

COMUNICACIÓN 1940 - 1960:

POSITIVISMO LÓGICO, TEORÍA DE LOS EFECTOS Y PLANIFICACIÓN

Cristina Botero Salazar

PRIMERA PARTE

DEL ORIGEN DEL CONOCIMIENTO A LA TEORÍA DE LOS EFECTOS

Existe una constante en la historia de la humanidad. El ser humano se asombra ante el mundo que lo rodea y quiere saber de él: quiere saber no sólo qué cosas hay en ese mundo, sino qué son y por qué están ahí y ha llevado un registro detallado de las respuestas que se han dado a estas y otras preguntas. A este registro lo llamamos historia del conocimiento.

Sin embargo el conocimiento no es único. Depende no sólo de las perspectivas históricas, sociales, políticas o culturales, en fin, de las visiones humanas que hacen que el mundo no sea uno solo para todos los hombres en todos los lugares y en todas las épocas, sino también del sentido y la causa por la que se formulan las preguntas o la forma en que ellas son formuladas; dando lugar a múltiples respuestas que conviven en permanente debate y determinan la forma como vivimos.

Desde los griegos, el mundo occidental cuenta con un registro del pensamiento humano, que en líneas generales puede dividirse en dos corrientes: la primera reúne todas aquellas propuestas en las que se supone un Absoluto del cual dependen todas las cosas y que puede llegar a ser conocido; la segunda, en cambio, supone un ser humano con la capacidad de comprender el mundo, dando lugar a la división entre metafísica y ciencia.

Dentro de esta segunda corriente se encuentran el racionalismo y el empirismo, que constituyen dos formas de aproximación a la realidad, que cambiaron la historia del mundo a partir del siglo XVI. Para el racionalismo la fuente de conocimiento es el entendimiento, mientras que para el empirismo éste deriva de la experiencia. Los primeros afirman que la observación revela meras apariencias y sólo el pensamiento es capaz de captar el verdadero ser, mientras que para los segundos nada hay en el intelecto que no haya estado antes en los sentidos. A pesar de este contraste, es en algunos conceptos tomados tanto del racionalismo como del empirismo, donde podemos hallar el fundamento filosófico para la Teoría de los Efectos, que es una de las formas en que se ha explicado la realidad llamada comunicación. Ese fundamento es el positivismo.

POSITIVISMO LÓGICO

El positivismo es, en esencia, una teoría de la explicación. Plantea que, para explicar la realidad, sólo existen dos tipos de enunciados o proposiciones: en primer lugar, las proposiciones que son confirmables, de acuerdo con los criterios de verdad expuestos por el empirismo (Bacon); en segundo lugar, aquellas que provienen de la lógica y las

matemáticas y que son verdaderas por sí mismas -tautologías -, según lo planteado por los racionalistas (Galileo y Descartes).

Para Auguste Comte el método científico permitió separar la ciencia de la metafísica para hallar las causas eficientes y leyes invariables que gobiernan los hechos de la naturaleza. Después de él, el positivismo lógico une lo puramente empírico con los recursos de la lógica, de allí sus rasgos fundamentales: en primer lugar, “el acto de filosofar sólo puede realizarse en estrecho contacto con la ciencia empírica”; y, en segundo lugar, este acto filosófico consiste en “la aclaración de las proposiciones de la ciencia empírica por medio del análisis lógico (...) Este modo de plantear la tarea revela el valor de la lógica para la investigación filosófica. La lógica no es ya meramente una disciplina filosófica entre otras, sino que podemos decir sin reservas: la lógica es el método de filosofar”.

Proposiciones confirmables

En consonancia con el empirismo, el positivismo considera que no hay un conocimiento a priori, y “se niega a admitir otra realidad que no sean los hechos y a investigar otra cosa que no sean las relaciones entre los hechos”. En el positivismo una situación objetiva nunca puede ser inferida de otra; “de ello se sigue la imposibilidad de toda metafísica que intente inferir de la experiencia algo trascendente [la cosa en sí, lo absoluto, la esencia o el sentido], situado más allá de dicha experiencia y que en sí mismo no sea experimentable.” En otras palabras, para el positivismo no existe una filosofía como teoría especulativa, como sistema de proposiciones por derecho propio al lado de la ciencia.

