

Manuel MARTIN SERRANO. 1974 “*La estructura de la narración icónica en la Televisión. Disertación magistral de Doctorado de Estado en Ciencias y Letras*”

Título de Tesis de Doctorado de Estado:

L’Ordre du Monde a travers la T.V. Structure du discours électronique” (*El Orden del Mundo a través de la televisión. Estructura del discurso electrónico*”). Presentada en la Universidad Luis Pasteur Estrasburgo, UER de las Ciencias del comportamiento y del Medio Ambiente.

Redactada: octubre 1970 - febrero 1974. Defendida: 4 julio 1974. Publicada 1979: Prensa Universitaria, Lille (Francia). Editor: Atelier de reproduction des thèses de l’université de Lille III, OCLC: 31365749

Miembros del Jurado:

Profr. Moles. Director del Instituto de Psicología Social.

Profr. Silbermann. Director del Instituto para la Comunicación Masiva, Köln.

Profr. Freund. Director del Instituto de Sociología.

Profr. Tardy. Maestro de curso de Semiología.

LA PUBLICACION EN RAZON Y PALABRA DE UN DISCURSO FUNDACIONAL Y PARADIGMATICO PARA LA TEORIA DE LA COMUNICACION: “*LA ESTRUCTURA DE LA NARRACIÓN ICÓNICA EN LA TELEVISIÓN*” DE Manuel MARTIN SERRANO.

Esta *Disertación magistral* describe las aportaciones de *L’Ordre du Monde a travers la T.V. Structure du discours électronique*” (“*El orden del Mundo a través de la televisión. Estructura del discurso electrónico*”) tesis con la que Manuel MARTIN SERRANO obtuvo en 1974 el Doctorado de Estado en Ciencias y Letras.

Esta exposición nunca se había editado en español.

En “*El orden del Mundo a través de la televisión. Estructura del discurso electrónico*” ya están conformados la Teoría de la Mediación Social, los Métodos lógicos y estructurales, el Modelo Dialéctico de la Comunicación; aportaciones todas ellas de Manuel Martin Serrano con las que ha contribuido de forma importante a partir de entonces, a la renovación de las ciencias sociales sobre todo en el campo de de la comunicación. En su discurso, Manuel Martin Serrano está mostrando cómo fue el proceso de creación teórica y metodológica en el que se gestó su propia obra, que inició cuando tenía treinta años. La intervención del autor que aquí se reproduce además de su importancia científica, tiene mucho interés histórico, porque en ella se trasluce un modo de hacer ciencia social de la comunicación en Francia y Alemania que corresponde a una época de oro, cuando la creación teórica se funda en la solidez metodológica y teoría y metodología avanzan juntas, al encuentro de los temas que son importantes en todo tiempo: en este caso, los cambios en la producción de visiones del mundo y en el control social que se deben a la transformación tecnológica de los medios de comunicación.

En notas a pie de página se indican libros posteriores del Autor en los que se desarrollan cuestiones que está mencionando en esta disertación.

RESUMEN

En todas las sociedades la función comunicativa del medio está sometida a otra de control ejercido por el Mediador. Nuestro objetivo ha sido estudiar las relaciones conflictivas que existen entre la televisión como medio, portador "in ovo" de una cultura icónica y el Mediador Televisión que es una institución de control social.

Hay en el funcionamiento televisivo, un código de la mediación y un código de la comunicación. Mientras que un mediador social ejerce su función de control ideológico utilizando códigos sociales (normas: coerciones, prohibiciones, etc.) que transmiten juicios de valor, un medio ejerce su función comunicativa utilizando códigos lógicos (inclusiones, dependencias, exclusiones, etc.), que transmiten juicios de relación.

Nosotros tratamos de demostrar que toda coerción ideológica de la realidad puede expresarse y producir sus efectos por la intermediación de las constricciones lógicas.

En esta tesis hemos querido poner de manifiesto que las instituciones mediadoras pueden utilizar un medio de comunicación para destruir el tipo de comunicación que hacen posible las nuevas capacidades comunicativas de este mismo medio. Nuestra aportación al conocimiento del control social mediado por el recurso a la televisión, es al tiempo teórica y metodológica. Ha consistido en mostrar que existen constricciones que reducen la variedad posible de visiones del mundo en la televisión; que esa mediación puede ser reflejada en un modelo de producción narrativa; que este modelo mediador, como cualquier otro, tiene una estructura lógica; y que cabe elaborar las metodologías que se requieren para identificar la estructura de los modelos mediadores y cómo funcionan. Hemos creado esos métodos de análisis de la mediación y los hemos aplicado y probado para averiguar cómo es, y como se genera *“El Orden del Mundo a través de la televisión”*.

“La estructura del discurso icónico en la televisión » Manuel MARTIN SERRANO

La televisión es percibida, primeramente, como un medio de comunicación o simplemente como un medio. En cuanto tal-y tal como lo hace la prensa o la radio- la televisión permite que quienes asuman el papel de emisores transmitan a unos receptores mensajes referidos a unos determinados referentes. Como todo medio de comunicación recurre a signos que el emisor y el receptor han de interpretar en el mismo sentido, empleando un código conocido por los dos. El medio televisión utiliza imágenes o íconos, como las revistas ilustradas o el cine, pero se caracteriza porque emplea de vez en cuando un tipo de imágenes de la realidad, que coinciden con la aparición del evento mismo, como es el caso, por ejemplo, de la transmisión en directo de un partido de fútbol. *Son imágenes "índex" que hacen de la televisión un medio no solo icónico, sino además sincrónico con el acontecer.*

Como medio, la televisión supone una revolución en la tecnología de la comunicación. Se ha pretendido que por su esencia tecnológica (que es la comunicación índex), la televisión está destinada a producir una revolución cultural. Algunos estudios sobre los medios afirman que nuestra cultura todavía pre-icónica va a ser sustituida por otra cultura icónica. Este género de afirmaciones están basadas en la hipótesis de que la existencia de una tecnología icónica debe producir necesariamente una cultura fundada sobre las imágenes. Nosotros vemos en este razonamiento una confusión, entre la televisión (con minúscula) como objeto tecnológico y la Televisión (con mayúscula) como institución social mediadora.

El medio televisión es revolucionario desde el punto de vista tecnológico. En cambio la institución social Televisión que asume la mediación es obligadamente conservadora desde el punto de vista cultural. La Televisión cuando media, cumple una función institucional *de ajuste cultural*, similar a la de un educador, un psicoanalista o un eclesiástico.

