

Ecología Humana de la Comunicación: análisis práctico para su comprensión

Human Ecology of Communication: practical analysis for its comprehension.

Daniel Fernando López-Jiménez

Universidad de Los Hemisferios

Quito, Ecuador

daniell@uhemisferios.edu.ec

Cómo citar este artículo: López-Jiménez, D.F. (2016). Ecología Humana de la Comunicación: análisis práctico para su comprensión. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 7(1), 45-59.

Resumen

El presente artículo de reflexión, profundiza sobre las variables de lo que hemos denominado "Ecología Humana de la Comunicación", como visión teórica para la comprensión de los hechos comunicativos que se presentan en una determinada sociedad, comunidad u organización. El análisis pretende explicar de manera práctica y aplicada cada uno de los componentes endógenos-naturales, endógenos-culturales, exógenos-naturales y exógenos culturales, que se han identificado para el constructo de la EHC. Para el análisis, se parte de una visión conciliadora entre la visión compleja y holística de la realidad, y la visión heurística de los problemas particulares de la comunicación.

Palabras Clave: Ecología; humana; comunicación; ecosistemas sociales.

Abstract

The following reflective article, explains further on the variables of what we have denominated "Human Ecology of Communication", as a theoretical vision for the comprehension of the communicative facts that a particular society, community or organization exhibit. The analysis pretends to explain, in a practical and applicable way, each and every natural- endogenous, cultural- endogenous, natural- exogenous and

cultural- exogenous component, that have been identified for the construct of the HEC. The analysis, draws from conciliatory vision between the complex and holistic view of reality, and the heuristics vision of the particular problems of communication.

Keywords: Ecology; human; communication; social ecosystems.

Recibido: 1 de julio de 2016

Aceptado: 18 de agosto de 2016

1. Introducción

En enero de 2016 la revista *Comunicación y Sociedad* publicó nuestro artículo: *Theory of a Human Ecology of Communication: empirical evidence of the Internet consumption ecosystem in Ecuador*, en coautoría con los profesores Javier Odriozola y Juan David Bernal, el cual versó sobre el enfoque teórico que hemos denominado "Ecología Humana de la Comunicación" López, Odriozola, Bernal, (2016), derivado de las observaciones empíricas realizadas en los últimos años sobre el consumo de Internet en Ecuador, López, (2010), López, Eguiguren (2011), López, Callejo, Cajiao (2013) fenómeno atípico a las dinámicas de consumo que venían presentando los países miembros del *World Internet Project*.

La Ecología Humana de la Comunicación se aparta del enfoque ecosistémico norteamericano denominado *Media Ecology*, en cuanto que, a nuestro juicio, éste sólo analiza las relaciones de los elementos que influyen en cada medio específico de comunicación, no como un todo social, sino como un heurístico ecosistema social mediático, posturas enunciadas principalmente por los siguientes pensadores: (1956) estudios de Carpintero y de McLuhan sobre la nueva radio en masa, la televisión y los periódicos; Eisenstein (1983) y de Havelock (1981) los estudios de la cultura impresa con su modelo revolucionario para la interpretación de la filosofía occidental; (1967) El simbolismo de Langer; (1967) la ecología de Ellul de la política; Innis (1999) los estudios de la comunicación como un determinante decisivo de la sociedad; Cabrera, (1988) los críticos de la educación, la tecnología y los efectos como ecología de los medios; y (1967) la humanización de la técnica de Mumford. Frente a esta posición desde la *Media Ecology*, David Altheide (1994) y demás, Krekchove, (2002), propusieron el concepto de la Ecología de la Comunicación.

De igual manera se aparte de los enfoques funcionalistas, Laswell (1948), Lazarsfel y Stanton (1949), Shannon y Weaver (1949), Hovland et al. (1949), Defleur (1964), Lippman (1922), Sears et al. (1973), Petty y Priester (1981): Así mismo los interaccionistas simbólicos, Eco (1986), Barthes (1972), Morin (1961); Los culturalistas latinoamericanos, Barbero, Rey (1999); Los investigadores de los *mass media* Newman (1982), McQuail (1983), McCombs (1993) y Levy (1977); De las industrias culturales Habermas (1989), Adorno y Horkheimer (1972), Mattelart (1997), Marcuse (2001); en cuanto que, todos ellos, procuran el estudio interdependiente del mensaje, de los medios y las audiencias, no como un todo integrado, sino como una parte independiente, a penas con carácter de constructo, sin

alcanzar incluso una globalidad disciplinar mínima que afirme a la Comunicación como una ciencia, sino apenas como un objeto subsidiario de otras ciencias sociales. Ninguno de estos enfoques, a través de sus exponentes, se atreve a defender a Comunicación como una ciencia, reduciéndola meramente a un campo de estudio, como lo sostienen los promotores de las mediaciones y del culturalismo latinoamericano.

