

The background of the cover is a light, textured grey. It features several overlapping, semi-transparent geometric shapes: a large circle in the upper right, a smaller circle in the lower right, and several intersecting lines that create a sense of depth and movement. The overall aesthetic is modern and academic.

CONFERENCIA DE CLAUSURA

**DIMENSIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA
COMUNICACIÓN**

MANUEL HERRERA GÓMEZ

PROFESOR TITULAR DE SOCIOLOGÍA

UNIVERSIDAD DE GRANADA

I. UN NUEVO ESCENARIO: LAS SOCIEDAD INFORMACIONAL

Afrontar la dimensión antropológica de la comunicación en primer lugar implica diseñar el escenario en el que estamos insertados como "seres culturales".

En el ensayo titulado "Los nuevos media y la sociedad civil", Derrick de Kerckhove considera el problema de la ética civil en la postmodernidad como problema ligado al desafío tecnológico de los nuevos medios de comunicación y de información. Estos últimos ya no son medios de "masas" como la televisión, sino medios al mismo tiempo más individualizados y sistémicos, es decir, "reticulares". Para el profesor de la Universidad de Toronto, la ética civil sería un saber ubicarse en la "economía de las redes" mediológicas, un saber encontrar el propio lugar como persona en el mundo de la información, y por ello de la cultura que, de red en red, se "globaliza".

El punto de partida de Kerckhove es el siguiente: ¿Qué civilización producimos con los *new media*? Estamos ante una invitación que nos hace olvidar la ética referente a las "cosas", a los productos, a los puestos de trabajo, a las estructuras y a los resultados tangibles, y entrar en la era post-radiofónica y post-televisiva. Esta ya no sería alfabética, analógica, simbólica y lineal, sino cibernética, digital, perceptiva, sensitiva, no lineal. En ella se diseñaría una sustancial coincidencia entre realidad y mente (*mind*).

Si todo esto no fuese una realidad, el desafío podría interpretarse como una provocación. Por este motivo, de Kerckhove dibuja un escenario que ya existe. Su propuesta pretende enfrentarse a esta nueva economía global en la que circula "dinero" (en la forma de medio de intercambio comunicativo, y no simplemente como moneda), más de cuanto ha circulado en la historia humana. Los peligros de la mercantilización son evidentes. Pero de Kerckhove se muestra optimista: mientras que la era de la televisión y de los viejos *media* ha sido una época totalitaria (por tanto, no civil) por la carga pasivizante y autoritaria que contenía, la nueva época estaría construida por redes comunicativas que sólo existen cuando los sujetos que las activan las quieren (y en este sentido es "civil").

En su opinión, los nuevos medios exaltan un espíritu generalizado y permanente de invención continua y acelerada desde la que nace el concepto clave de la ética futura: la *inteligencia conectiva*. La ética civil estaría en las conexiones de la inteligencia comunicativa. Su paradigma es Internet -más en general, el *cyber space*, el mercado de las redes-, que crece como el sistema nervioso de la sociedad. Sería esta red la que establecería las condiciones, las reglas y los valores de la nueva ética civil.

La ética de otros tiempos era la ética de la difusión desde un centro a una periferia, de la transmisión de valores y reglas mediante "redes compactas", con estructuras fijas y rígidas. En el futuro, la ética se va a difundir mediante canales reticulares, ligeros y flexibles como la comunicación que transportan. En este nuevo escenario, el modelo asigna el control -libertad y responsabilidad- no al emisor, sino al usuario de la red. Las nuevas redes convertirían a los consumidores en productores, sería la nueva ética civil del *prosumer* (productor-consumidor).

Siempre según de Kerckhove, el Estado no es ya la autoridad política y moral soberana, sino una estructura de control que debe favorecer el acceso a las redes y restituir la responsabilidad de sus actores. Por este motivo, la nueva ética civil consistiría en la responsabilidad cívica de promover el acceso de las personas a las redes comunicativas y en proteger la democracia de las redes (libertad de las comunicaciones globales). Internet aparece como el nuevo espacio público, la nueva *res publica*. El rol de Estado sería el de una asociación humana que protege este bien común (la democracia de las redes).

Sin embargo, de Kerckhove minusvalora una serie de hechos. En concreto que los viejos *media* no han desaparecido; que las nuevas redes contienen asimetrías; que producen nuevos analfabetos (los analfabetos de las nuevas tecnologías); que los *new media* ponen en tela de juicio la cultura literaria, el texto simbólico, y

con ello toda la historia que llevamos a nuestras espaldas; que las nuevas redes son el lugar de lo efímero donde desaparece el diálogo, la interacción cara a cara; en resumen, que esta nueva ética corre el riesgo de ser una ética virtual.