Desde esta perspectiva, la ciencia busca sistematizar el conocimiento acerca del mundo y explicar por qué los hechos ocurren, sometiendo las explicaciones o hipótesis a pruebas empíricas, de tal manera que puedan ser refutadas. Existen cuatro actividades que deben ser tenidas en cuenta en el momento de probar una hipótesis: en primer lugar, la hipótesis debe ser consistente, en segundo lugar, debe establecer las relaciones entre los hechos que pretende explicar, en tercer lugar la hipótesis planteada debe manifestar claramente su relación con otras hipótesis y teorías y, finalmente, debe ser verificada empíricamente determinando si las predicciones acerca del mundo de la experiencia “derivadas como consecuencias lógicas de la hipótesis, concuerdan con el estado de los hechos encontrados en el mundo empírico” . Esta derivación de las consecuencias lógicas de la hipótesis, es definida como refutación empírica que, según Popper, citado por Ruiz y Ayala, “ha sido propuesta como el criterio de demarcación que diferencia a la ciencia de las demás formas de conocimiento”.

En ciencia, entonces, más que establecer la verdad, lo que se busca es la validación provisional de la hipótesis y la forma adecuada para hacerlo es mediante la inferencia *modus tollens*, según la cual se establece la validez o falsedad de la hipótesis en relación con sus consecuencias. Para ello es necesario, dentro del proceso científico, contrastarla permanentemente con las proposiciones con las que sería inconsistente, porque la hipótesis hace empíricamente afirmaciones significativas sólo acerca de sus refutadores potenciales. Para Ruiz y Ayala, las hipótesis científicas sólo pueden ser aceptadas contingentemente, ya que su verdad nunca puede ser concluyentemente establecida. En otras palabras, las afirmaciones de la ciencia no establecen la certeza de las hipótesis planteadas, sino sólo su posibilidad de ser o no ser.

Proposiciones lógicas

Carnap (1931, 140) considera la lógica en su más amplio sentido, incluye en su definición a la lógica pura o formal y a la lógica aplicada o teoría del conocimiento. Afirma que tanto la lógica formal, que descansaba en el sistema aristotélico-escolástico, como la lógica aplicada habían dado lugar a trabajos notables pero primitivos. Y señala como un hito importante la aparición de la nueva lógica a principios del siglo XX que ha sido obra de los matemáticos (Bertrand Russell y Ludwig Wittgenstein como sus más destacados representantes) quienes la han desarrollado durante los últimos años.

En “Principia Mathematica”, Russell y Wittgenstein logran superar algunos problemas fundamentales de la matemática: en primer lugar, existían conceptos como el de número, que eran aplicados permanentemente y que debían disponer de definiciones adecuadas; en segundo lugar, había en el campo de las matemáticas ciertas contradicciones (paradojas) que sólo pudieron resolverse mediante una reconstrucción a fondo de la lógica.

Elementos

Para el positivismo lógico hay sólo una ciencia y todos los conocimientos encuentran su lugar en ella, estos se expresan mediante los conceptos, que la nueva lógica ha permitido develar. Carnap afirma que “al analizar los conceptos de la ciencia, se ha demostrado que todos esos conceptos (...) pueden ser referidos a una base común, puesto que pueden retrotraerse a conceptos radicales (básicos) que se refieren a lo dado, es decir, a los contenidos inmediatos de la vivencia” .

Por otro lado, los enunciados lógicos o tautologías son aquellos que solamente expresan el modo en el que dependen, unas de otras, las reglas que rigen la aplicación de los conceptos a los hechos. “La certeza y la validez universal, o, mejor dicho, la irrefutabilidad de la proposición lógica se deriva precisamente del hecho de que no dice nada sobre objeto alguno”. El enunciado expresa meramente una convención relativa a la manera en que se desea hablar de los objetos.

Finalmente, las deducciones lógicas, son transformaciones tautológicas que “nos hacen tomar conciencia de todo lo que hemos afirmado, implícita o explícitamente, sirviéndonos de convenciones relativas al uso del lenguaje, al formular un sistema de proposiciones.”

Estos sistemas de proposiciones son reunidos por principios que constituyen el punto de partida del conocimiento, que a su vez generan axiomas o principios verdaderos, a partir de los cuales se pueden formular las leyes que señalan las causas o las relaciones de las cosas.

En el proceso de conceptualización, enunciación y deducción se demuestran una a una las manifestaciones de los principios, los axiomas y las leyes en las cosas; así, gracias a sus propias leyes fundamentales - la ley de la identidad (toda cosa es igual a ella misma), la ley de la contradicción (es imposible que una cosa sea y no sea al mismo tiempo y bajo el mismo respecto) y la ley del tercero excluido (cuando dos proposiciones se oponen contradictoriamente, no pueden ser ambas falsas) -, la lógica

aplicada puede probar la validez de los hechos, garantizando el dinamismo del conocimiento científico.