En este sentido, presentamos el presente artículo de reflexión, donde se detallan los factores y las variables que componen el enfoque de la Ecología Humana de la Comunicación. Enfoque que pretende ampliar las posibilidades epistémicas para la comprensión de los hechos comunicativos de la realidad social. Nuestra postura parte precisamente del personalismo antropológico de Yepes Storke (1996) y Mounier, de la concepción realista, ecosistémica de Aristóteles, de los análisis complejos interdisciplinarios de Morin (1994), y de las particularidades heurísticas de Lakatos (1989) y Pólya (1973).

2. Del Estado de la cuestión y la Ecología de la Comunicación

La Ecología Humana de la Comunicación parte de una concepción ecologista humana. En cuanto que la ecología comprende un sistema de ecosistemas que se entrelazan en sí. Y en cuanto que la sociedad humana, es un conjunto de comunidades compuestas por personas, que en su constitutivo primario: el ser humano, se interrelacionan para coexistir, sobrevivir, ser y progresar. Se trata de la comunión entre la naturaleza individual de cada persona y la naturaleza social propia del ser humano, López, Velásquez, Gómez (2006). Y es precisamente este hecho, la interacción social, la que abre y da paso natural al hecho comunicativo, sin el cual, no sería posible la sociedad. Esta dependencia genera un axioma de codependencia, en el cual no es posible la constitución de la sociedad sin la comunicación, ni la comunicación sin la sociedad.

Hablamos de una Ecología Humana, con la firme intención de enfocarnos en la dimensión humana de la ecología, en lo propio de la humanidad, en la cual tomamos de la creación natural, a la humanidad, como acto de ser social del ser humano, es decir, su esencia: la humanidad del ser humano, en cuerpo y alma Aristóteles (1986).

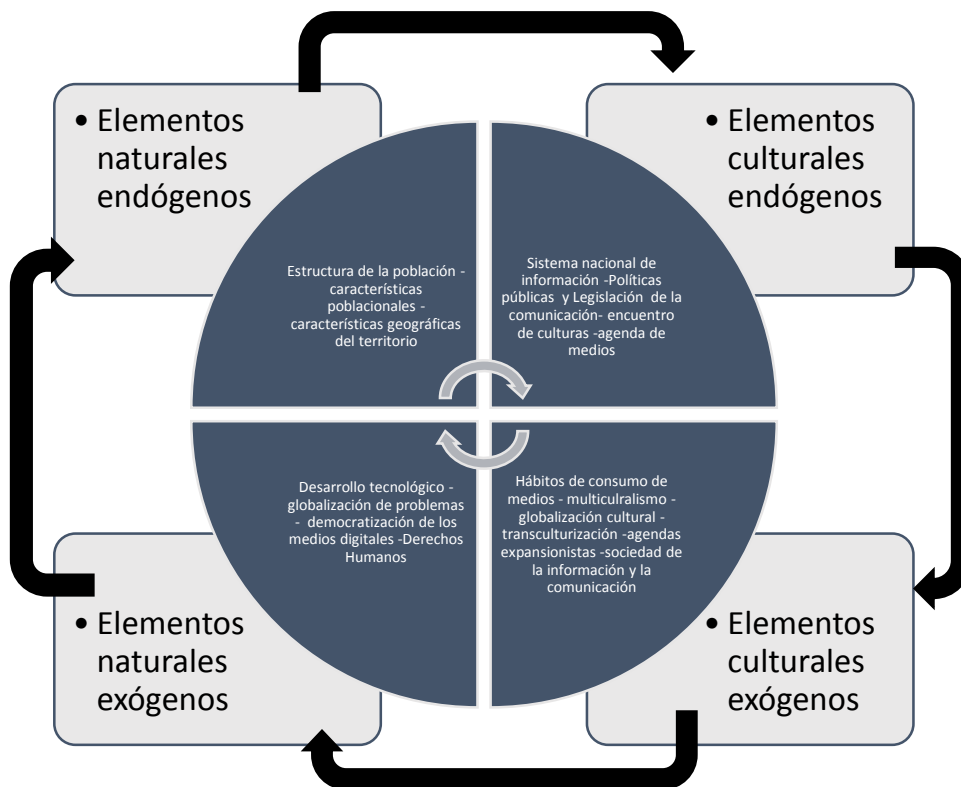
Este planteamiento, expresa que el ser humano, como realidad natural, coexiste no por sí mismo, sino en relación a otros, sea a las demás criaturas vivas, animales y plantas, al medio ambiente natural, y sus elementos, tierra, aire, agua y fuego. Sin embargo, nuestro enfoque se refiere a la ecología social de las relaciones humanas, a la convivencia del ser humano, sus formas de organización, su sistema de creencias y sistemas de producción o subsistencia.