El autor podría ser acusado de determinismo tecnológico si defendiese la tesis de que las nuevas tecnologías son, en cuanto tales, portadoras y productoras de sentido. Pero no creo que pretenda decir esto. Más bien observa que el desafío está en las cosas. También esto es un producto de la modernidad, producto que no puede ser anulado.

Por tanto, merece la pena tener presente este escenario, que no sólo está hecho de tecnologías, sino de condiciones culturales que definen la posibilidades éticas del próximo futuro. Para que las redes de las que habla de Kerckhove puedan ser el contexto en el que aflore la ética civil del futuro nos debemos preguntar por los sujetos que, con conciencia civil, construyen y gestionan estas redes. Son necesarios sujetos sociales a fin de que las nuevas tecnologías y redes comunicativas sean instrumentos al servicio de los hombres, y no sofisticadas máquinas que los dominan.

La comunidad comunicativa de la que habla este autor podría convertirse en una comunidad puramente virtual, una comunidad que podría alejarnos de nuestra concreta realidad de mundo vital. Por tanto, se plantea un problema de regulación social, más concretamente, civil, sabiendo que estas redes pueden encontrar en su interior formas eficaces de regulación. Ninguna autoridad, si no es de forma represiva y por ello inadecuada, podría cerrarlas, especialmente antes de que se conviertan en fuentes de patologías. El *cyber space* tiene necesidad de una sociedad civil para producir ética civil.

Ciertamente el juego es interactivo, es decir, sujetos y *media* se influyen mutuamente. Sirva como ejemplo el impacto de las nuevas tecnologías en las relaciones entre generaciones: la distancia entre los más ancianos y los más jóvenes crece progresivamente, reduciendo lo poco de sociedad civil que pre-existía antes de la aparición de las nuevas tecnologías con sus redes. Sin embargo, por otra parte, quien está en situación de dominar las nuevas tecnologías crea nuevos espacios de sociedad civil. Se trata de medios más "civiles" que la televisión o la prensa, en cuanto que estos últimos no permiten la interacción, y mucho menos el diálogo, entre emisor y receptor.

II. EL PROBLEMA

Diseñado este panorama, no resulta arriesgado decir que uno de los grandes desafíos de la sociología contemporánea es la respuesta al siguiente interrogante: ¿Qué es lo que constituye la sociedad? La opinión dominante es que lo social se compone de comunicaciones y sólo de comunicaciones. Muchos son los que sostienen que los elementos o partes de la sociedad no son los seres humanos, ni sus acciones concretas con sus productos, sino sólo comunicaciones. La perspectiva neo-sistémica ha desarrollado este planteamiento de manera muy sofisticada. También es particularmente explícito en los autores postmodernos.

El punto de partida de mi intervención es el siguiente: ¿es posible que "lo social" (una forma social, un sistema social o cualquier tipo de entidad social, en concreto las llamadas formas de participación social) esté "hecho" de comunicaciones y sólo de comunicaciones?

Obviamente, la respuesta depende de qué se entienda por comunicación. Pero, precisamente, es en este punto donde reside la mayor dificultad. Decir que la sociedad es comunicación y sólo comunicación, es una afirmación que no puede ser invalidada apelando a la hermenéutica, a la que tanto en la teoría como en la práctica se rechaza.

Bien sea para la reflexión teórica, bien sea para la investigación aplicada, en el panorama científico actual existen dos perspectivas que pueden considerarse emblemáticas:

La primera se caracteriza por insistir en la relativa autonomía de la cultura frente a lo que es social. La cultura es interpretada como un "ambiente" de la sociedad.

La segunda concibe la cultura únicamente como instrumento para la comunicación, en la medida en que la cultura abastece a la comunicación de valores, códigos simbólicos, etc.

Ambas teorías tienen ventajas y desventajas. Sin embargo, creo que tanto una como otra son insuficientes para comprender la relación entre cultura y comunicación en la sociedad occidental contemporánea.

