacionados con la comunicación, tuvieran gran incidencia en la comunicación interpersonal, en una primera instancia, para luego generar los sistemas de comunicación masiva? ¿Cuáles serían aquellos cambios en las estructuras sociales que mayor han incidido en la comunicación interpersonal y en la comunicación de masas? Para aproximarnos a una posible respuesta será necesario analizar aquellos cambios y acontecimientos que ocurrieron en diferentes ámbitos del quehacer social y los efectos que estos tuvieron en las formas de comunicación. También será preciso reconsiderar el concepto de comunicación de tal forma que deje espacio para estos acontecimientos producto del quehacer humano, no necesariamente ligado al fenómeno con la comunicación.

Lo que hoy conocemos como sociedad de la información no es más que el resultado de una serie de acontecimientos y cambios en los estructuras sociales como en las interrelaciones de sus componentes que conforman esas estructuras sociales. Los efectos de aquellos cambios se extendieron, en una primera instancia hacia la comunicación interpersonal, para luego ejercer su influencia en otras formas de comunicación como lo es la comunicación de masas.

Podemos identificar cinco estados presentes en el proceso evolutivo de los sistemas sociales.

- Estado 1:* Pre-agrario.
- Estado 2:* Agrario.
- Estado 3:* Pre-industrial.
- Estado 4:* Industrial.
- Estado 5:* Informativo.

El primer estado evolutivo, el *estado pre-agrario*, se caracterizaba porque las sociedades estaban constituidas por grupos nómades que se desplazaban a lo largo de extensas regiones en busca de alimentos. En estos grupos analfabetos y sin una división compleja del trabajo, la transmisión de los conocimientos de caza y recolección se hacía mediante transmisión oral, de persona a persona y de generación en generación.

El segundo estado evolutivo se denomina *estado agrario*. El principal sustento económico lo constituían las actividades agrícolas, las cuales eran consideradas como la principal fuente de trabajo. A diferencia de las sociedades pre-agrarias, las sociedades agrícolas se asentaron en lugares específicos permitiendo a los miembros del sistema social especializarse en determinados trabajos. Nace de este modo las distintas especializaciones: artesanos, guerreros, curanderos, líderes, sacerdotes, etc.

Esta especialización del trabajo y asentamiento en torno a la agricultura desarrolló formas más complejas de comunicación, pues surgió la necesidad de transmitir conocimientos relacionados con las diferentes especializaciones de una generación a otra. De esta forma nace la poesía, las narraciones históricas y las leyendas.

Poco a poco las estructuras sociales se hicieron más complejas. Los grupos sociales diferenciados por especialización del trabajo, se tornaron más homogéneos a nivel de grupo y más heterogéneos a nivel de sociedad. Con esto nace la estratificación social y con ello los grupos minoritarios que tenían acceso a la lectura y a la escritura.

En tiempos feudales tanto la lectura como la escritura eran considerados profesiones especializadas. Ciertas órdenes religiosas tenían la tarea de llevar registros, escribir y leer la correspondencia y copiar textos laicos y religiosos.

En Europa la nobleza no leyó hasta el 1400. Hasta entonces la mayor parte de la comunicación se seguía realizando vía oral, por medio de mensajeros que tenían la tarea de memorizar la información propagándolas por largas distancias con el costo de tiempo que dicho sistema implicaba. A modo de ejemplo la noticia de la caída de Constantinopla en manos de los turcos en 1453 se demoró un mes en llegar a Venecia y dos meses a Roma.

El tercer estado evolutivo se denomina *estado pre-industrial*. En este estadio la lectura y la escritura no alcanzan aún el estatus de comunicación masiva debido a dos razones fundamentales: antes de la invención de una máquina de impresión con placas removibles, no sólo la labor de impresión era difícil y costosa. La posibilidad de imprimir textos y tener acceso a ellos era muy remota, siendo esta privilegio de muy pocos. Sólo la iglesia y algunos grupos religiosos tenían acceso a la lectura y escritura guardando con recelo el poder otorgado, negando toda posibilidad de alfabetizar a las masas. De hecho la masificación de las escrituras constituyó uno de los hitos importantes en la reforma de la iglesia protestante.