Como institución de ajuste que está implicada en el control social, la Televisión no utiliza las imágenes en plena libertad.

Tiene la mira puesta en que los valores y los intereses de la sociedad sean confirmados por las imágenes o al menos en que no resulten quebrantados por ellas. Por lo tanto **en la comunicación televisual opera por una parte, un medio de comunicación y por otra, un Mediador en el control social. Ambas funciones deben ser distinguidas.**

En todas las sociedades y en todas las épocas, la función comunicativa de los medios está sometida al control ejercido por el Mediador. Nuestro objetivo ha sido estudiar las relaciones conflictivas que existen entre la televisión como medio, portadora "in ovo" de una cultura icónica, y la Televisión como Mediadora, institución de control social. Esa función de control hace que la Televisión intente salvar cuando media, la ideología de una cultura pre-icónica vigente, que es propia de las Sociedades Industriales. Estos son los términos para exponer el análisis:

- Por una parte, existe un proceso de ajuste realizado por la Televisión como institución mediadora. Tal proceso está orientado a reproducir coerciones y normas que son propias de una sociedad dada. Estos códigos de control social, se introducen operando en el relato con la referencia que se hace a lo que existe y sucede en el entorno social.
- Por otra parte existe un proceso de ordenación de los signos audiovisuales en el interior de los mensajes, que la televisión efectúa en su condición de medio, con el fin de introducir los códigos de la comunicación, es decir, las constricciones lógicas que le permitirán al receptor decodificar las narraciones televisivas y comprender su significado.

Hay pues, en la televisión, dos códigos: uno de la mediación y otro código de la comunicación. Mientras que el Mediador social Televisión ejerce su función de control ideológico utilizando códigos sociales (normas, coerciones, prohibiciones, etc.) los cuales transmiten juicios de valor sobre lo que hay y acontece, el medio televisión ejerce su función comunicativa utilizando códigos lógicos (inclusiones, dependencias, exclusiones, etc.), que transmiten juicios de relación entre los elementos expresivos.

Hemos planteado la hipótesis de que existe una traslación de la coerción social a la coerción lógica. Tomamos por ejemplo el juicio de valor siguiente: "Una persona ociosa *no puede ser* una persona virtuosa". Desde el punto de vista lógico, contiene una exclusión. Pero si se dice: "El trabajo procura *generalmente* la satisfacción de los deseos". Esta sentencia comporta una implicación lógica. En la afirmación "No existe progreso sin orden" hay una inclusión.

De acuerdo con esta hipótesis al Mediador le será posible controlar la visión del mundo ofrecida a la audiencia en la televisión, sin necesidad de declarar explícitamente juicios de valor. Se alcanzarían los mismos resultados –desde el punto de vista del control social- operando con los tipos de relaciones formales que se establecen entre las imágenes; es decir, organizando de diferentes modos las relaciones de inclusión, de implicación o de exclusión. Esto es como decir que, *en la Televisión los códigos ideológicos de control social están incorporados a nivel de los códigos lógicos de la comunicación.*

Existiría una correspondencia entre los juicios de valor sociales-gracias a los cuales el Mediador logra el control- y las relaciones lógicas, por medio de las cuales el medio codifica los mensajes. Esta hipótesis se confirma si resulta posible remontarse al sistema de coerciones que organiza las visiones del mundo que utiliza el Mediador partiendo del sistema de orden narrativo que utiliza el medio. Para ello hemos hecho emerger el modelo lógico que corresponde a la producción narrativa de la Televisión española y hemos llegado a predecir operando con ese modelo, los tipos de narraciones ideológicas que en consecuencia, cabría prever.

Cabe hacer las siguientes aclaraciones: existe un propósito explícito de influencia y un control social que se lleva a cabo *en los contenidos* de los relatos televisuales. Y también hay que tomar en cuenta las influencias, intencionadas o no sobre la naturaleza del mensaje, que son propias de los *signos icónicos*. Pero según resulta de nuestra investigación, en nuestra sociedad, los medios llevan a cabo su influencia y control sociales más específicos por medio de los códigos de la información. Así sucede con la Televisión, porque expresa puntos de vista sobre lo que hay y acontece en la sociedad, mediante *la forma* de introducir orden en su actividad como medio.

El universo de los mensajes no se diferencia (en sus funciones mediadoras) por la diversidad de los contenidos, como lo dicen los empiristas, ni por la naturaleza tecnológica del medio, como lo sugiere McLuhan, sino por la estructura del código:

- Rechazamos la hipótesis empirista, según la cual la influencia característica de los medios es atribuible a los contenidos que transportan. Nosotros ya habíamos verificado en investigaciones previas sobre la televisión escolar, que el Mediador no conseguía influir en las actitudes utilizando una información explícitamente tendenciosa; estaba obligado a situarse próximo a los puntos de vista ideológicos compartidos por la audiencia.

De la misma manera, la presentación no doctrinaria de los hechos no es garantía suficiente de objetividad. Cuando la televisión muestra imágenes sin una toma de partido aparente, es cuando el espectador deja de percibir la existencia del Mediador detrás de lo que ve. En ese momento el Mediador queda oculto por «el aparato» por el objeto-televisión que puede ser percibido como una simple ventana abierta al mundo, pero, que sin embargo provee con sus relatos, de visiones de la realidad que ya están pensadas, incorporadas en la puesta en orden de las imágenes que transmite.

El estado más autoritario podría ofrecerse una Televisión que lo mostrase todo y no adoctrinase a nadie, sin el riesgo de que peligrase la estabilidad de sus coacciones ideológicas, en la medida en que estas mistificaciones fueran asimiladas a los códigos de la información.