A continuación trataré de comparar ambas perspectivas, analizar sus carencias y desarrollar un planteamiento que sea capaz de superarlas. El eje central es el siguiente: la cultura es necesaria para la comunicación, bien sea como instrumento para su efectiva realización, bien sea como componente autónomo de las relaciones sociales en las que la comunicación siempre tiene lugar. Este hecho sólo puede comprenderse y explicarse si se tiene en cuenta que la cultura es un componente, tanto interno (*inmanente*), como externo (*transcendente*) a las relaciones sociales, y que ello implica una comprensión del nexo cultura-comunicación en un marco conceptual de tipo relacional.

III. ¿CÓMO SE RELACIONAN CULTURA Y COMUNICACIÓN?

En las dos últimas décadas, la sociología ha descubierto la importancia de la comunicación como "materia prima" de la sociedad y de todo aquello que pueda calificarse como "social". En los diversos campos de investigación aplicada, la tendencia actual es la de definir la entidad social en términos comunicacionales. La empresa, la familia, las asociaciones, la escuela, la ciudad, y todas las formas de participación social se vienen estudiando como "sistemas comunicativos".

Este cambio de perspectiva es una operación cultural que tiene sus propios "presupuestos" epistemológicos y metodológicos. El impulso de fondo de este nuevo planteamiento está en la afirmación de una observación-representación de la sociedad como mente, es decir, como realidad virtual de la comunicación. Esta conceptualización -que, al mismo tiempo, es cultural, científica e histórica- se remonta al siglo XVII y experimentó un notable desarrollo con la filosofía idealista. Hoy en día no es simplemente una cuestión de teoría del conocimiento. En el tránsito de la sociedad industrial a la sociedad post-industrial, la cultura de la modernidad (dominada por el pensamiento ilustrado y el idealismo) ha generado conocimientos y tecnologías específicas (informáticas, cognitivas, cibernéticas, telemáticas, visuales y, en general, "comunicacionales"), que han realimentado ese mismo cambio social.

El resultado es que la sociedad ya no es vista como compuesta por hombres, por acciones e interacciones concretas, ni por sus productos, sino más bien por una entidad (material e inmaterial al mismo tiempo), que es llamada "comunicación".

Muchos continúan pensando que la comunicación es un vehículo de transmisión de contenidos y, con frecuencia, consideran la misma comunicación como un contenido. Pero la tendencia a la que me refiero no va en esta línea. Un número creciente de sociólogos mantiene que la comunicación es sólo una forma, o una presentación de selecciones que son distinciones, por así decir, mecánicas, escogidas sin intencionalidad y sin una subjetividad humana encaminada a un fin.

Para contextualizar este debate puede ser útil revisar el punto de vista de uno de los grandes clásicos de la sociología. Me refiero a Talcott Parsons. Para el sociólogo americano, la condición humana se puede describir como interacción entre cuatro sistemas: Organismo, Personalidad, Sistema Social y Cultura.

Los parsonianos siguen manteniendo que lo constitutivo del sistema social son las normas, y que la comunicación social es humana en la medida en que es el resultado de las interacciones entre actores que,

desde su personalidad, interiorizan e interpretan la cultura. Los post-parsonianos conceden en este marco conceptual mayor importancia a la contingencia en todos los niveles, aunque para ellos la materia prima de la sociedad sigue siendo la misma. Por el contrario, los anti-parsonianos sostienen que, por sistema social, no se debe entender un sistema normativo, sino más bien un sistema comunicativo. En este caso, las normas serían un producto de la comunicación.

Estas dos maneras de entender lo social pueden traducirse en dos paradigmas.

En el primer paradigma, al que podríamos llamar estructural-funcional, la comunicación aparece como producto de la cultura. Dicho en otros términos, la comunicación da voz a la cultura, la hace dinámica y susceptible de ser transmitida. Los modelos organizativos incorporan una cultura que define ciertas formas de interacción. En su manifestación más extrema, la semiótica estructuralista, la comunicación es el lenguaje y el lenguaje traduce una cultura. Según este paradigma, la sociedad sería interpretable de acuerdo con una teoría de la comunicación a partir de los famosos tres niveles enunciados en su momento por C. Levi-Strauss: las reglas de parentesco y de matrimonio sirven para asegurar la comunicación de la mujer en los grupos sociales, de la misma manera que las reglas económicas sirven para asegurar la comunicación de bienes y servicios, y las reglas lingüísticas, la comunicación de mensajes. En buena medida, para este paradigma, todo fenómeno de la cultura es, más o menos conscientemente, un proceso de comunicación.