En este escenario, surge la Comunicación como sustento de interrelaciones. Como armonizadora y posibilitaría de la Ecología Humana. Se trata entonces de dimensionar a la Comunicación como una facultad del alma del ser humano, en la línea de Storke. En cuanto que no es un mero instrumento para la mediación, o para la coexistencia animal. Se trata entonces de pensar a la Comunicación como un hecho trascendente de la realidad social, más allá de la reducida mirada de la acción comunicativa de Habermas, o la simplista

instrumentalización de Laswell y Lazarfel, o la orquestada industrialización de Adorno y Horkein, de la deshumanizada mediación de Barbero, o el reduccionismo ecosistémico de Postman y Strate, y del dimensionamiento simbólico de Eco y de Barthes. quienes, como muchos, se aprovecharon de la comunicación, desde una visión utilitarista para su provecho, reduciendola a un mero objeto de la ciencia política y la psicología social. No desconocemos sus aportes particularizados al crecimiento epistémico de la Comunicación, pero si advertimos que fueron precisamente algunos de ellos, quienes rechazaron la dimensión científica de la Comunicación

La Ecología Humana de la Comunicación está constituida por cuatro componentes fundamentales que se interrelacionan entre sí, creando relaciones de dependencia, y conformando un ecosistema particular homogéneo o heterogéneo, abierto o cerrado, según la realidad social que se intente comprender. Estos componentes son: 1. Elementos naturales endógenos; 2. Elementos culturales endógenos; 3. Elementos naturales exógenos; y, 4. Elementos culturales exógenos (López, Odriozola, Bernal, 2016)

Figura 1. El Sistema de la Ecología de la Comunicación



Fuente: Elaboración propia

En sí mismo, el Sistema no es un fenómeno; es un modelo teórico que facilita la comprensión de una determinada realidad comunicativa. Esto es, no es lo mismo la realidad comunicativa de Corea del Sur que la de Finlandia, por las razones políticas que se presentan en la segunda década del siglo XXI para cada país. Tampoco será lo mismo, la realidad

comunicativa del pueblo indígena Huaorani de la Amazonía ecuatoriana, que del pueblo norteamericano asentado en la ciudad de Cuenca en el sur ecuatoriano, por razones de acceso a la tecnología e idioma específicamente. Sin embargo, es necesario partir de un modelo que encuentre los hilos conductores, o la objetivación de una acción como la comunicación, que pueda encontrarse en todas las realidades comunicativas de las diferentes sociedades y que mantenga y respete sus propias particularidades.

Los elementos naturales endógenos abarcan las características propias por naturaleza de un determinado grupo de personas (comunidades, pueblos, colectividades, organizaciones, países, etc.) que tienen que ver con sus estructuras no necesariamente de origen comunicativo, sino de origen demográfico, e incluso geográfico, las cuales determinan el escenario natural del desarrollo de la comunicación. Las diferencias generacionales entre adolescentes, adultos y tercera edad, pueden determinar hábitos de consumo y utilización de medios con diferencias radicales entre unos y otros. Las diferencias del paisaje natural del territorio pueden determinar la expansión tecnológica y el acceso a los medios que esto conlleva. Por su parte, los elementos culturales endógenos desarrollan las características comunicativas propias de cada grupo humano, definidas por el sistema de información nacional: estructura de medios privados y públicos, régimen legal de la comunicación, políticas y programas para el desarrollo de la comunicación. Estas características determinan los marcos de intervención humana y los flujos comunicativos que se suceden en relación con los elementos naturales endógenos.

Si estos dos elementos no reciben influencia externa de dependencia, puede considerarse un sistema ecológico cerrado de la comunicación. En esta línea podrían encontrarse los pueblos indígenas que se mantiene aislados en la selva Amazónica.

Los elementos naturales exógenos son aquellas características naturales, asociadas a la antropología de la sociedad humana en general: la necesidad de solucionar problemas del medio a través del desarrollo tecnológico o la necesidad de comprender los problemas desde una concepción global, como por ejemplo el deterioro ambiental y los efectos de los medios de comunicación, las necesidades globales de la comunicación, facilitadas por la reciente democratización de los medios digitales, y el fomento de los Derechos Humanos, como carta de navegación para el ejercicio de las libertades. En contraposición, los elementos culturales exógenos contemplan las dinámicas globales de la comunicación, evidenciadas en los hábitos de consumo de medios: en las presiones culturalistas derivadas del multiculturalismo mediático, provocando una globalización cultural, llegando a procesos de transculturización; en las agendas mediáticas, políticas y económicas expansionistas que ejercen unos países a otros; y en las características estructurales de la nueva sociedad de la información Castells (2001), Bell (2000).