• Tampoco la naturaleza tecnológica del medio explica la influencia de la Televisión, si con ello se pretende afirmar que la iconicidad determina las características del modelo de control social, independientemente de la sociedad que utilice este medio audiovisual. Nos hemos opuesto a esta hipótesis materialista de los procesos culturales, a partir de otras investigaciones en el campo de los medios masivos. Mostramos que un mismo tipo de visión sobre el mundo puede ser transmitido por un anuncio, la radio, el cine, la televisión misma. Por ejemplo se difunde una determinada visión ideológica de la realidad en la telenovela, las caricaturas, las canciones publicitarias, los westerns e incluso en hojas impresas por las parroquias, sin que las diferencias tecnológicas obstaculicen su conformación ni la deformen.¹

Queda establecido que resulta posible actuar sobre las actitudes de la audiencia a través de los códigos de los mensajes, pues existe un isomorfismo entre los códigos ideológicos de control social y los códigos lógicos de la comunicación en tanto que ambos son modelos de orden. *Este estudio se presenta pues, como una investigación de los modelos ideológicos de control social poniéndoles a prueba mediante los modelos lógicos de la comunicación.*

Este procedimiento de investigación se parece a lo que hace un químico cuando identifica qué tipo de combinación de elementos existe en un compuesto, sometiendo el producto a reacciones que caracterizan a las fórmulas combinatorias previamente conocidas. Como el químico, el sociólogo dispone de las formas combinatorias que conoce *a priori*: son los modelos lógicos de la comunicación.²

Finalmente, intentamos demostrar que toda coerción ideológica de la realidad puede expresarse y producir sus efectos por medio de coacciones lógicas;³ lo cual no quiere decir que las visiones del mundo que se proponen en la televisión, sean siempre racionales o se muestren de forma explícita. Pero por el hecho de que estas representaciones están conformadas como modelos lógicos de la comunicación, se hace posible para el investigador explicar racionalmente el funcionamiento de la irracionalidad, que a veces caracteriza al sistema de control social que se encuentra en la televisión.

Nuestra investigación prueba que los estereotipos ideológicos se ponen de manifiesto aplicando un modelo mosaico⁴ al análisis de los atributos con los que se describen esos estereotipos en los

¹ Entre las investigaciones que prueban este análisis, puede consultarse: Manuel MARTÍN SERRANO 1981 *“Los usos de la comunicación social por los españoles”* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

² Resumen de la metodología y sus aplicaciones: Manuel MARTIN SERRANO: **1974 “Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la Enculturización”**. Revista española de Opinión Pública. Nº: 37, Págs. 23/83 Madrid.

³ Hipótesis desarrollada por Manuel MARTIN SERRANO en: « **1977 “La mediación social”** Madrid. Edit. Akal. **2008 : última edición, conmemorativa del trigésimo aniversario** (prólogo del autor).

⁴ La hipótesis subyacente al modelo mosaico es que los hechos son inicialmente independientes entre ellos e igualmente probables. La mediación mosaica desune todos los datos, los desarticula y los presenta sin discriminación unos junto a los otros. Es un orden de secuencias. Crea una suerte de democracia de los hechos: cualquiera que ellos sean, pueden integrarse en la misma definición de la realidad. Teóricamente, el orden de yuxtaposición permite la variedad máxima. La única restricción a la variedad consistiría en que determinados conjuntos aparecen juntos más frecuentemente desde el punto de vista estadístico. La disposición de los hechos en el espacio mosaico no agota todos los conjuntos combinatorios posibles. Mostrando las disposiciones más probables y frecuentes aplicadas a los hechos, respecto a la variedad de disposiciones posibles, podemos mostrar el orden efectivo que organiza el espacio mosaico. Diversos autores que se han ocupado de la cultura mosaica, señalan que las constricciones más características se realizan mediante otro tipo de código, oculto detrás de la aparente democracia de los hechos que sugiere nuestra cultura mosaica: por ejemplo, A. Moles habla de “contraintes d’accessibilité” (*Sociodynamique de la culture*, Montan, París, 1967.)

relatos de la televisión. Dicho modelo permite determinar los subconjuntos de combinaciones de los atributos más probables y los más frecuentes, en relación a la variedad de los subconjuntos posibles. Por ejemplo, teóricamente se podría esperar encontrar, un rol descrito por la combinación de los atributos (adulto/ pobre/ idealista). No obstante, en la práctica, este subconjunto es muy poco probable, pues hay una exclusión entre sus rasgos: un personaje idealista y pobre no puede ser adulto en la narración televisiva. Por el contrario, el arquetipo (apasionado/egoísta) es muy frecuente. En otros términos, cada atributo determina la presencia o la ausencia de otros; y viceversa.

El repertorio de características resultante del análisis de nuestro corpus de relatos televisivos, y la aplicación de las reglas que rigen las combinaciones de unas con otras características, haría posible producir, teóricamente, un total de 559,871 subconjuntos mosaicos distintos, que son los estereotipos narrativos. Sin embargo, solo existen veintinueve en la televisión. Así se constata el extraordinario grado de estereotipia de los personajes. Estas restricciones a la libre combinación entre los atributos son significativas de un control que es atribuible a la sociedad.

En ochenta y nueve por ciento de los casos la televisión produce sus relatos (las grandes unidades del discurso que son compuestas de tantos estereotipos como se quiera) atribuyendo a los personajes que encarnan los roles uno o varios de estos veintinueve tipos mosaicos.

Sin embargo, estos veintinueve estereotipos no son los componentes más simples. Se crean a partir de la combinación de otros clichés aún más elementales y menos numerosos. En el interior de las veintinueve estructuras, hay subconjuntos de atributos que se repiten, constantes que hemos denominado « televisemas ».

Un televisema representa un vínculo a priori entre varios atributos del rol. El televisema transmite un punto de vista constante sobre el mundo; por ejemplo: « un rol íntegro debe ser necesariamente realista », « los intereses privados son permitidos si están orientados a la satisfacción inmediata de las necesidades », « la realización del Ego supone la interiorización de las convenciones », etc.

Un televisema equivale a un super-signo cultural en las investigaciones del Prof. Dr. A. Moles. Es comparable también a los *mitemas*, tal y como se conciben en los trabajos de V. Propp. Los televisemas son constantes culturales, lo cual se verifica mostrando que dan cuenta de otros relatos pre-televisivos. Por ejemplo, hemos descompuesto el conocido cuento «Blanca Nieves» en un repertorio de estructuras mosaicas elementales, que encuentran su réplica en algunas de las estructuras estereotipadas que utiliza la televisión.

En el siguiente paso hemos construido un modelo formal con el que se puede generar el tipo de relatos “permitidos” por las reglas de constriñen la creación narrativa de los relatos televisuales. Modelo que también ofrece la posibilidad de conocer el tipo de relatos que no pueden esperarse de la narración televisiva. A la vista de estas constricciones, es falsa la apariencia de mosaico que presenta el relato televisivo, en la cual parecería que todo puede aparecer con todo. En realidad un número muy reducido de estereotipos y de reglas de formación basta para construir el repertorio de relatos.