Después del 1400 surgió la necesidad de contar con una fuerza laboral alfabetizada que pudiese asimilar los nuevos y complejos procesos productivos que se venían desarrollando. Fueron los sindicatos y grupos de trabajadores los primeros en fomentar programas de alfabetización para aquellos trabajadores que no estuviesen trabajando en rubros relacionados

con la agricultura. Es necesario mencionar que estos programas beneficiaban a un sector muy reducido del sistema social ya que la masificación de la lectura y escritura se produjo mucho tiempo después.

Uno de los hitos más significativo del estado industrial fue la creación de una máquina de impresión con placas removibles, inventada en 1450 por Johannes Gutemberg y la incorporación de nuevas técnicas de impresión mecánica. Este nuevo sistema de impresión permitió la masificación de textos escritos haciendo que éstos fueran más asequible a un mayor número de personas. Este incremento en el número y distribución de información escrita aumentó los niveles de alfabetización, creando una gran demanda por consumir información escrita.

Las sociedades evolucionaron pasando de un estadio oral, en donde la diseminación de la información se efectuaba por medio de la comunicación interpersonal a un estado alfabetizado en donde la comunicación oral fue reemplazada por escritos en sus más diversas formas. Con el aumento de la alfabetización se empieza a moldear la noción de opinión pública y con ello los intentos de los medios de comunicación de masas por moldearla.

El desarrollo de la industrialización trajo consigo una emigración desde las zonas agrícolas a las zonas industrializadas. Con este aumento de la población en las zonas industrializadas también creció el número de personas que tenía acceso a los medios existentes, aumentando la demanda y disminuyendo los costos de producción.

Esta combinación entre tecnología y producción masiva fue la responsable del desarrollo de la cultura de producción de masas, la cual la conocemos hoy en día como cultura popular o masificación de la cultura.

La masificación de la cultura trajo consigo un debate que tuvo sus orígenes durante el siglo XIX, manteniéndose hasta nuestros días.

El debate se produjo al definir el rol de las manifestaciones populares. Debieran estas mejorar y educar a las masas incorporando nuevas ideas al sistema social o debiera ser la cultura popular un espejo de los valores de la cultura de masas. A mi parecer tal cuestionamiento ha generado dos corrientes al respecto. Aquellos que creen que la cultura popular debiera ser un agente generador de cambios y aquellos que visualizan la cultura popular como una forma de expresión de las ideas, costumbres y valores del grupo que las adopta.

Como vemos los sistemas sociales experimentaron y están experimentando un acelerado proceso de cambios en las más variadas dimensiones del accionar humano; en las prácticas de la gente, en el desarrollo de nuevas tecnologías y su relación con los usuarios, en nuevas formas de sustentación de las economías, etc...

Como ya hemos visto, la magnitud de las transformaciones de los sistemas sociales en diversos ámbitos del quehacer humano se entremezclan con el nacimiento de nuevas formas de comunicación. Pero, ¿cuál es realmente el puente que une aquellas transformaciones sociales y las formas de comunicación?

Para responder esta pregunta será necesario reconsiderar el concepto de comunicación. Los modelos de comunicación desarrollados a partir de los años 50 reflejan de alguna manera el estado del arte no sólo de la ciencia de la comunicación, sino de la ciencia en general. Los modelos desarrollados hasta entonces presentan una característica en común, pues atribuyen a un *agente* la acción de comunicar. Es decir, existe una facultad que de alguna medida es

conferida a ciertos elementos involucrados en el proceso de la comunicación. Dicha facultad genera una condición que denominaremos acción. Esta acción permite generar y dirigir los esfuerzos para lograr ciertos objetivos. Veamos a continuación algunos ejemplos. En el modelo desarrollado por Shannon y Weaver tenemos una fuente de información, un transmisor, un receptor y un destino. Los elementos del sistema transmiten una señal que a momentos puede ser interrumpida por una fuente de interferencia. En este modelo es la fuente de información la responsable de accionar la comunicación.

En el modelo de George Gerbner, quien tiene la acción de comunicar es cualquier entidad que perciba un hecho de la realidad externa. En el modelo de Lasswell, el cual fue diseñado para la comunicación masiva la acción comunicativa la adquiere "quién" comunica. En el modelo de Newcomb, el cual fue introducido en 1953, la comunicación se contextualiza en una sociedad o en una relación social de los elementos involucrados en el proceso. Son A y B, o comunicador y receptor los que adquieren la acción de comunicar. En el modelo de Jacobson es el remitente, y en el de Berlo el emisor respectivamente.