Estos dos elementos exógenos afectan de una manera u otra a los grupos sociales, provocando relaciones de dependencia de afuera hacia adentro; es decir, que los comportamientos externos terminan formando parte de los comportamientos de la comunicación propia de dichos grupos. Esta dinámica ecológica depende de la apertura del grupo, pudiendo recibir influencias comunicativas externas, de forma voluntaria o involuntaria, imperceptibles a las dinámicas propias de la sociedad.

Los cuatro elementos, en un ecosistema comunicativo abierto, llegan a interrelacionarse dependiendo unos de otros y provocando la imperceptibilidad de su estatus en el grupo social. Sin embargo, cada grupo se comportará de manera diferente según sus características endógenas propias. Podría suceder que la presión de los elementos externos sea mayor que la resistencia de los condicionantes endógenos, lo que podría generar caracterizaciones de globalización comunicativa, no necesariamente originarios de la cultura local. Esto dependerá de la claridad y aceptación de la identidad cultural de los grupos sociales

En el interior de una sociedad, como sistema ecológico nacional de la comunicación, pueden presentarse ecosistemas heterogéneos de comunicación. Incluso en los países caracterizados por cierta homogeneidad se presentan caracterizaciones particulares que tipifican ecosistemas heterogéneos.

Para comprender el modelo de Sistema de Ecología Humana de la Comunicación, basta tomar el grupo social de la familia, o si se quiere todo un país. En el primer caso, cada integrante de la familia, mantiene elementos naturales y culturales endógenos, como la edad y el sexo de cada uno, y sus respectivos comportamientos propios. Así mismo, su posición y autoridad política, conlleva la creación de un estatus de normas de convivencia social, mediante un sistema de información y de comunicación familiar. Sin embargo, este sistema no es cerrado, recibe influencia externa de la sociedad a la que pertenece por su naturaleza, como es el caso de los medios de comunicación, que de diferente manera se van incorporando a la rutina de la familia. Esto no implica que una familia sea igual a otra en términos comunicativos. Por el contrario, nos encontramos con que cada familia es un sistema ecológico de comunicación particular, a pesar que en todas ellas se encuentran los cuatro elementos constitutivos del modelo del Sistema de Ecología Humana de la Comunicación. En un nivel de país, los diferentes pueblos o naciones, comunidades o ciudades, constituyen ecosistemas particulares, constitutivos de un macro sistema llamado país.

3. Metodología

El presente artículo surge fundamentalmente de dos métodos específicos. El primero se refiere a los hallazgos empíricos de la investigación longitudinal del proyecto mundial de Internet, *World Internet Project*, capítulo Ecuador, en el cual durante los años 2010 al 2014 se evidenciaron cómo el alto consumo de Internet en el país, se distanciaba de las lógicas a priori de los resultados de cada país, publicados en los anuarios del WIP, o de los informes del World Internet Stata, y que paulatinamente fueron acercándose, unos con otros, con los datos suministrados por el Ministerio de Telecomunicaciones del Ecuador.

Seguidamente se utilizó el método de la revisión de la literatura especializada procurando encontrar los sustentos epistémicos, que pudieran explicar o al menos comprender el fenómeno observado en el país. Lamentablemente no se encontró en la revisión teórica un enfoque posible, que explicara, un hecho que tipificara la realidad atípica del consumo de Internet. Esta revisión incluyó los postulados de los principales exponentes del funcionalismo norteamericano, del interaccionismo simbólico, de los industrialistas de

Frankfort, los culturalistas de Birmingham y latinoamericanistas, los Chicagos Boys y los Media Ecologies.

4. Hallazgos

Después de observar, identificar y seleccionar las variables que constituyen cada uno de los cuatro ejes del modelo de la Ecología Humana de la Comunicación, se especifican y describen cada una de ellas, en orden a los cuatro ejes constitutivos: 1. Elementos naturales endógenos, 2. Elementos naturales exógenos, 3. Elementos culturales endógenos, 4. Elementos culturales exógenos.

4.1. *Elementos naturales endógenos*

Entendemos los elementos naturales endógenos como aquellos que versan sobre lo propio de una comunidad específica de personas derivadas de su antropología natural, a saber la estructura y características de la población, las características geográficas del territorio, y el entorno macroeconómico como sistema productivo de subsistencia.

4.1.1. *Estructura y características de la población*

Entendemos la estructura y características de la población como aquella que comprende todos aquellos elementos que tipifican una comunidad y que son propias de su dimensión natural, a saber: raza, creencias religiosas y de su cosmovisión espacial y temporal, dimensiones deontológicas y teleológicas (más comunes), sistema de organización política y sociológica.