No resulta arriesgado decir que estamos ante un paradigma "humanista", en cuanto que se atiene a la idea de que el hombre es un "animal simbólico" por excelencia. En principio, el paradigma da lugar a un modelo evolutivo lineal, pero puede expresarse también en modelos no-lineales (por ejemplo, circulares), sin necesidad de modificar el sentido y los presupuestos de este paradigma.

En efecto, hoy se comprende que hay retroacciones por parte de la comunicación sobre la cultura, es decir, que la comunicación modifica la cultura. Pero, y este es el punto sobre el que quiero detener la atención, estas reacciones no se entienden como efectos de la comunicación en sí misma, sino que se dice que la cultura se modifica a sí misma a través de las comunicaciones efectuadas por los actores-sujetos. La comunicación, por así decir, es el escenario en el que tiene lugar el cambio socio-cultural, pero no es el motor de dicho cambio.

En el segundo paradigma, denominado constructivista neo-funcionalista, la cultura aparece como producto de la comunicación. Ya no es la comunicación la que da voz a la cultura, al contrario, la construye. La comunicación produce la cultura no en cuanto es expresión de un sujeto humano, sino en cuanto pura operación de mecanismos comunicativos. Por esta razón, este paradigma se autodefine como anti-humanista. De hecho, este paradigma no contempla "un sujeto que se comunica", sino que observa la comunicación como un sistema en sí mismo que produce su propia cultura, erosionando todas las tradiciones culturales que se presentan como "expresiones de lo humano". Dicho en otros términos: "la participación del individuo en la sociedad quedada excluida. No hay comunicación entre el individuo y la sociedad, en cuanto que la comunicación es una operación interna al sistema social".

Estamos ante un paradigma pragmático y, en buena medida, conductista. En un principio intenta presentarse revestido de un manto antropológico: es una nueva visión de lo humano. Pero, a continuación, se expanden las concepciones biológicas y cibernéticas de la comunicación al terreno de lo social y a la misma cultura, sin un claro planteamiento humanista: desaparece el sujeto-actor y su lugar lo ocupa el concepto de red.

El resultado es contemplar lo social no como una cultura que se expresa mediante la comunicación entre sujetos, sino como una comunicación entre redes comunicativas: es una comunicación sobre la comunicación. No hay modelos organizativos que "produzcan" ciertas interacciones, más bien ocurre lo contrario: son las formas interactivas las que producen los modelos organizativos.

Llegados a este punto, conviene comprender por qué el primer paradigma ya no es válido y considerar si el segundo puede sustituirlo.

En mi opinión, el primer paradigma ya no es válido en la medida en que la comunicación se establece cada vez como mayor autonomía respecto a las relaciones sociales. El paradigma está en crisis en cuanto que la comunicación se libera de los presupuestos normativos y de valor. La comunicación ya "no respeta" la cultura.

¿Puede una sociedad, concebida como comunicación sobre comunicación, generar una cultura digna de la persona humana? La respuesta es negativa. El análisis empírico de los fenómenos sociales muestra que una comunicación libre de todo presupuesto cultural es incapaz de producir una vida social viable.

Si el primer paradigma (clásico, humanista, estructural-funcionalista) se ha perdido, el segundo (comunicacional, anti-humanista) es un paradigma extremadamente reductivo. En la práctica, la investigación empírica observa que, cuando la sociedad se concibe a sí misma como pura comunicación y lleva esta auto-representación a sus últimas consecuencias, se arriesga al suicidio. La razón principal de esta amenaza está en la fragmentación del nexo cultura-comunicación que este paradigma introduce.

¿Existe otra manera de ver las cosas? La sociología relacional ofrece una vía diferente. Afirma que, para salir de la alternativa entre el primer y el segundo paradigma, es preciso concentrarse en las relaciones que median entre cultura y comunicación, y tomar posición, por la observación misma, sobre la relación entre cultura y comunicación, considerada precisamente como relación. La idea básica de la sociología relacional es que la comprensión y la explicación de los fenómenos sociales comienza a partir de la siguiente premisa: la relación es una realidad *sui generis*, distinta de los términos relacionados.

En este paradigma, se entiende que la cultura sólo es accesible a la comunicación como relación. Y, viceversa, se entiende que la comunicación es accesible a la cultura únicamente como relación. En la sociedad y para la sociedad, la cultura no es relevante en cuanto sistema propuesto sino en cuanto está sujeta al influjo de comunicación. Y lo mismo ocurre con la comunicación. No toda comunicación es sociedad. Y la sociedad no es sólo comunicación. Esto es así, aunque la cultura no es sólo comunicación y la comunicación no siempre genera cultura. Comprender este punto de vista no es sencillo. Veamos algunos ejemplos de la relación entre cultura y comunicación, presentes en algunas formas de participación social. Recuerdo que la participación social es una relación de mutua implicación significativa. Como tal, siempre comporta, explícita o implícitamente, una intencionalidad y un proyecto. Por otra parte, la ausencia de bases intencionales convierte a la participación en un proceso mecánico.