Seguidamente hemos planteado la hipótesis según la cual la apariencia mosaico de la televisión no es más que el aspecto exterior de otro sistema de ordenamiento de la realidad que es característico del Mediador icónico. Se trataría de un modelo de orden «articular» semejante al sistema de la lengua. Si se confirmase esta hipótesis cabría aceptar que por debajo del discurso televisivo, existe una lengua que opera con el lenguaje de las imágenes. Esa posibilidad ha sido frecuentemente sugerida por los semiólogos pero jamás ha podido ser demostrada.

Hemos intentado verificar la existencia de tal lengua en la televisión. Pero no hay en el campo de las técnicas de investigación social un método que permita analizar los procesos del control

social como si fuese un lenguaje articulado. Para hacer posible la aplicación de este planteamiento hemos ampliado los métodos estadísticos de la sociología hasta los métodos lógicos de la lingüística. La técnica que hemos construido permite aislar las diferencias específicas que existen entre el conjunto de estructuras ideológicas del discurso televisivo. Con ella se abre la puerta a la utilización del análisis articular en la sociología, de forma semejante a como se aplica en los análisis lingüísticos. Creemos haber identificado los componentes, la sintaxis y la semántica de una gramática del discurso ideológico en la televisión. Ahora podemos afirmar que existe, en el sentido científico del término, una *lengua* icónica propia de las imágenes; y que las relaciones existentes entre los códigos ideológicos del control social y los relatos de la televisión, son equivalentes a aquéllas que aparecen entre una lengua y un lenguaje.

Los modelos articulares operan con las constricciones propias de estos códigos. Son la *disociación* de los elementos del discurso y su *articulación*. Tal sistema de orden afecta a la formación de los relatos, tanto en el nivel formal como en el ideológico. ***A nivel formal, existen reglas que disocian los elementos del discurso en planos, que se corresponden con otras reglas que a nivel ideológico, disocian el universo de los referentes en «mundos» o «temas».*** Es así como encontraremos el plano del «nosotros» el de «los otros», el de la «ciencia» el «arte», el de la «actualidad» el de la «intemporalidad», etc.⁵

El Mediador puede siempre escoger los estereotipos del rol entre los cuales quiere establecer distinciones y los personajes que lo van a asumir. Pero para hacer las asignaciones debe recurrir a criterios prescritos. Por ejemplo, si quiere establecer distinciones entre el plano de los individuos «idealistas» y el de los individuos «realistas» el Mediador debe introducir como diferencia pertinente entre ambos roles, precisamente que el individuo idealista no puede ser reconocido como dirigente de un grupo, en tanto que este mismo rasgo es específico del individuo realista, y por lo tanto es la marca que les diferencia.

La simplicidad que tiene el uso que se hace del modelo articular en la Televisión muestra que la ideología que aplica el Mediador para el control social es muy redundante. En los relatos se contrastan identidades que parecen ser distintas. Pero cuando se les analiza se constata que contienen los mismos rasgos, lo cual les hace prototipos sinónimos. Por ejemplo, la televisión se refiere frecuentemente al plano de *los seres apasionados* para enfrentarlo al plano de *los seres auto-reprimidos*. Pero se comprueba que estos dos mundos de la pasión y de la autorepresión, apenas se oponen: son complementarios. Se es un apasionado en la Televisión por los mismos rasgos que distinguen a un autoreprimido: se les exige que uno y otro sean roles integrados en el grupo.

Un modelo de orden articular tiene la ventaja, desde el punto de vista ideológico, de presentar una imagen del mundo de la cual se ha eliminado la contradicción. El modelo articular permite transmitir esta visión del mundo: «si dos cosas son contradictorias, queda excluido que ambas puedan pertenecer a la misma realidad». Cuando aparece una contradicción el modelo introduce planos distintos para cada una de las partes que se contraponen. Hay pues, en la Televisión, múltiples realidades. El modelo de la realidad se articula y hace más complejo, en vez de optarse por referirse al cambio de esta realidad. Veamos con un ejemplo, cómo opera el razonamiento disociativo:

La televisión trata el tema del *hambre* haciendo referencia a los niños de Biafra, y el tema de la *saciedad* refiriéndose a la comida enlatada para gatos y perros. En el reportaje consagrado a Biafra, no falta nada, excepto la falta: el hambre de estos niños no es la negación de la saciedad. Aparece como un *hecho* que no se contrapone a ningún otro: existe. Igualmente, en el mundo televisual, la saciedad tiene un lugar que ninguna otra realidad discute. El hambre y la saciedad, se muestran por el mismo medio de comunicación y están referidas al mismo espacio humano y

⁵ Un análisis más detallado en : Manuel MARTIN SERRANO 1977 “**La mediación social**” Madrid. Edit. Akal. 2008: **última edición, conmemorativa del trigésimo aniversario** (prólogo del autor).

a la misma época. Pero hambre y saciedad no se relacionan para plantear un problema de valores. En la narración, no es inevitable su oposición. Es suficiente con que este modelo disponga de las dimensiones necesarias para que el hambre humana y la saciedad canina no choquen jamás; incluso aunque se les muestre una al lado de la otra.

Hemos hecho manejables estos códigos de formación de “los discursos” en la televisión recurriendo a un modelo lógico que engloba todas las conmutaciones posibles que *la lengua* televisiva permite; y hemos identificado el conjunto de discriminaciones entre los estereotipos culturales que existen en el interior del universo ideológico con el que opera el Mediador. Operando con esta “lengua” se verifica que la distinción que la Televisión establece entre los planos a los cuales pertenecen « los miembros », en relación a los planos a los cuales pertenecen los « no miembros » sirve de eje a todas las otras distinciones ideológicas.

- Los « miembros » corresponden a roles etnocéntricos, entendiendo por etnocentrismo la orientación hacia un endo-grupo del que el sujeto forma parte (una familia, sus amigos, su pueblo, nación, etc.) Los « miembros » tienen voluntad de seguir los valores particularistas del grupo, aceptan la validez de esos valores y manifiestan el convencimiento de que son valores superiores. Asumen con gusto la posición reservada a su rol dentro del endo-grupo y tienen la capacidad de ser amados y de amar a los otros miembros del endo-grupo.

- Los « no miembros » son los roles abiertos a los extranjeros; a criterios, costumbres o normas que caracterizan a los otros grupos.

Este mismo tipo de disociación que hemos encontrado en el espacio social, se reproduce en el tiempo social. La Televisión establece una discriminación entre los eventos « vigentes » a los cuales concederá el valor de aconteceres pertinentes para describir la realidad y los eventos « no vigentes » que no conciernen al presente y se describen privados de futuro. Están en vigor, por ejemplo, los eventos que se refieren a la política, a la salud; los que tienen como sujeto a las asociaciones (del tipo « Naciones Unidas » o « Real Madrid ») y los que conciernen a « los automóviles ». No están en vigor, por ejemplo, los eventos que afectan a « la mujer », a « los niños » o « los adolescentes »; a « los artistas », « los trabajadores ».