Características

Algunas de las características de la nueva lógica son la introducción de un sistema simbólico para la presentación de sus proposiciones, la consideración de relaciones en lugar de predicados y la superación de las contradicciones.

El método simbólico:

Los conceptos, los enunciados lógicos y las deducciones lógicas “son importantes porque no somos omnisapientes. Nuestro lenguaje está constituido de tal suerte, que al afirmar determinadas proposiciones implícitamente afirmamos al mismo tiempo otras proposiciones, pero no vemos de inmediato todo lo que de ese modo se ha dicho implícitamente”.

Tomando en cuenta estas limitaciones del lenguaje verbal para expresar tanto conceptos como tautologías y deducciones, la lógica heredó de las matemáticas su sistema simbólico que le permite la rigurosidad a la hora de hacer inferencias; éstas se hacen sobre fórmulas que han sido adecuadas a fines específicos, de tal forma que la teoría del conocimiento depende de este lenguaje, igual que la física depende del de las matemáticas.

La teoría de las proposiciones de relación:

En la lógica aristotélica el orden de las cosas se definía con respecto a un Absoluto, de ahí que las proposiciones estuviesen compuestas de sujeto, verbo y atributo, donde un concepto-predicado es atribuido a un concepto-sujeto. Sin embargo bajo este esquema es imposible hacer inferencias a partir de conceptos que no se hayan definido previamente y esta definición es asimismo imposible si no se conoce la posición de cada concepto con respecto a lo Absoluto.

Debido a esta imposibilidad, Leibniz , en el siglo XVII, planteó la posibilidad de elaborar proposiciones relacionales que unieran conceptos, para determinar la posición de unos con respecto a otros; sin embargo, tuvieron que pasar cien años para que Peirce, Einstein y Russell, entre otros, acogiesen esta propuesta y facilitaran así la transformación de la lógica y, por ende, de la física.

La teoría de los tipos:

Bertrand Russell notó que al relacionar algunos conceptos con otros o con ellos mismos se generaban proposiciones carentes de sentido; a estas proposiciones paradójicas las denominó antinomias lógicas, y para eliminarlas planteó la teoría de los tipos. Esta teoría clasifica en tipos. Los conceptos, tanto los que significan propiedades como los que significan relaciones, permite conocer con claridad cuales conceptos pueden ser relacionados, de acuerdo con el nivel que ocupan en la clasificación.

ESTRUCTURALISMO, FUNCIONALISMO Y CONDUCTISMO

Dentro del pensamiento positivista encontramos enfoques que permiten la aplicación de la lógica formal a las ciencias sociales, estos son el estructuralismo, el funcionalismo y el conductismo. Estos enfoques definirán los métodos de la sociología y la psicología de principios de siglo, que constituyeron la base de las primeras reflexiones acerca de la comunicación.

Si las leyes indican las relaciones de las cosas a las cuales se les pueden atribuir unas causas y unas funciones, entonces los procesos sociales observables, por ser dinámicos, son analizados como estructuras relacionales.

En el estructuralismo podemos ver que las relaciones entre las cosas permiten la elaboración de estructuras de elementos que interactúan con los demás y con la totalidad, de tal forma que estos elementos son solidarios entre sí o sus partes son función unas de otras. Para Russell la estructura es una función de los sistemas que permite relacionar unos elementos con otros. Dilthey desarrolla la noción de estructura como una conexión significativa, que es propia de los complejos psíquicos o de los objetos culturales, desempeñando un papel fundamental el componente temporal o histórico.

Emile Durkheim afirmó que cualquier explicación sociológica habría de consistir en el descubrimiento, en primer lugar, de la causa de un fenómeno y, en segundo lugar, de su función. Así, la causalidad es la acción y efecto de producir algo; la causa es un principio de carácter positivo que afecta realmente a algo. Desde Galileo, “la noción de causa da razón de variaciones y desplazamientos en tanto que susceptibles de medida y expresables matemáticamente” En tanto que el término función se ha usado para expresar el modo de comportarse de una realidad constituida por relaciones o por haces de relaciones en la que los fenómenos son consecuencia objetiva para un sistema amplio del que forma parte o bien que tienen variaciones relacionadas, afectando asimismo dicho sistema.