IV. LA SOCIEDAD ESTÁ HECHA DE RELACIONES SOCIALES (QUE SON COMUNICACIONES ENTRE SUJETOS-CONCIENCIAS QUE INTERACTÚAN EN/CON/MEDIANTE UNA CULTURA). ALGUNOS EJEMPLOS

En primer lugar analizaré un ejemplo de participación social adscriptiva, concretamente, el fenómeno de las nuevas migraciones. A continuación uno de participación social adquisitiva, el asociacionismo. Y, por último, uno de participación social mixta, la ciudadanía.

Las nuevas migraciones, también en Europa, han puesto de manifiesto el problema de la etnicidad. Actualmente están surgiendo nuevos sentimientos y conflictos étnicos ¿Cómo explicar y comprender este fenómeno?

La participación en un grupo étnico es indudablemente un hecho adscriptivo. En el lenguaje tradicional, "étnia" significa compuesto de "raza", lengua y religión, siendo la dimensión más relevante la lengua. Se pertenece a una étnia a partir de unas costumbres y tradiciones que encuentran su expresión en una lengua particular, la lengua-madre que cada persona tiene, y que debe tener, como elemento fundamental de su identidad comunicativa básica. Pero, ¿qué significa participar en un grupo étnico?

En el primer paradigma, la etnicidad es una comunicación dada por la cultura. En la sociedad tradicional, se nos reconocía por el simple hecho de hablar la misma lengua, que se suponía estrechamente ligada a una cierta raza y a una cierta religión. Pero hoy las cosas no son así. Se puede hablar la misma lengua pero ser de razas diferentes y también tener una religión y unas costumbres diferentes. Entonces entra en escena el segundo paradigma: este explica que la comunicación en la actualidad se hace autónoma con respecto a la identidad étnica. No sólo esto. Afirma que la identidad debe desaparecer, en cuanto que el problema de la identidad social se convierte en una cuestión de elección dictada por razones de oportunidad funcional. Pero este paradigma también está en crisis en la actualidad: la etnicidad vuelve a ser importante, la gente se identifica entre sí trazando nuevos límites artificiales entre las étnias, por no hablar de los nuevos fundamentalismos étnicos ¿Por qué sucede esto?

Las respuestas pueden ser muchas y diversas. Según el tercer paradigma, estas pueden quedar resumidas así: la participación en un grupo étnico es un problema de reconocimiento y confianza en las relaciones primarias y secundarias, en las que la comunicación necesita selecciones "reconocibles" desde el punto de vista de la cultura. En otros términos, la participación social requiere ser filtrada a través de la etnicidad, la cual, aun siendo adscriptiva para el individuo, muestra que es una construcción social.

La participación en asociaciones sociales es un ejemplo de realidad adquirida que, en principio, no presupone elementos adscriptivos (como lo es, en cambio, la lengua-madre en el caso de la etnicidad).

En el primer paradigma, la participación en asociaciones es una expresión de la cultura: la participación es, como se decía en el pasado, una forma de subcultura. Toda subcultura tiene sus propias formas asociativas a través de las que se comunica. Pero hoy las cosas ya no son así. Las asociaciones pueden ser organizadas, destruidas y reconstruidas artificialmente de las maneras más variadas. Parece, según el segundo paradigma, que para ello es suficiente la comunicación; es decir, son las formas comunicativas las que hacen la asociación. ¿Es esto así? Más bien cabe señalar que, si se hace un análisis comparativo, se advierte que siempre existe una correlación positiva entre cultura de pertenencia y formas asociativas. Es cierto que ya no se trata de culturas tradicionales sino de culturas generadas mediante nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas. En todo caso, se ve que las nuevas formas de asociación social no pueden surgir y difundirse a partir de una presunta comunicación espontánea que fluctúa en la pura contingencia comunicativa. Por tanto, se debe recurrir al tercer paradigma. Este muestra cómo dentro de las nuevas formas asociativas se establecen nuevos enlaces de elementos y de relaciones que no son totalmente espontáneas, sino que responden a exigencias lógicas, procesos y estructuras que no son de ninguna manera casuales.