En la Televisión el consenso social se hace reposar sobre la exclusión de los individuos y de los eventos extraños al endo-grupo. El repertorio de las demás articulaciones sirve para reforzar esta disociación entre el « nosotros » y los « otros », entre « lo nuestro » y « lo de otros ».

Después de haber mostrado la estructura mosaica y articular del conjunto de variables que incluye el análisis que hemos hecho de la producción televisiva, hemos llevado a cabo un análisis semejante en el interior de cada dominio parcial del mundo televisivo. Hemos identificado como son las estructuras de los atributos que califican a los roles; de las relaciones sociométricas que los vinculan; de los focos de interés que los animan, de las normas que guían sus comportamientos; y del logro o fracaso que derivan de los esfuerzos que realizan.

** El estudio de los adjetivos que califican a los roles ha demostrado que los significados se distribuyen en torno a tres estereotipos:*

• En el mundo de la Televisión, existe un estereotipo del rol **« digno de confianza »**. Trabaja con el único objetivo de renovar todos los días esa confianza que le otorga el grupo. Evita que la sexualidad le desvíe de sus deberes. El contenido y la finalidad del trabajo que realiza no le conciernen. Este rol ya no tiene una ocupación que le defina: desempeña « misiones ». La estructura « digno de confianza » se aplica por ejemplo al « dirigente de una

compañía» que en los relatos televisivos es digno y también amigable; al «funcionario» y al «cura» que son «dignos» y «generosos».

- También existe el rol « **enérgico** » que describimos como una réplica moderna del buen salvaje. Sirve para introducir la fuerza al servicio del orden establecido. Trae seguridad al grupo.

- Además, existe el rol « **feliz y bello** ». Su contenido nos ha recordado al arquetipo de «la cigarra que canta»: como ella vive para el placer y excluye la obligación de trabajar. Introduce el erotismo y el bienestar físico. Los personajes más representativos juegan el papel de «la hija» y «la esposa».

Hemos comentado que el estereotipo « trabajador » ha perdido toda denotación propia. No es más que un sinónimo de « digno de confianza ». En la Televisión, el personaje trabaja para aportar garantías, para mostrar su devoción a las normas propias de su grupo.

De la misma manera la sexualidad no existe fuera de los significantes «feliz» y « bello ». En la Televisión la sexualidad está desviada de su relación con el placer, para ser mostrada como *erotismo*, que se encuentra en todos lados pero que no se goza en ninguna parte.

Estos cambios culturales a nivel del lenguaje icónico revelan una transformación a nivel de los valores de nuestra sociedad. *La mística de la abundancia, utopía que ha permitido a la ideología industrial justificar los costos sociales y afectivos de la industrialización, está ya ausente en la televisión, que la reemplaza por la anti-utopía de la seguridad.*

En una sociedad cuyo mito es la abundancia, los impulsos no dirigidos hacia la productividad daban miedo. El personaje que la fascinó es quien puede imponerse por el sexo. En otra sociedad cuyo mito es la seguridad, lo que da terror es la energía que no se orienta hacia la perpetuación del orden social establecido. Por consiguiente, su tema preferido será la violencia. Dicha sociedad estará fascinada por el personaje que se impone por la fuerza. Tal es el caso de la Televisión, donde las normas represivas, utilizadas por la sociedad industrial para transformar a un individuo libidinoso en un individuo productivo, ya no existen: éstas han sido reemplazadas por otras normas que pretenden enseñarnos cómo se puede lograr que un ser agresivo sea digno de confianza.

* *El estudio de las relaciones en el interior de los grupos -familiares, laborales, deportivos o nacionales, entre otros- muestra que existen dos destinos sociales: uno para los roles dirigentes y los guías; y otro para los roles dirigidos y los comparsas. Lo que está permitido en el desempeño de un rol dirigente (por ejemplo la agresión hacia otros miembros del grupo) está prohibido para un rol dirigido. Lo que se exige del rol de los comparsas para que sean aceptados (por ejemplo que sean bellos, deportistas, mostrarse felices) no es obligatorio para un rol de guía.*

Las relaciones son *democráticas* en el grupo cuando se trata de participar, por ejemplo, de la compañía de una bella muchacha; o de disfrutar del deporte. Por el contrario, son *jerárquicas* cuando se trata del poder. Ciertos roles –los pudientes, los influyentes– *deciden*, mientras que los otros *se entusiasman*. Cuanto más genérico sea el rol, menos voz propia tiene y más afectividad contiene. En los roles no-decisionarios la implicación emotiva reemplaza a la expresión de juicios. Estos roles que pertenecen al coro, aprueban o desaprueban, adulan o detestan. Es así como los trabajadores «colaboran» « expresan su confianza» «esperan»; mientras que el ministro «informa» «desmiente» «proyecta». Participación de los miembros dirigidos significa en la Televisión no el derecho de expresar las opiniones o intereses propios, sino la oportunidad de expresar los sentimientos que se experimentan a raíz de las decisiones de los líderes.

**El estudio de los focos de interés que se ofrecen al rol, muestra que no existe diferencia específica entre los diversos deseos que se manifiestan en las narraciones de la Televisión. La elección entre uno u otro objetivo vital carece de sentido porque están borrados los límites entre las alternativas existenciales. En el desempeño del rol un personaje puede perseguir, en cada momento, cualquier objetivo en la vida, pero a condición de que se proponga alcanzar más de uno en el mismo tiempo. Se les presenta queriendo obtener todo un conjunto de cosas análogas. Este tipo de insaciabilidad no instauro la abundancia, sino la redundancia. En todo caso los ámbitos en donde se les permite a los actores que juegan los roles seguir sus aspiraciones personales, son la guerra, los deportes, la nobleza o el sexo.*

**El análisis de los valores expresados por los comportamientos de los personajes muestra que en la Televisión se utiliza un modelo axiológico maniqueo:*

*-Se desmotiva la visión **idealista** de la vida, para promover una concepción **realista**. Lo que diferencia específicamente al personaje que guía su conducta según las normas idealistas, de aquel personaje que ajusta su conducta a las normas realistas, es que el idealista será castigado con el fracaso, mientras que el realista siempre logrará alcanzar el éxito.*

*-Una segunda división se establece entre los valores que motivan **conductas impulsivas** y los que proponen **comportamientos disciplinados**. El personaje disciplinado, que renuncia al placer inmediato, vislumbrando objetivos más lejanos, es condenado al fracaso, mientras que el personaje impulsivo es premiado con éxito, placer y satisfacción sexual.*

Comparemos esta elección de valores que promueve la Televisión, con las normas transmitidas en los libros de lectura escolares de los años cincuenta. La *impulsividad* de una chiquilla, "la mala Juanita", generaba la desgracia, el castigo y finalmente el fracaso. Por el contrario, la *disciplina* de «la buena Juanita» -una adolescente que reprimía sus deseos naturales- veía recompensado su sacrificio con el éxito. Estos modelos eran característicos de la pequeña burguesía española y marcaron la educación de nuestra infancia. En las narraciones de la Televisión se ha invertido la pauta.