Se habla entonces de un funcionalismo paralelo a la afirmación del primado de lo dinámico sobre lo estático y del devenir sobre el ser. Lo propio de esta tendencia es considerar que un conjunto dado está constituido no por cosas (o sustancias en general), sino por funciones, de tal manera que cada realidad se define por la función que ejerce. Auguste Comte y Herbert Spencer concibieron los grupos de sociedades o las sociedades singulares como algo muy semejante en cuanto a su forma de operar a los organismos biológicos; de allí se sigue la relación del funcionalismo con el mecanicismo que propone que la realidad natural tiene una estructura comparable a la de una obra mecánica y, más específicamente, a la de una máquina. En otras palabras, la realidad consiste en cuerpos en movimiento regidos por leyes mecánicas.

Para el conductismo, la psicología es la ciencia de la conducta, entendiendo por ésta los actos observables de las personas. Skinner parte del supuesto de que existe un orden en la naturaleza y la función de la ciencia es descubrirlo. En ese orden de ideas la psicología de Skinner es de un determinismo naturalista, en el que una causa genera un único tipo de conducta. Esta psicología es además mecanicista ya que supone al hombre como un actor que sólo opera en función de estímulos y respuestas, sin ningún enlace intermedio entre estos dos elementos. Para poder entender la forma como opera el

ambiente, el psicólogo debe estudiarlo tal como un físico estudia otros fenómenos, para encontrar en él todas las causas de las conductas y así poder comprender estas últimas. Dado que las variables de la psicología deben ser descritas en términos físicos, Skinner determina que en una investigación sobre la conducta, ésta constituye la variable dependiente, mientras que las condiciones externas, de las que la conducta es una función, son las variables independientes.

Al analizar más que objetos, procesos dinámicos observables, tanto la sociología como la psicología de la primera mitad del siglo XX comparten como teoría del conocimiento al positivismo lógico, diferenciándose en el estudio de los atributos: mientras que los sociólogos buscan las estructuras y las funciones, los psicólogos buscan los estímulos y las respuestas, por lo demás, sus conceptos básicos, están determinados por la relación causa - efecto; de ahí el planteamiento inicial de la teoría de la comunicación fundado en dicha relación.

SEGUNDA PARTE

TEORÍA DE LOS EFECTOS Y PLANIFICACIÓN

INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DE MASAS

Hasta aquí sólo hemos hecho una revisión de la forma como el positivismo lógico aborda el problema del conocimiento y los enfoques de este pensamiento que han afectado ciencias como la sociología y la psicología. El problema que ahora nos ocupa es la ubicación de la comunicación dentro de este contexto.

Las investigaciones sobre comunicación que se realizaron desde estas disciplinas entre los años treinta y cincuenta, se conocen como más communication research. Y se agrupan bajo la denominación de Teoría de los Efectos. Sobre el particular es necesario aclarar, con Miguel de Moragas, que “la investigación sobre comunicación de masas es, propiamente, un conjunto de investigaciones aplicadas que, como veremos, son el resultado de irregulares y descompensadas aproximaciones a un objeto que, de hecho, es común a diversas ciencias sociales. Los trabajos propiamente epistemológicos son muy escasos en la tradición científica de la más communication research o de la teoría general de la información europea.”

El inicio de la investigación en comunicación en esta línea, está dado fundamentalmente por la convergencia de tres fenómenos: en primer lugar, la identificación de la propaganda política como un problema, a raíz de la primera guerra mundial, en segundo lugar, el interés comercial que generaron los medios masivos de comunicación (prensa, cine y radio) como potenciales dinamizadores de los procesos económicos y, en tercer lugar, el desarrollo acelerado de dichos medios y su inserción en la cultura norteamericana. “Conviene observar que cada uno de los tres hilos principales en la historia de la investigación de las comunicaciones va unido a una técnica principal. En la esfera política, prevalecía el análisis de contenido; el grueso de la investigación comercial fue el análisis de audiencia; y en las esferas moral y cultural se originaron, en su mayor parte, los esfuerzos hacia el análisis de los efectos.” La compleja historia

política y económica de los Estados Unidos desde el final de la primera guerra mundial hasta el inicio de los años sesenta, determinó el desarrollo de estas tres esferas de estudio.