La ciudadanía es una forma de participación mixta entre caracteres adscritos y adquiridos. En el primer paradigma, la ciudadanía es una comunicación de la cultura que define las características (adscritas o adquiridas) de quien tiene o puede tener el título de ciudadano. Así es como se genera la ciudadanía moderna del Estado-nación. En ésta, los ciudadanos sólo pueden comunicar entre ellos a través del Estado, es decir, sólo mediante los valores culturales que aluden al Estado. Se trata de un paradigma que actualmente está en una profunda crisis. Esta nace en el momento en que una nueva sociedad civil, capaz de activar formas propias de comunicación, erosiona el concepto de ciudadanía en sus fundamentos, deslegitimando la cultura de la ciudadanía como expresión del Estado o de una élite cultural.

El segundo paradigma toma nota de este proceso de largo alcance y lo lleva a sus extremas consecuencias, afirmando que la ciudadanía "política" de origen clásico-humanista está en vías de disolución. Desde este punto de vista, la ciudadanía se convierte en un problema de comunicaciones (selecciones) oportunistas. Otros, siempre dentro de este segundo paradigma, sostienen o presuponen que la ciudadanía "resulta" de la comunicación interactiva entre los participantes. Creo que las cosas no son así de sencillas. Ciertamente, las interacciones comunicativas son importante y su creciente autonomía es fuente de nuevos procesos que llevan a cambiar el complejo de derechos-deberes del ciudadano. Pero el complejo de la ciudadanía, (o sea, la ciudadanía como relación social compleja que une a los asociados) no puede nacer y estabilizarse

sobre la mera interacción comunicativa, o sobre un cierto diálogo ideal entre los participantes. Es necesario un nuevo paradigma interpretativo.

El tercer paradigma, a la vez que supera los límites de los dos anteriores, puede dar cuenta de la emergencia de una nueva configuración: la ciudadanía societaria. En ella, la ciudadanía está constituida como relación social, doblemente contingente, entre cultura y comunicación, a partir de la sociedad civil en relación al Estado, y no ya como atribución asignada a los individuos por el Estado. Desde aquí se hace explícita la crisis en la que entran tanto el paradigma culturalista, como el comunicacional.

V. CONCLUSIÓN

Llegamos así a las conclusiones. Tiempo atrás se podía decir que la comunicación coincidía con la misma relación social, y que esta última era la expresión directa de una cultura. Hoy, la comunicación se hace autónoma. Parece, en ciertos momentos y en ciertos procesos, que la comunicación va a eliminar la cultura como presupuesto suyo. Creo que esto no es así. La comunicación no puede anular la relación social, por que ella misma es relación y, como tal, necesita de valores, formas de referencia a los valores, fines y medios.

Indudablemente, en la actualidad la comunicación está más liberada de estos presupuestos y también de las implicaciones de estos entre sí. Este hecho, ciertamente, contribuye a generar nuevos juegos relacionales que confieren a la comunicación una influencia creciente en la cualidad de las formas y de la vida social. El nexo cultura-comunicación siempre resulta más relacional y, de esta manera, nuestra sociedad se hace cada vez más compleja, es más difícil de comprender y de actuar en ella, pero, a la vez, también es más rica en nuevas posibilidades.

B I B L I O G R A F Í A

- Ashforth, M. (1988), *Culture and agency. The place of culture in social theory*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Baraldi, C. (1992), *Socializzazione e autonomia individuale*, Angeli, Milán.
- Baleson, G. (1951), *Communication. The Social matrix of psychiatry*, W. W. Norton & Co., Nueva York.
- Choi, U. (1985), *La comunicazione umana*, Angeli, Milán.
- Corradi, P. (1991), *Teoría relazionale della società*, Angeli, Milán.
- Id. (1993), *La cittadinanza societaria*, Laterza, Roma.
- Geertz, C. (1995), *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Madrid.
- Habermas, J. (1986), *Teoría del obrar comunicativo*, Alianza, Madrid.
- Leach, E. (1981), *Cultura e comunicazione*, Angeli, Milán.
- Luhmann, N. (1990), *Paradigm Lost. Über die etische Reflexion der Moral*, Suhrkamp, Frankfurt.
- Petersen, T. (1978), *Action Theory and the Human Condition*, Free Press, Nueva York.
- Wattimo, G. (1985), *L'ermeneutica e il modello della comunità*, Angeli, Milán.