Circunscribiendo el concepto de comunicación al de la comunicación de masas, identifiquemos la presencia de un *agente*. Para tal efecto he seleccionado el efecto hipodérmico y el efecto bi-etápico en la comunicación de masas.

El efecto bi-etápico se consideró hasta principios de los años 50 una característica de los medios interpuestos. Se creía que los medios interpuestos producían un efecto directo en la audiencia. El mensaje de este modo era internalizado induciendo al cambio y/o manteniendo la conducta. Las mediciones realizadas con posterioridad por Star y Hughes constataron la falacia de dicho supuesto dando paso al efecto bi-etápico, en donde un comunicador envía un mensaje a través de los medios interpuestos. Este mensaje es internalizado por un número reducido de personas consideradas líderes de opinión.

El mensaje produce su efecto en el resto del sistema social por medio de transacciones comunicacionales entre los líderes de opinión y los otros grupos del sistema social.

En los dos efectos anteriormente mencionados está presente un agente. En el primero son los medios interpuestos, en el segundo los líderes de opinión. Podemos afirmar que si la acción de comunicar es una condición de la comunicación concebida como proceso también debiera ser en lo que respecta a la comunicación de masas. Wilbur Schramm

*"El proceso es exactamente como lo hemos descrito, pero los elementos del proceso no son los mismos. En la comunicación masiva la fuente principal es una organización de comunicación o una persona institucionalizada... La organización funciona igual que un comunicador individual."*<sup>1</sup>

La concepción clásica del fenómeno de la comunicación interpersonal y de masas presupone que por un lado que el proceso de comunicación se hace de un agente "A" a un agente "B", por lo que el proceso presenta una dirección. Por otro lado, se da a entender que es posible establecer una clara distinción entre los sub-procesos del modelo y por último que el fenómeno de la comunicación se da fuera de todo contexto social, económico, político y humano.

---

<sup>1</sup> Wilbur Schramm, *Cómo funciona la comunicación*. p. 16.

Tratemos de reconsiderar el concepto de comunicación desde una perspectiva que dé lugar a las transformaciones que han experimentado y que experimentan los sistemas sociales para luego aplicar dicha perspectiva a la comunicación de masas.

Pareciera necesario considerar la comunicación como un accionar inevitable de las situaciones sociales generadoras de cambios en las estructuras del sistema.

Recordemos lo planteado por Bertrand Russell en relación a la acción y la comunicación:

*"...no es la acción sino la comunicación la que es una operación social inevitable, y al mismo tiempo, una operación que necesariamente entra en juego cada vez que surgen situaciones sociales"*<sup>2</sup>

sin embargo será necesario concebir la comunicación desde la teoría general de sistemas o en otras palabras desde una teoría de los sistemas autorreferenciales, conocidos también como auto-organización y más recientemente como *autopoiesis*. Los sistemas sociales en constante evolución son una realidad emergente, es decir, no han completado ni completarán sus procesos evolutivos. Esto se debe a que la evolución no es tal. Lo que ocurre es que los sistemas sociales al igual que la comunicación (re) producen todo lo que funciona como unidad para el sistema, a través del sistema mismo.

Las formas de comunicación no podrían haberse desarrollado sin los acontecimientos explicados anteriormente pero también dichos acontecimientos fueron posibles gracias a las formas de comunicación existentes.

---

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Fiske, John:** *Introducción al estudio de la comunicación*, Editorial Norma S.A., Colombia.  
**Reindl, Max:** *Fundamentos de la comunicación*, Universidad Las Condes, Santiago, Chile.  
**Russell, Bertrand** (1995): "¿Qué es comunicación?" en *Talón de Aquiles* N° 1, Otoño.  
**Schramm, Wilbur:** *Cómo funciona la comunicación*, East West Communication Institute.  
**Straubhaar, Joseph:** *Communication media in the information society*, Wadsworth Publishing Company, USA.

---

<sup>2</sup> Bertrand Russel, "¿Qué es comunicación?", artículo publicado en la revista *Talón de Aquiles*. Otoño 1995.