En primera instancia, en el ámbito doméstico de los Estados Unidos, había un interés - político y económico - de usar la comunicación con fines electorales: en el marco internacional, estaba el hecho de que tanto la Unión Soviética como la Alemania Nazi, habían usado la propaganda como un instrumento eficiente y los Estados Unidos estaban interesados en hacerlo también; en los tres casos el denominador común eran los objetivos políticos y económicos. En segunda instancia, gracias al interés por parte de las industrias, hacia mediados de los años cuarenta, se desarrollan paulatinamente la publicidad y las relaciones públicas y, durante los años sesenta, la comunicación empresarial como nueva dimensión de frentes de trabajo ya tradicionales. Finalmente, existía una preocupación de tendencia moralista, por parte de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, sobre los posibles efectos culturales de los medios masivos de comunicación, que desencadenó nuevos estudios sociológicos antropológicos y psicológicos.

Como ya hemos visto son tres las tendencias de las investigaciones en comunicación de masas durante la primera mitad del siglo XX; en esta parte haremos una breve reseña sobre los análisis de contenido, los estudios de audiencias y los estudios sobre efectos, que aunque recibieron influencia mutua y, de hecho, se elaboraron simultáneamente en algunos de los trabajos, merecen ser revisados en forma independiente.

Es a Harold Lasswell, investigador de la Universidad de Chicago, a quien los estudios de comunicación deben su primer y fundamental impulso; en 1948 propuso su famosa fórmula “quién, dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto”; este planteamiento posee una virtud que aún hoy sigue sin ser superada: presenta los elementos del proceso de comunicación y sugiere las principales líneas de investigación en comunicación: estudios de control, de contenidos, de medios, de audiencia y de efectos.

Poco después de Lasswell, el investigador Paul Lazarsfeld señala que, “la ciencia de la comunicación masiva en Estados Unidos ha desarrollado sólo tres áreas de las cinco que se plantean en el paradigma: el área del contenido (que Lazarsfeld atribuía a los intereses políticos de la propaganda), el área de la audiencia (que Lazarsfeld atribuía a los intereses comerciales) y el área de los efectos (que Lazarsfeld atribuía a los intereses morales y culturales).” Por otro lado, entre las muchas objeciones que se le han presentado a la fórmula de Lasswell, la principal es que reduce todo proceso de comunicación a un evento mecánico en el que se supone que toda comunicación debe persuadir y generar efectos.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Después de Lasswell, el grupo más destacado en investigación sobre comunicación de masas pertenece a la Universidad de Princeton. Motivados por problemas de orden político y económico, los investigadores se dedican al análisis de contenido de los medios en relación con las audiencias; así, “la investigación sobre comunicación de masas suministra al poder político la posibilidad de conocer los estados de opinión y actuar en consecuencia. Unos años después se invertirá el proceso y se intentará “crear” estados de opinión, persuadir, actuar sobre la opinión para conseguir los objetivos

fijados desde el poder. Esta primera época es la de la aplicación de los resultados de las encuestas de opinión a la política gubernamental (...)” ; en otras palabras, los estudios de opinión proporcionan datos empíricos que permiten la planificación política -que más adelante se llamará planeación estratégica, en concordancia con las normas del método científico-.

“El análisis de contenido lo define Berelson como ‘una técnica de indagación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación’. Que el análisis ha de ser objetivo significa que debe marginarse cualquier tipo de consideración subjetiva para centrar la atención sobre lo que de hecho dice el texto. (...) Que el análisis deba ser sistemático significa que no debe elegirse arbitrariamente la muestra de análisis o las partes a analizar dentro de un mismo texto y, finalmente, y éste es el criterio más claro, el análisis debe poder expresarse en términos cuantitativos, en cantidades, en gráficos; sus resultados deben ser medibles.” Los investigadores buscan las repeticiones de palabras, imágenes o temas, desglosan los mensajes en unidades discretas según unas categorías previamente establecidas y, por supuesto, requieren el uso de computadores para establecer las relaciones entre estos elementos.

AUDIENCIAS

El grupo conformado por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet de la Universidad de Princeton, inicia sus investigaciones sobre contenidos, opinión pública y efectos de los medios de comunicación, con la campaña política de 1940, seguido por Lazarsfeld, Berelson y McPhee en 1948. Ambos estudios coinciden en el hecho de que los medios masivos no son tan omnipotentes como se pensaba originalmente, sirviendo sólo como refuerzo a decisiones previamente establecidas; pero destacó hechos hasta ese momento desconocidos: como el papel que juegan en el proceso las relaciones personales en la toma de decisiones y lo que hacen las personas con los medios y sus mensajes, dando lugar a la profundización en los estudios de las audiencias y entre ellos de los líderes de opinión.