Numerosos datos indican que la Televisión no se está limitando a transponer la ideología de la sociedad industrial a otro lenguaje narrativo. Por eso hemos tratado de verificar si la estructura normativa de la televisión realmente se correspondía con la estructura normativa de una sociedad industrial, tal y como está descrita por Parsons y otros autores.

Según Parsons las pautas universalistas y pragmáticas son características de una sociedad industrial. En la Televisión los valores que corresponden a esas normas de referencia aparecen raramente y no suelen ser recompensados. Por el contrario, predominan pautas particularistas y compulsivas y los Mediadores articulan los comportamientos que proporcionan gratificaciones alrededor de los correspondientes valores. *Las normas existentes en la Televisión son a veces propias de una sociedad burocrática, a veces propias de una sociedad carismática.* Y sin embargo, la sociedad española es actualmente una sociedad industrial. Se podría pensar que esta incongruencia sea una particularidad de la televisión española. Pero el análisis comparativo de contenidos procedentes de la televisión estadounidense da los mismos resultados.

La institución arquetípica que aparece configurada alrededor de las normas burocráticas, es la Justicia. Y la institución más arquetípica entre las que se muestran aplicando normas carismáticas, es la Televisión misma. La Política y la Religión son valorizadas por recurrir a normas pragmáticas. Así, el personaje que juega el rol de revolucionario -de la misma manera que lo hace aquél personaje que encarna el rol de contrarrevolucionario, se comporta siguiendo criterios pragmáticos. Igualmente son pragmáticos y no dogmáticos los comportamientos de las jerarquías religiosas.

En resumen, cabe responder a la cuestión que hemos investigado, aclarando si el modelo ideológico mostrado en la televisión corresponde a una sociedad industrial, o bien a otra organización social que ya la ha sobrepasado:

Algunas características fundamentales del modelo de rol en la sociedad industrial son opuestas a las características fundamentales del modelo de rol en la televisión:

-La sociedad industrial reposa en el universalismo. La televisión está enraizada en el particularismo.

-La sociedad industrial exige neutralidad ante las afectaciones. La televisión impone afectividad.

-La sociedad industrial es un sistema de aprobaciones. La televisión ofrece el amor en lugar del prestigio.

-La sociedad industrial define sus pasiones como acción productiva. La televisión las define como pasividad.

-La sociedad industrial propone ambiciones irreprochables que ven cada vez más alto. En la televisión, la ambición es solamente la sumisión sin altruismo.

-La sociedad industrial estimula la iniciativa gracias a la competencia. La televisión rechaza la iniciativa: un competidor lucha contra las normas extrañas a su grupo, y no contra los otros miembros de su grupo.

-La sociedad industrial justifica la eficacia por la dirección científica, y no por la existencia de hombres excepcionales. La televisión hace reposar la seguridad sobre la acción de líderes carismáticos.

-La sociedad industrial propone al hedonismo como móvil de los comportamientos. La televisión propone la seguridad.

-La sociedad industrial teme a la sexualidad. La somete a la productividad. La televisión la considera como un vínculo etnocéntrico, la libera de la productividad, y la pone al servicio del consenso. La televisión ofrece las manifestaciones sexuales como una técnica de relaciones humanas, democratizando el erotismo, que pasa del dominio de la satisfacción privada al de las actividades colectivas.

Hemos tratado de dar cuenta del conjunto de estas observaciones en forma de un relato mítico. Partiendo de la disociación « miembro//no miembro » que da origen a todas las otras disociaciones de los relatos televisivos, proponemos la idea de que la Televisión abre un nuevo ciclo mítico. Si el impulso que ha distinguido a la sociedad industrial ha llevado a que se la describa recurriendo al mito de Prometeo, la sociedad que nos presenta la Televisión puede ser descrita por el mito de Abel, « el que permanece siempre bajo la mirada del Padre » No se trata ya en esta nueva visión del mundo de traer el fuego al hogar, sino de conservarlo. Tampoco se trata de promover la innovación ni de estimular la partida hacia lo desconocido: se trata de la reproducción, de la estabilidad y de la seguridad de lo que existe y se tiene. Una sociedad en la cual los medios de comunicación han perdido el derecho a la creatividad. ***Nosotros ya no describiríamos al mundo que nos propone la televisión, como la sociedad de la abundancia, sino de la redundancia.***

La visión que se ofrece de la sociedad burocrático-carismática, es propia de una organización «redundante» que da a la rutina una predominancia absoluta, en la cual solamente es *digno de confianza* lo que se reproduce siguiendo los códigos. En ella únicamente el azar sigue siendo creativo. Al identificar la seguridad con la redundancia y con lo programado, la producción comunicativa ha debido de ceder al azar la creación de la novedad. En lo que concierne a la utilización de los medios de comunicación, esta sociedad tiene, como única fuente de originalidad, lo imprevisto. En consecuencia sólo es nuevo y digno de ser comunicado el evento fortuito, pero sólo es objetivo e importante el evento codificado.

En este diseño del mundo los medios de comunicación masiva juegan el rol de los augures. Una vez identificado el evento aún palpitante, interpretan lo que está sucediendo en función del repertorio inmutable de los significados ideológicos. Hacen una contra-profecía: he aquí que lo inesperado viene a confirmar lo que ya es conocido.

