

COMUNICACIÓN I

DISCUSIÓN EN TORNO AL ESTATUTO CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN

Armand y Michéle Mattelart plantean que los procesos de comunicación, al estar situados en la confluencia de varias disciplinas, han suscitado el interés de ciencias muy diversas pero, “(...) *Por otro lado, en el transcurso de su elaboración, este campo concreto de las ciencias sociales se ha visto acosado por la cuestión de su legitimidad científica. Esto ha llevado a buscar modelos de científicidad, adoptando esquemas propios de las ciencias de la naturaleza adaptados a través de analogías (...)*”.

Por esta razón, uno de los temas más importantes que se ha tratado a partir del siglo XX, ha sido el del estatuto científico de la comunicación. Tanto es así que muchos autores han discutido y siguen discutiendo la posibilidad de que la Comunicación sea entendida como una ciencia.

Amaro La Rosa, licenciado en psicología y periodista de profesión, asegura que hay una diversidad de puntos de vista sobre la naturaleza de la Comunicación como disciplina, que pueden ubicarse en una escala que grosso modo distingue entre:

- **Los comunicólogos:** *"Quienes piensan que la comunicación responde a los lineamientos del conocimiento científico, sosteniendo en consecuencia que maneja criterios conceptuales propios los cuales son fruto de la investigación; por tanto posee la categoría de ciencia".*
- **Los integracionistas:** *"Quienes piensan que la Comunicación es un cuerpo de conocimientos que no tiene identidad como ciencia. Ello porque reúne elementos conceptuales de diversas disciplinas sociales e igualmente porque solamente aplica – sin mayor aporte propio-, los criterios metodológicos desarrollados por otras Ciencias Sociales más legitimadas en el campo de la Investigación".*

- **Los negativistas:** *"Quienes estiman que los estudios comunicacionales no reúnen las condiciones suficientes para podernos denominar científicos, pues constan solamente de temáticas dispersas analizadas desde paradigmas diversos"*.

Una de las posturas que trabajamos es la del licenciado en comunicación social Erick Torrico Villanueva, a quien definiríamos como integracionista a la hora de ubicarlo en la escala que planteaba Amaro La Rosa. Torrico Villanueva sostiene que la comunicación "(...) *continúa como un campo en construcción, afectado por un síndrome de "debilidad epistemológica" y acosado no sólo por indefiniciones internas sino, sobre todo, por no reconocimientos, o desconocimientos, externos.*". Sin embargo, también plantea que "(...) *la antigüedad del fenómeno, su carácter socialmente basal y su prestigio e incidencia en aumento han permitido que se estructure una conceptualización universal de la comunicación.*", dando lugar a diversas teorías que, a su entender, son *"un conjunto multifacético, polémico e inacabado de abordajes y enfoques parciales, muy diversos y a veces enfrentados"*. Ahora bien, en tanto no se puede teorizar si no es sobre un objeto de estudio, el autor sostiene que ninguno de los objetos de estudio que le han adjudicado a la Comunicación (medios, efectos y funciones, mensajes y significados, recepción, usos y reinterpretaciones) son realmente su objeto, generando una fragmentación tan grande que se perdió de vista el hecho de que, si la esencia (y existencia) de la comunicación es social, su objeto *"no puede ser un componente aislado del proceso sino el proceso mismo"*. Así, Torrico Villanueva afirma que el objeto de estudio de la comunicación no puede ser otro que el *"proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados"*. El autor describe este objeto como *"de naturaleza socialmente estructural e inseparable de otras dimensiones de la vida social"*. Se trata de un objeto multidimensional y en este sentido explica que *"es incongruente pretender conocerlo desde un ángulo monodisciplinario u otro reduccionista. La única vía para estudiarlo es una que dé cuenta de él de la forma más completa posible"*. La respuesta, para este autor, es

interdisciplinaria, un acercamiento "no unilateral".