A los descubrimientos de los sociólogos se suman los trabajos de la psicología que habían sido tenidos en cuenta por los industriales desde finales del siglo XIX, de tal manera que después de la segunda guerra mundial los psicólogos de la Universidad de Yale, entre otros, no sólo se preguntaron qué compra la gente, sino por qué compra: centrando el problema en las motivaciones de las audiencias. Estos estudios transforman no sólo la publicidad sino el campo de los negocios: descubren que el éxito o el fracaso de un fabricante se situaba en circunstancias completamente ajenas a su control y que deberían ser tenidas en cuenta a la hora de planificar el trabajo. A estos factores se les empezó a aplicar el término de marketing, (de allí también el concepto de investigación de marketing) cuyo objetivo era integrar las diversas variables que concurrían en la venta del producto; entonces la publicidad se empezó a integrar en un proceso más amplio como la herramienta comunicacional del marketing.

EFFECTOS

Todavía desde la política, alrededor de 1940 el trabajo de los investigadores empieza a desplazarse desde los contenidos hacia los efectos. Al interior de Estados Unidos se busca conocer la influencia de la propaganda en el comportamiento de la audiencia y en

el campo internacional se estudia la imagen de Estados Unidos en el extranjero. Nuevamente nos encontramos con los sociólogos de la Universidad de Princeton, entre los que se destacan Robert King Merton y Paul Lazarsfeld.

Este ciclo se cierra con Wilbur Schramm, de la Universidad de Stanford que es el primer investigador en identificarse como experto en comunicaciones de masas. Schramm después de analizar los modelos y los datos previos, sobre la relación entre estructuras y funciones sociales con la circulación masiva de la comunicación, hace una propuesta “integrada” en la que plantea la posibilidad de que en sociedades con modelos liberales o de responsabilidad social puede darse una comunicación libre y responsable, que se opone a la autoritaria y la comunista. Este planteamiento incluye la consideración de que la comunicación tiene la función de difundir los conocimientos necesarios para que las sociedades del tercer mundo consigan desarrollarse, dando inicio a los trabajos de la UNESCO sobre el particular, en los que participará activamente.

REFLEXIONES FINALES

A diferencia de ciencias como la sociología y la psicología, la comunicación no acaba de definir su estatuto epistemológico porque su objeto no puede estudiarse de forma especializada, sino en estrecha relación con los objetos de las ciencias sociales; en otras palabras, el objeto de la comunicación se encuentra en las regiones fronterizas de las ciencias, de ahí que más que una propuesta disciplinar, lo que sugiere es un reto transdisciplinar. Fue así como el grupo de investigadores del MIT dirigido por Norbert Wiener y Arthur Rosenblueth abordó el estudio de los comportamientos: como complejos intercambios de información. “Wiener ve en la comunicación una ‘nueva lengua del universo’, similar a la ‘mathesis universalis’ de Galileo, de ahí que más que una nueva ciencia lo que propone es una nueva manera de hacer ciencia, más que un sustantivo un adverbio: pensar comunicativamente los fenómenos”. Sin embargo, tanto los matemáticos - con Shannon y Weaver a la cabeza - como los sociólogos - con Harold Lasswell como su promotor - que recogieron esta propuesta, no lograron responder al reto y transformaron una concepción compleja y circular de la comunicación en una simple y lineal. Sólo a partir de los años sesenta, y gracias a los aportes de la teoría crítica y de la semiótica, se empiezan a entrever las limitaciones de esta propuesta y se inician nuevas búsquedas.

BIBLIOGRAFÍA

BIGGE, Morris. Teorías de aprendizaje para maestros. Trillas.

CARNAP, Rudolf. La antigua y la nueva lógica. 1931. En: El positivismo lógico.

DE MORAGAS I SPÀ, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili, 1979. 495 p.

DE MORAGAS I SPÀ, Miguel. Teorías de la Comunicación. 6 ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1993. 325 p.

FERRATER MORA, José. Diccionario de filosofía abreviado. México: Sudamericana, 1983.

HAHN, Hans. Lógica, matemática y conocimiento de la naturaleza. En: El positivismo lógico.

MARTIN-BARBERO, Jesús y SILVA, Armando. Proyectar la comunicación. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo, 1997. 386 p.

McQUAIL, Denis y WINDAHL, Sven. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Universidad de Navarra, 1989. 199 p.

MITCHELL, G. Duncan. Diccionario de Sociología. Barcelona: Grijalbo, 1983.

RUIZ, Rosaura y AYALA, Francisco. El método en las ciencias. México: Fondo de cultura económica, 1998. p 11 - 44