4.1.2. *Características geográficas del territorio*

Entendemos las características geográficas del territorio a todas aquellas que encierran el paisaje ambiental, el clima, la ubicación espacial, la disposición de recursos naturales: agua, tierra, aire y fuentes energéticas, que puedan ser un determinante significativo de la caracterización de una comunidad específica.

4.1.3. *Entorno macroeconómico*

Entendemos el entorno macroeconómico como la constitución del sistema productivo de supervivencia mediante la adaptación al medio de una determinada comunidad a su entorno natural. Comprende la utilización de los recursos naturales y su disposición para el progreso en cuanto a la satisfacción de necesidades.

4.2 *Elementos culturales endógenos*

Los elementos culturales endógenos tienen que ver con aquellas peculiaridades propias de una determinada comunidad a razón de su voluntad para diseñar a la medida de sus realidades comunicativas, soluciones específicas a manera de patrones de comportamiento de la comunidad para su organización y convivencia (nivel de solidaridad, de equidad, grado de cohesión social, existencia de liderazgos fuertes...), a saber: el sistema

nacional de información, la legislación sobre las políticas públicas de comunicación, la agenda de los medios masivos, y el encuentro multicultural de diferentes comunidades.

4.2.1 Sistema nacional de información

Entendemos el sistema nacional de información como la composición de los medios masivos de comunicación periodísticos y de entretenimiento en radio, prensa escrita, televisión e Internet. Comprende su estructura de la propiedad, estatus de libertad de prensa, libertad de expresión y derecho a la información pública.

4.2.2 Legislación sobre las políticas públicas de comunicación

Se entiende que la legislación sobre las políticas públicas de comunicación encierran el marco legal de la comunicación en una determinada comunidad o sociedad. Se trata entonces de las normas y leyes consagradas en las constituciones, leyes orgánicas, decretos y todas aquellas con carácter jurídico público.

4.2.3 Agenda de los medios

La agenda de los medios está definida por la categoría establecida por McCombs (1972), en cuanto su teoría de la Agenda Setting. Comprende el establecimiento de la agenda que priorizan los medios de comunicación, la agenda política y la agenda pública o la agenda de la ciudadanía. Se entiende que estas agendas obedecen a los intereses de los editores, directores, políticos, gobernantes, familias y personas del común, respectivamente.

4.2.4 Encuentro de culturas

Entendemos que en nuestro tiempo y producto de la evolución histórica de las culturas, las comunidades son una suma de atributos culturales, ricas en procedencia y en expresión viva de las culturas. Podría decirse que son la suma de creencias, posturas y prácticas culturales. Su constitución esta marcada por la identidad ancestral, que incluye los procesos de intercambio entre occidente y oriente, entre la multidiversidad religiosa judeocristiana, islámica, budista y demás; Islas (2009) denomina a este dinámica como "Convergencia cultural".

4.3 Elementos naturales exógenos

Los elementos naturales exógenos tratan sobre los factores propios de la antropología social de la humanidad. Esto es, lo que en común comparten por naturaleza las diferentes comunidades sin importan sus circunstancias de adaptación al medio ambiente, pero que inevitablemente constituyen cierta generalidad comunicativa que permite compartir entre sí realidades semejantes en su dimensión antropológica, pero que se aparta en la singularidad propia de cada comunidad. Se identifican porque surgen de la propia comunidad, sin esperar que lleguen de comunidades externas. Estos elementos son: el desarrollo tecnológico, la globalización de los problemas, la democratización de los medios digitales, los derechos humanos, y el nivel de cobertura sanitaria y calidad de la atención.

4.3.1 Desarrollo tecnológico

Entendemos el desarrollo tecnológico como la necesidad propia de la humanidad para adaptarse y dominar el medio ambiente a través de la extensión de sus extremidades, mediante la creación de herramientas a partir de la tecnología: proceso de integración de conocimientos prácticos entre comunidades.

4.3.2 Globalización de los problemas

Entendemos que solo a partir del deterioro ambiental evidenciado en los años 70 por los científicos, por primera vez, las comunidades del mundo (naciones-países) compartieron conscientemente un problema común a todas ellas. Hoy en día es posible considerar a las pandemias, o a los apocalipsis catastróficos (meteoritos) como un problema común si llegasen a sucederse.

4.3.3 Democratización de los medios digitales

Entendemos que a partir de la llegada de Internet, las comunidades y personas pudieron participar activamente en la comunicación pública masiva de sus sociedades, antes restringida exclusivamente a los medios masivos tradicionales de la radio, la prensa y la televisión.