Es importante destacar que para Torrico Villanueva *"Hay que comprender la Comunicación y no apenas los medios"*, entendiendo por aquella un *"campo interdisciplinario autónomo que adquiere su peculiaridad a partir de la convergencia e interacción transversales de distintas disciplinas, en el estudio de un tipo de relación social (la de producción e intercambio simbólico) y de las disputas por el **sentido válido** que esa relación genera"*.

La segunda postura que vamos a desarrollar es la de Amaro La Rosa, quien dentro de la escala por él expuesta se ubicaría en la posición de los comunicólogos. Este autor también plantea que *"no hay un acuerdo entre los especialistas con respecto al status científico de la comunicación"* pero, a diferencia de lo que plantea Torrico Villanueva, entiende que aunque *"(...)es evidente que la comunicación por sí misma, tal como cualquier otro fenómeno de la realidad, no involucra un conocimiento científico (...)"*, al ser foco de interés de diversos especialistas que se han dedicado a tratar de describir y explicar los hechos comunicativos, se han ido acumulando conocimientos que *"han permitido la construcción de una disciplina con status de ciencia"*.

Amaro La Rosa sostiene que *"uno de los requisitos fundamentales para que cierta disciplina pueda catalogarse como científica es contar con un objeto de estudio propio, que se encargue de analizar determinada clase de fenómenos producidos en la realidad"*. Ahora, mientras Torrico Villanueva considera que el objeto de estudio de la Comunicación solo puede ser uno y es perfectamente claro, para Amaro La Rosa existen *"problemas sustanciales a la hora de delimitar el área de estudios de la comunicación"* y esto *"se debe a su multidimensionalidad, a la diversidad de enfoques así como a que se mantiene en competencia con otras disciplinas sociales, por el análisis de una serie de aspectos de la realidad"*.

Una vez desarrolladas estas dos posturas, es importante rescatar algunas consideraciones que permiten a la Cátedra Comunicación I posicionarse respecto a esta discusión en torno al

estatuto científico de la comunicación. La Cátedra coincide con Amaro La Rosa en que la Comunicación puede definirse como **una ciencia**. Sin embargo, si bien este autor está en lo cierto cuando plantea que un requisito fundamental para que una disciplina sea ciencia es tener un objeto de estudio, desde la Cátedra consideramos que a la hora de determinar ese objeto, la descripción que realiza Torrico Villanueva es la más completa y la que mejor da cuenta de sus características.

Sin embargo, poseer un objeto de estudio no es el único requisito para que una disciplina se considere una ciencia sino que, a nuestro entender, también debe tener métodos de estudio y presentar un cuerpo teórico propio.

Con respecto a los métodos, aunque varían en relación al paradigma teórico social que sustenta el proceso de investigación y a la temática de estudio elegida, no difieren de los métodos utilizados por el resto de las Ciencias Sociales. Hablamos entonces de metodologías cualitativas, cuantitativas, cuali-cuantitativas, con sus correspondientes técnicas de muestreo, obtención de datos y análisis (encuestas, entrevistas, el análisis de contenido, los grupos focalizados, las entrevistas abiertas en profundidad, las historias de vida, etc.).

Cuando se trata de definir el cuerpo teórico de la comunicación, para la Cátedra, el cuerpo teórico de la Comunicación presenta una **Dependencia Epistemológica**. La epistemología es la forma de la filosofía que estudia el conocimiento (*episteme*: conocimiento / *logos*: estudio), es decir la parte de la filosofía que estudia los fundamentos y métodos del conocimiento científico. Una dependencia epistemológica implica la dependencia teórica con respecto a otros conocimientos. La sociología, la economía, la filosofía, la antropología, la matemática y la historia son algunas de las disciplinas que integran el cuerpo teórico de la comunicación, la cual aprehende conceptos de estos distintos saberes para abordar, con su propia impronta y de forma holística e integradora, a su objeto de estudio. Se plantea de esta manera que, si el objeto de estudio es multidimensional y no puede ser abordado desde un solo aspecto, la

comunicación tomará entonces de otras disciplinas aquellos conceptos que necesita y los resignificará desde su mirada comunicacional, conformando su propio cuerpo teórico.