Los medios de comunicación de masas están aprisionados entre la pobreza de un sistema que rutiniza y es incapaz de innovar, y el carácter provisorio de un azar siempre devuelto al orden. Se comportan frente a la información como Penélope con su telar. Informar consiste, ora en presentar el evento imprevisto como previsible, ora en presentar el evento previsible como imprevisto. Funciona la comunicación unas veces recurriendo a los códigos cuando el evento es demasiado original y traumatizante; otras veces remodelando los códigos cuando el orden es demasiado trivial y monótono. *En la actividad de la televisión, como en el trabajo de Penélope, pasan muchas cosas, pero casi nada cambia.*

La verificación de que la televisión es utilizada para garantizar la estabilidad de los códigos de orden que son el fundamento del consenso y del control social, nos ha llevado a repensar el uso que cabe hacer de la teoría de la información, desde el punto de vista de la praxis de la comunicación. ***Hemos mostrado que la comunicación a través del medio televisión tiene como objetivo principal, no la información sobre los referentes de la realidad, sino la reproducción de los códigos mismos.***

En el mensaje de la televisión, no se discuten los códigos; una vez asumidos el receptor queda libre de elegir estas, aquellas, o cualesquiera otras imágenes como *ilustración* del código. Son así las formas de comunicación que tienen carácter ideológico y así es la manera de producir comunicación que predomina en la Televisión.

Nos hemos preguntado entonces cuál era la explicación de las dos series de conclusiones de nuestra investigación. A saber:

- Por una parte, por qué razones el modelo ideológico que corresponde a una sociedad industrial ha sufrido cambios tan importantes.
- Por otra parte, por qué la praxis de la comunicación índex, que dispone de imágenes en tiempo real, se orienta hacia la transmisión de información orientada a reproducir los códigos y no a mostrar los referentes.

Para explicar esta situación sugerimos que existe un conflicto entre la innovación permitida por el sistema de comunicación icónica y las restricciones que caracterizan a una cultura abstracta pre-icónica.

La televisión permite un conocimiento directo de los hechos, simultáneo y sin intérpretes. Se puede tener una idea aproximada de lo que podría llegar a ser el empleo de la televisión como medio de exploración del acontecer cuando, por azar, las cámaras han recogido un hecho «fuera del programa». Por ejemplo como fue el caso en la escena del asesinato de Oswald en el comisariado de Dallas. En esta ocasión la televisión funciona como una copiadora del evento; mientras que hoy por hoy se utiliza, generalmente, como vitrina del taller de producción de los

programas. La comunicación index que está al alcance de la televisión ha sido una posibilidad desconocida para nuestra cultura pre-icónica, pero sobre todo, es conflictiva con los rasgos que la caracterizan. Una cultura que no puede mostrar imágenes está obligada a recurrir a símbolos artificiales. Estos signos suponen la existencia de un repertorio de códigos abstractos que contienen estereotipos compartidos. Dicha estereotipia o redundancia de la cultura pre-icónica se reproduce en todos los niveles de la vida social: en los clichés cognitivos (prejuicios), en los comportamientos rutinarios (costumbres), en los intereses prescritos (motivaciones), en las relaciones convencionales («la buena educación»), en las cadencias o ritmos programados (por ejemplo en «la organización científica del trabajo»).

La preservación de estos estereotipos y su repetición redundante hacen posible la unidad cultural y por consecuencia, es el objetivo más importante de las instituciones que socializan. Mientras que los signos icónicos de la televisión sirven para *mostrar* los hechos, los signos artificiales de la cultura abstracta sirven para *demonstrar*: estos últimos han sido establecidos para proporcionar concepciones consensuales de la realidad a individuos que no verán jamás los eventos sobre los que se les informa. Esto explica que la mayoría de los significantes culturales estereotipados son signos producidos para suplir la carencia de las imágenes a las que sustituyen.

Queda dicho que los signos abstractos, por ejemplo en el lenguaje escrito, son fundamento del consenso cultural en nuestras sociedades. Reenvían a *códigos particulares* que el emisor y el receptor deben aprender, compartir y aceptar para tener acceso a la información. Por esa razón y como es sabido la cultura es, en principio, tanto menos accesible cuanto más artificiales sean sus signos. Así, el analfabeto no puede recibir información en el texto de un libro, por ejemplo sobre el aspecto de la tierra, dado que ignora los códigos de la lectura. Pero cuando ve en su televisor las imágenes de la tierra enviadas por satélite, el analfabeto puede utilizar los códigos generales que él conoce para comprender la información. Si analizamos, desde el punto de vista del control social, las consecuencias que tiene la existencia de un medio televisivo que muestra directamente imágenes procedentes de los eventos en el momento en el que suceden, repararemos en que el «controlador» ha perdido control sobre los referentes con la aparición de los index en la comunicación. Por ejemplo cabe describir en la prensa escrita, el comportamiento de los obreros en el curso de una huelga de muchas maneras, incluyendo las que son falsas. Al lector no le es posible cotejar el relato con lo sucedido. Pero no se puede falsificar a los referentes (en este caso, los comportamientos reales de los obreros), si las imágenes en la televisión los muestran tal como acontecen. El control social confiado a la comunicación estaba asegurado en la sociedad pre-icónica por el dominio de los referentes. Anualmente ha sido forzado a desplazarse a la preservación de los códigos que sirven para dar su valor a los hechos.

La sociedad pre-icónica defiende su cultura contra el nuevo modo de comunicación icónica, aplicando en la televisión un código de mediación abstracto -el código articular que hemos descrito en la práctica de la prensa- para traducir los signos index en signos artificiales. Nuestra época es la de los traductores. La televisión traduce en imágenes una cultura pre-icónica.

Y sin embargo la televisión puede ser el medio de comunicación de otra cultura fundada sobre la imagen. Hay en la imagen una posibilidad de comunicación integral a la vez afectiva, racional y estética que puede pasarse de la concepción abstracta e instrumental de la realidad. Las imágenes «index» son instrumentos culturales, aptos para sustituir al sistema lógico-abstracto de los símbolos. Los «index» pueden ser empleados no simplemente como un sistema connotativo paralelo al sistema de signos abstractos (la utilización actual), sino como un sistema denotativo innovador.

Desde otro punto de vista el lenguaje de las imágenes también es universal, porque no está reservado a una élite cultural, a un grupo étnico o lingüístico. El alcance y la difusión de las

imágenes no tienen fronteras mientras éstas no sean impuestas. Se comprende que las imágenes hayan penetrado en una sociedad estratificada como el caballo de Troya.