4.3.4 Derechos humanos

Entendemos que las comunidades del mundo paulatinamente van siendo permeadas por la Declaración Mundial de los Derechos Humanos. Incluso aquellas renuentes a abandonar costumbres inapropiadas para algunos de sus miembros (mujeres) atacando directamente su dignidad humana.

4.3.5 Nivel de cobertura sanitaria gratuita y calidad de la atención

Entendemos que las civilizaciones contemporáneas más desarrolladas son aquellas en las que sus comunidades han podido lograr subsanar las necesidades básicas de salud pública y personal, como indicador de calidad de vida y de expectativas de vida, a través del desarrollo de sistemas eficientes de servicios de atención. Se incluyen aquí todos aquellos indicadores de morbilidad típica y específica para cada población.

4.4 Elementos culturales exógenos

Los elementos culturales exógenos son aquellos factores que adoptan las comunidades provenientes de otras comunidades, a manera de importación de comportamientos, constituyendo ciertas dinámicas globalizadoras. Estos elementos son distintivos en cuanto involucra procesos de transculturización, en los cuales, progresivamente se va constituyendo una ciudadanía global en lo personal, y como una ciudad global en lo comunitario. Estos elementos son: los hábitos de consumo de medios, el multiculturalismo, la globalización cultural, situaciones transculturales, las políticas expansionistas, la sociedad de la información, y las ofertas de ocio (amplitud y coste).

4.4.1 Hábitos en el consumo de medios

Entendemos los hábitos de consumo de medios, al comportamiento rutinario que hacen las personas y las comunidades en relación con la atención y aprovechamiento de la radio, televisión, prensa escrita e Internet. Este último desagregado en los nuevos medios, como redes sociales, páginas web, email, etc. En esta línea, la telefonía móvil celular también es considerado como un nuevo medio digital

4.4.2 Multiculturalismo

Entendemos la nueva constitución de la comunidades desde sus procesos integracionistas producidas por olas masivas de las actuales migraciones en los cinco continentes. Este hecho es un factor determinante para la conformación multiculturalista de nuestras sociedades.

4.4.3 Globalización cultural

Entendemos que en nuestro tiempo, producto de los nuevos medios de comunicación digital, se viene generalizando el estatus de una macrocultura producto de los paradigmas y movimientos culturales dominantes. Proceso que paulatinamente va permeando incluso las estructuras más conservadoras y ortodoxas de algunas comunidades.

4.4.4 Situaciones transculturales

Entendemos que algunas comunidades pueden sufrir procesos profundos de transculturización, debido a la influencia avasalladora de una cultura sobre otra. A manera de colonización cultural, o lo que podría denominarse la "clonización" de una cultura por otra.

4.4.5 Políticas expansionistas

Entendemos por políticas expansionistas a las premeditadas acciones que se organizan, de manera estratégica, por una comunidad dominante, hacia una comunidad objetivo, para lograr comportamientos específicos en un tema determinada.

4.4.6 Sociedad de la Información

Leemos el concepto de sociedad de la información desde Castells (2001), en su visión específica de Sociedad Informacional, referida a partir de la revolución informacional producida por las dinámicas tecnológicas de la denominada sociedad industrial. Podría identificarse este proceso histórico entre décadas de los años 80s y 90s, con orígenes en los años 70s. En la cual, la principal característica, es el sistema productivo económico basado en la información.

4.4.7 Oferta de ocio (amplitud y coste)

Entendemos que la oferta de ocio constituye en las comunidades un detonante para el uso o no de los medios de comunicación. También es un diferencial cualitativo de calidad de vida entre una comunidad y otra, en cuanto a las influencias que se absorben desde esferas externas provenientes de otras comunidades.

5. Discusión

Apuntar que los elementos indicados en cada uno de los anteriores apartados no son exhaustivos pudiéndose desarrollar algún otro en función de las dinámicas investigativas que se produzcan en cada caso concreto.

La metodología de las investigaciones empíricas aplicadas por HEoC es usufructuaria de los planteamientos tanto de Lakatos (1989) como de Pólya (1973). El diseño de enfoques heurísticos como métodos complementarios de investigación, así como la aplicación de los razonamientos inductivo y deductivo, junto a la contrastación de observaciones repetidas, son el eje de muchas de los proyectos planteados, con análisis de tipo cuanti o/y cuali, que se esbozan, en muchas ocasiones, a partir de inferencias y premisas.

Las siguientes reflexiones pretenden completar el análisis empírico allí realizado. La propuesta teórica 'Ecología Humana de la Comunicación' (HEoC, por sus siglas en inglés), propone una explicación de los hechos comunicativos de las sociedades desde las particularidades de cada una de ellas. Este enfoque podría a priori, poner en riesgo la premisa de las verdades universales que trata la ciencia. Sin embargo, es precisamente en la particularidad, que es posible la aplicación de la ciencia. La indisolubilidad entre la particularidad y la universalidad, es lo que nos permite optar por los caminos inductivos o deductivos para llegar a los hilos conductores, los radicales constantes, las causas finales o lo que conocemos como el conocimiento de la verdad de las cosas o las acciones.

