



abraham moles: su obra y su aporte

INTRODUCCION

ABRAHAM MOLES: Nació en Francia en 1920. Doctorado en Física, Psicología y Filosofía. Profesor de la Universidad de Estrasburgo, representa en Francia un estructuralismo generalizado, de naturaleza estadística, nacido de una síntesis entre las actitudes fenomenológicas provenientes de la filosofía alemana y el movimiento neopositivista de la teoría de las comunicaciones o de la información.

Influenciado por la Psicología de la Forma alemana y el Conductismo anglosajón, aplicó a una mecánica social la ciencia de los sistemas generales o Cibernética. Demostró la ligazón entre la sociometría y la teoría de los sistemas y propuso una medida de la complejidad de los grupos sociales que fue intensamente desarrollada luego en Alemania. Este concepto de complejidad, Moles lo asimila a la "información" de Shannon.

En su libro "Socio-dinámica de la cultura" ha lanzado el término de "cultura mosaico" como producto de Los Mass media, opuesto a la estructura "reticular" de la cultura humanística clásica que considera como desaparecida.

Ha definido los mecanismos de una política cultural a partir de modelos cibernéticos de los canales de difusión de masa, llamando la atención sobre la diferencia entre orden a corta distancia y orden a gran distancia.

El Dr. Moles es miembro de la Asociación Internacional de Psicología aplicada; Asociación Internacional para la estética empírica; Sociedad de hombres de letras y Asociación de escritores científicos.

Entre los cargos que ha desempeñado están los de investigador becario de la Fundación Rockefeller, Columbia University; Director del estudio de música experimental H. Sherchen; Director científico de la Compañía editorial Kister en Génova; Consultor del sistema de radiodifusión francés; Experto de la UNESCO, Director del Instituto de Psicología Social de la Universidad de Estrasburgo.

Algunos de sus principales libros son: Socio-dinámica de la cultura, Teoría de los objetos, El afiche en la sociedad urbana, Teoría de la información y percepción estética, La comunicación y los mass media, La imagen: comunicación funcional, El Kitsh.

El profesor Moles es uno de los científicos sociales más representativos de la actual generación de comunicólogos europeos. De formación físico-matemática, ha derivado hacia la comunicación a través de sus exhaustivas lecturas sobre Berger, Husserl, Bloch, Bachelard y Moreno. Su principal preocupación se centra en el estudio de la **despersonalización de la sociedad** contemporánea, a través de los mensajes que los medios de comunicación masiva diseminan a lo largo y ancho de la totalidad de los contextos de la cultura.

Moles se sirve del método **estructuralista**, de naturaleza matemática, para llevar a cabo estudios experimentales acerca de la información, tratando con ello de medir el impacto de los mensajes sobre las audiencias, teniendo en cuenta como factores explicativos los mecanismos de la percepción y la teoría de la forma.

Los primeros resultados de sus investigaciones lo motivan a profundizar en los procesos genéticos que han separado en forma tajante la producción intelectual; es decir que reflexiona acerca del rol que el sabio y el artista deben cumplir en lo social.

Sus estudios sobre la **sociedad**, lo llevan a acuñar el término de "cultura mosaico" para referirse a la oposición que se da entre la cultura humanista y la cultura tecnológica; así como también a la medición del influjo de las "ideas nuevas" en las **redes de relaciones** que tanto los medios de comunicación como la **comunicación interpersonal van creando para establecer "ciclos culturales" específicos.**

Moles en su libro "**Sociodinámica de la Cultura**" se propone estudiar la invasión de los mensajes en la esfera del ser. Para tal efecto, asume que los mensajes complejos se han apropiado de los objetos y que dichos objetos en la **sociedad de consumo contienen en sí mismos una serie de valores comunicativos** cuyas redes de relación y de interacción tienden a llenar el "vacío social" creado por la proliferación de mensajes masificantes.

Definiendo el concepto de entorno, se propone construir una ciencia nueva denominada "**la Ecología de la comunicación**", la cual intenta estudiar las interacciones entre diferentes especies de comunicación que reaccionan efectivamente una sobre la otra produciendo un significativo impacto sobre el espacio social.

Los entornos están poblados de estímulos que el hombre aprende a través de su percepción por medio de un elemento portador de mensajes dominantes llamado **objeto**; cuya influencia es tan grande y tan vasta que, a juicio de Moles, el objeto se ha convertido en un "mediador Social". Y distingue, en su taxonomía de los objetos, entre funcionalidad y estética: Si entendemos por objeto "una cosa puesta fuera de nosotros que tiene un carácter material y que afecta los sentidos del individuo", debemos concluir que su influencia como portador de mensajes es cada vez mayor, **dado que el objeto es un artificio, es una transformación del hombre; el objeto siempre es fabricado. Es, en esencia, un producto en serie de la sociedad industrial**

Los estudios más recientes del profesor Moles se orientan a una reflexión sobre el acto estético tanto de la producción del artista, como de los lenguajes visuales; su empeño se comenta en el estudio de la **imagen fija**, principalmente en la descomposición de su naturaleza y en la influencia que ejerce sobre la vida social.

Sin lugar a dudas, el profesor Moles nos entrega una **teoría** interesante y novedosa, deja entrever en cada uno de sus estudios un agudo sentido de la observación y una gran responsabilidad por la ciencia y la fenomenología. Sus trabajos acerca de "El Muro de las comunicaciones", "La Teoría de los objetos", "La Sociodinámica de la cultura" y "La Imagen como comunicación funcional", y otros, cubren un vasto campo de aportaciones en la construcción del estatuto teórico de la comunicación, campo en el cual todos los científicos de la comunicación estamos empeñados.