La televisión es tecnológicamente un medio de comunicación susceptible de ser utilizado para romper con los localismos. Esta capacidad explica cual es la finalidad que tiene el sistema disociativo y etnocéntrico que se emplea en nuestra sociedad para controlar las imágenes. La tecnología de la comunicación index por ser universal en todos los sentidos de la palabra, supone una amenaza evidente para una organización social retrasada en relación a sus instrumentos. *Este desfase entre un instrumento comunicativo que abre los acontecimientos del mundo a todo el mundo y una organización que los encierra, se plantea narrativamente en términos de etnocentrismo/versus/exocentrismo.*

Según lo dicho, la ideología que transmite la Televisión aparece como un control para negar al medio mismo. Corresponde a una forma de producción comunicativa que está orientada a encerrar en los límites de una representación etnocéntrica del mundo, a todo lo que la televisión abre por sus posibilidades técnicas cuando muestra el mundo. ***La institución Televisión tiene como objetivo fundamental anular al medio televisión.***

Este sistema de ajuste que opera para preservar la estabilidad y la seguridad es sin embargo disfuncional, y en el largo plazo no garantiza la reproducción de la organización social industrial. Porque esta última fue concebida para actuar en un medio que tienda a la apertura, a la expansión. Por otra parte, tal sistema de ajuste impone un modelo de orden que no se corresponde con el que podría ser adoptado en una sociedad icónica futura. *Quizá nosotros estamos a punto de vivir un periodo de transición histórica equivalente a aquél en el que la imprenta reemplazó a los escribanos públicos.* De la misma manera que la sociedad medieval trató de perpetuar su cultura «de autoridades» utilizando los moldes de imprenta para producir manuscritos, es igualmente posible que nuestra sociedad esté todavía transformando la imagen en molde, en cliché, en estereotipo. No tenemos aún el distanciamiento histórico necesario para saber si, en los alvéolos de nuestro mundo industrial, está por constituirse una nueva sociedad que tomará apoyo en nuevos medios index, como la televisión, para desarrollar relaciones sociales fundadas sobre un orden que no tendrá necesidad ni del particularismo, ni de la disociación ni de la abstracción.⁶

* * *

Para concluir, permítanme referirme a las direcciones de investigación que cabe seguir a partir de este trabajo:

- En el plano metodológico se ha revelado fecundo, tratar un concepto sociológico, « el rol » como un concepto lingüístico, «el signo». El rol definido como el significante cultural que soporta el repertorio de significados del discurso ideológico es una unidad de análisis social susceptible de tratamiento semiológico, sin que pierda nada de su carácter de estereotipo cultural a través del cual se expresa la ideología.

- La síntesis entre lingüística y sociología que nosotros hemos intentado, permite al sociólogo emplear una metodología consolidada por los lingüistas. El trabajo que hemos llevado con la Televisión se puede generalizar a otros mediadores culturales. Esta metodología hace posible establecer comparaciones, por ejemplo, entre los medios de comunicación, en un nivel sintáctico y semántico.

- Otra comparación queda por hacerse. Existe otro mediador que opera con los datos de la realidad de la misma manera que la televisión. Es el destinatario de las imágenes. Es posible

⁶ Desarrollado para: Manuel Martín Serrano 1986 “*La producción social de comunicación*” 1ª edición. (1993: 2ª edición revisada; 2004, 3ª edición reescrita; 2009 reimpresión) Madrid, Alianza Editorial.

comparar el relato de la televisión con el de los telespectadores y, aplicando a los dos el mismo tipo de análisis, ocuparse de un tema que ha sido investigado de manera insatisfactoria: la influencia de los medios audiovisuales en la culturización. Nosotros mismos, como continuación de la vía que hemos trazado, estamos ocupados en un proyecto ya muy avanzado que ha sido descrito en las páginas de nuestra tesis.⁷

- Además, hemos llamado la atención sobre las semejanzas sorprendentes que existen entre las unidades más pequeñas del lenguaje de la televisión (los *televismas*) y las unidades elementales de otros géneros, por ejemplo los *mitemas* de “los cuentos maravillosos” que ha identificado V. Propp. Sería muy interesante realizar una revisión del estudio de Propp con nuestros métodos, para conocer las constantes culturales que han resistido el tránsito desde el relato oral (los cuentos) al audiovisual (la televisión).⁸

- ***Desde el punto de vista del conocimiento de la Televisión como institución cultural mediadora, nuestros resultados confirman la hipótesis que habíamos propuesto: en los medios de comunicación, la coerción social pasa por las constricciones lógicas que introducen los códigos de la comunicación.***

Hemos probado que la disminución de las coerciones ideológicas requeriría de una reducción de las constricciones formales. Los telespectadores no serán más libres ni más creativos si el medio aumenta la diversidad de los contenidos que les ofrece, sin que amplíe la diversidad de los códigos. Esta verificación no es un descubrimiento, sino un redescubrimiento: si se nos permite una generalización de un cierto alcance para la teoría social, *hemos redescubierto que también en el uso de la información las libertades formales son el presupuesto de las libertades reales, como lo afirman los humanistas y como lo había olvidado la sociología empírica.*

- ***Desde el punto de vista de la estructura del modelo de control social, nuestra aportación ha consistido en mostrar las constricciones que reducen la variedad posible de presentaciones del mundo, cuando se utiliza un medio de comunicación para destruir el tipo de comunicación abierta que éste mismo medio ha hecho posible.*** En la medida que la labor del investigador permita distinguir las nuevas visiones posibles sobre el mundo de los lugares comunes, y las visiones creadoras de las rutinas fosilizadas, puede aspirar a ocupar un lugar como agente de la comunicación y del cambio social. Quedaría por analizar lo que tales restricciones pueden tener de inútil; y enseguida, presentar el sistema de opciones que podrían abrir la cultura a la creatividad, así como las condiciones de su realización. Este trabajo no está al alcance de un investigador, sino de una sociedad dueña de sus propias elecciones y de su cultura.

Nuestro trabajo se sitúa en la antecámara de una cultura icónica, cuyo advenimiento podemos anunciar, pero sin poder describir todavía como será. Al otro lado de la pequeña pantalla nos espera quizá una utopía cultural muy diferente a la contra-utopía que reproducen actualmente las imágenes.⁹

Estrasburgo, 4 de Julio 1974.

⁷ Desarrollado para: Manuel Martín Serrano 1981 “*Los usos de la comunicación social por los españoles*” Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

⁸ Este tema está desarrollado en Manuel Martín Serrano: *La producción social de comunicación* (opus citada)

⁹ Desarrollado en: Manuel Martín Serrano 1986, 1993, 2004 “*La producción social de comunicación*” (Opus cit.)