El punto de partida del sustento de la HEoC surge del alto y acelerado consumo de Internet en el mundo Castells (ab2003), en el cual, cada país, cada sociedad y cada una de sus comunidades se comporta de forma diferente, cada una con sus características antropológicas culturalistas; con sus particularidades de acceso tecnológico, legislaciones y normas; con sus sistemas de información y de entretenimiento mediáticos, y con un macro sistema mundial de comunicación. Este consumo ha revolucionado las formas de comunicación que tradicionalmente cubría la sociedad, tanto en el ámbito personal como en la esfera mediática, forzando la unificación y la homogenización de las culturas, más allá de la conservación de la identidad de los pueblos y las personas. Situación que se nos presenta nuevamente como un problema común de la humanidad, hasta ahora, solo observado por primera vez, en el deterioro ambiental del planeta que se registró a partir de finales del siglo XX, donde la gran mayoría de países firmaron la declaración de Río (1992) y la declaración de París (2015).

Y es precisamente, en la diversidad de los hechos comunicativos, tipificados por cada comunidad o sociedad que se deben encontrar los hilos conductores, que permitan reconocer la presencia de conceptos universales, que a su vez permiten comprender las dinámicas generales y particulares de la comunicación humana.

La HEoC considera que la comunicación, que se halla en la génesis de toda estructura social, se desarrolla de forma diferente en cada comunidad, de acuerdo con los elementos propios y diferenciales de la misma, de idéntica manera a cómo operan los sistemas ecológicos naturales, que la ciencia denomina ecosistemas, concepto que utilizaremos como propio también.

Con todo esto, se presenta la propuesta teórica de la Ecología Humana de la Comunicación (HEoC) a la comunidad científica, académica y profesional de la comunicación, que a su buen juicio podrá reconocer la aplicación y alcances de este enfoque.

Figura 2. Desglose de los factores presentes en cada uno de los elementos



Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

La propuesta teórica de la Ecología Humana de la Comunicación se presenta como una alternativa válida para comprender los hechos comunicativos de una comunidad

específica, sin pretender homogenizar en conceptos universales el comportamiento comunicativo de las comunidades.

El enfoque teórico de la Ecología Humana de la Comunicación parte del ser humano y de su dignificación como persona humana como dimensión antropológica base de su sustento filosófico, en la que la Comunicación es la acción humana que permite el paso de la naturaleza individual a la naturaleza social de la humanidad.

Como método, la Ecología Humana de la Comunicación permite la incorporación de nuevas variables según las especificidades propias de las comunidades, advirtiendo precisamente, el establecimiento de los mínimos que ella misma propone, a partir de la utilización de las variables aquí propuestas.

Como dimensión epistémica, la Ecología Humana de la Comunicación, pretende ofrecer un sistema integral para la comprensión del conocimiento científico de la Comunicación, en cuanto la relación directa entre los análisis heurísticos, y las extrapolaciones complejas de los hechos comunicativos de una comunidad.

7. Bibliografía

- Aristóteles (1986). *Metafísica*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Adorno, T. & Horkheimer, M. (1972). *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. The Dialectic of Enlightenment*. Nueva York: Seabury Press.
- Altheide, D. (1994). An Ecology of Communication: Toward a Mapping of the Environment. *The Sociological Quarterly* 35(4), 665-683
- Martín-Barbero, J. & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver; hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. España: Gedisa.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*, Londres: Siglo XXI.
- Bell, D. (2000). Internet y la nueva tecnología. *Letras libres*, 2(13), 56-61.
- Cabrera, M., & Cupaiuoli, L. (2010.). La influencia de internet en la sociedad actual. "Solo Ciencia" *Portal de Ciencia y Tecnología*. Recuperado de <http://bit.ly/2cYYxtE>
- Carpenter, E., & McLuhan, M. (1956). The New Languages. *Chicago Review*, 10(1), 46-52.
- Castells, M. (2003). Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica. *Polis*, 1(4). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30500410>
- Castells, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. *Llicó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya. Recuperado de <http://bit.ly/1vTEDCD>
- Castells, M. (1999). *La Era de La información*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Defleur, M., L. (1964). *Theories of Mass Communication*. Nueva York: David McKay.
- Eco, H. (1992). *Los límites de la interpretación*. Milán: Lumen.
- Eisenstein, E. (1983). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Gómez, J.C., López-Jiménez, D.F. & Velásquez, C.M. (2006). La naturaleza de la comunicación: un aporte a su discusión conceptual. *Palabra Clave*, 9(1), 143-167.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of The Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Hovland, C. L. Lumsdaine, A. A. & Sheffield, F. D. (1949). *Experiments in Mass Communication*. Princeton: University Press.
- Havelock, E. (1981). *The Literate Revolution in Greece and its Cultural Consequences*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Innis, H. (1999). *The bias of communication*. Toronto: University Toronto Press.
- Internet World Stats (2011). Ecuador. Internet Usage and Market Report. *Internetworldstats.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2cOnOBT>
- Internet World Stats (2012). Ecuador. Internet Usage and Market Report. *Internetworldstats.com*. Recuperado de <http://bit.ly/2cpVEzK>
- Islas-Carmona, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (33), 25-33.
- Krekchove, D. (2002). *The Internet Enters Television, A Trojan Horse in the Public Mind. The McLuhan Program in Culture and Technology*. Recuperado de <http://bit.ly/2cyUVKf>
- Lakatos, I. (1983). *La Metodología de los Programas de Investigación Científica*. Madrid: Alianza Editorial.
- Langer, S. (1967). *An Introduction to Symbolic Logic*. New York: Dover Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, (37), 215-228.
- Lazarsfeld, P. F. & Stanton, F. (1949). *Communication Research*. Nueva York: Harper and Row.
- Levy, M. R. (1977). Experiencing television news. *Journal of Communication*, 27(4), 112-117.
- López-Jiménez, D.F.; Odriozola-Chéné, J. & Bernal-Suárez, J.D. (2016). Theory of a Human Ecology of Communication. Empirical evidence of the Internet consumption ecosystem in Ecuador. *Communication & Society* 29(1), 101-123.
- López-Jiménez, D.F. (2010). Hábitos de consumo de Internet en Ecuador: diferencias significativas entre estudiantes. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 2(1), 61-93.
- López-Jiménez, D.F., & Silva, M. J. E. (2012). Análisis comparativo del consumo de Internet en el Ecuador entre los años 2010 y 2011: más allá de la evolución, comportamientos significativos en la población de estudiantes, indicios de una ecología de la comunicación. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 3(1), 123-150.
- López-Jiménez, D.F., Rodrigo-Mendizábal, I., Cajiao, E., & Callejo, G. (2014). Consumo de Internet en el Ecuador entre los años 2010 y 2012: hacia una ecología de la comunicación. *ComHumanitas: Revista científica de comunicación*, 4(1), 31-45.
- Marcuse, H. (2001). *Towards a critical theory of society*. Londres: Douglas Kellner.
- Mattelart, A. & Mattelar M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. Londres: Sage.
- Morin, E. (1961). *El cine, o, el hombre imaginario*. Barcelona: Seix Barral.
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Madrid: Gedisa.
- Mumford, L. (1967). *The Myth of the Machine. Technics and Human Development*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Naciones Unidas (1972). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Recuperado de: <http://bit.ly/1ir106V>
- Naciones Unidas (1972). *Declaración de París sobre la eficacia de la ayuda al desarrollo y al programa de acción de accra*. Recuperado de <http://bit.ly/1WwNIOW>
- Ong, W. (2002). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. New York: Routledge.
- Petty, R. E. & Priester, J. R. (1981). Cognitive processes in attitude change. En: E.S. Wyer & T.K. Srull (eds.). *Handbook of social cognition. Volume 2: Applications*. (pp. 69-142). Nueva York: Psychology Press.
- Pólya, G. (1945). *How to Solvet It: A new aspect of mathematica method*. Princeton: Princeton University.
- Postman, N. (1988). *Conscientious objections: stirring up trouble about language, technology, and education*. New York: Knopf.
- Ramonet, I. (2002). El poder mediático. *Ciberlegenda*, (7). Recuperado de <http://www.proppi.uff.br/ciberlegenda/>
- Ramonet, I. (Enero de 2005). Medios de comunicación en crisis. *Le Monde Diplomatique*. Recuperado de <http://www.lemondediplomatique.cl/Medios-de-comunicacion-en-crisis.html>
- Rodríguez-Ardura, I. (2002). *Marketing.com y Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información*. Madrid: ESIC.
- Sears, D. O. & Kosterman, R. (1973). *Mass media and Political persuasion*. Nueva York: General Learning Press.
- Serrano -Santoyo, A., & Martínez-Martínez, E. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. Baja California, México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Turkel, S. (1997). *La vida en pantalla: la construcción de la identidad en la era del Internet*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Yepes, R. (1996). *Qué es eso de la filosofía. De Platón a hoy*. Barcelona: Ediciones del drac.