Aníbal Ford, escritor, periodista y teórico de la comunicación, plantea que toda disciplina en sus comienzos es un "*bricolaje de otras disciplinas*", con el objeto de explicar que las disciplinas nunca surgen de la nada. De la Filosofía como disciplina se desprendieron otras dos ramas que son la historia y la sociología. Se abrieron como ramas de conocimiento, se independizaron, tomaron conceptos de la filosofía pero desarrollaron los propios, les dieron su impronta y finalmente formaron su propio cuerpo teórico. Esto nos interesa, desde la Cátedra, ya que entendemos que eso mismo es lo que ocurre con la comunicación como disciplina.

Hemos dicho ya que Torrico Villanueva considera que el abordaje del objeto de estudio debe ser interdisciplinario. Aunque desde la Cátedra coincidimos con el objeto de estudio que el desarrolla, entendemos que la **Dependencia Epistemológica** obliga a estudiar ese objeto multidimensional desde un abordaje transdisciplinario.

Amaro La Rosa explica que *"los asuntos que aborda la Comunicación pueden analizarse a partir de perspectivas epistemológicas y metodológicas divergentes, lo que no desmerece la categoría de científicos a los conocimientos que se han ido acumulando, demandando una visión transdisciplinaria que haga posible la comprensión holística de la problemática"*.

También debemos retomar a Aníbal Ford en este punto ya que, si bien él no define su posición respecto a la discusión sobre el estatus científico de la Comunicación, sí se ocupa del concepto de transdisciplinarietà. Sostiene que al entrar en un producto massmediático obligatoriamente aparecen otros problemas que exceden a los medios y que son también objeto de estudio de otras disciplinas. Los medios no pueden estudiarse "*aislándolos de las transformaciones socioculturales y económicas*" y esto implica una crisis. Esta última (que no es exclusiva del estudio de los medios, sino que se presenta cada vez que uno intenta estudiar un fenómeno complejo) sólo puede resolverse mediante una "*(...) hiperobservación*

de los medios por un conjunto amplio de disciplinas". Se trata de un abordaje transdisciplinario, que dé cuenta de la complejidad del objeto y permita aprehenderlo de la manera más completa posible. Para el autor el estudio de la comunicación y los medios siempre conlleva un análisis de lo extra mediático, por lo cual, la comunicación debe estudiarse enmarcada en una "Teoría de la Cultura". Comunicación y Cultura forman así "un campo típicamente transdisciplinario" y la construcción del mismo se hace sobre la base de otras disciplinas: "Por un lado se constituye y por otro lo hace navegando en un conjunto de disciplinas caótico, inabarcable, sin un horizonte transdisciplinario claro".

En función de todo lo expuesto podemos concluir que para la Cátedra **la Comunicación es una Ciencia** porque tiene un objeto de estudio, métodos de estudio y un cuerpo teórico que presenta una dependencia epistemológica y demanda un abordaje de tipo transdisciplinario. En este sentido, y siguiendo la escala planteada por Amaro la Rosa, la Cátedra también se ubicaría dentro de "los comunicólogos". A partir de esta idea podemos comenzar a trabajar las teorizaciones que se han desarrollado con respecto a la Comunicación.

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Según Erik Torrico Villanueva una Teoría es una "*Red sistemática de conceptos de mayor y menor amplitud y producto de la observación concreta que expone de forma articulada tanto los aspectos fenoménicos de una determinada zona de la realidad, como ciertas relaciones de tipo causal o correlacional que ofrecen una explicación generalizable o una interpretación posible de los hechos y/o procesos que tienen lugar en ella*". El autor considera que una teoría "*se realimenta y autoperfecciona siempre en contraste con lo real observado*" y para ser válida no sólo debe ser "*pertinente respecto del objeto real al que se refiere*", sino que debe ser "*lógicamente consistente y responder a una matriz cognitiva*".

Para Amaro La Rosa y, en coincidencia con Torrico Villanueva, una "*Teoría constituye simple*

y llanamente una manera de aproximarnos conceptualmente a la realidad, un intento de explicación de cómo y por qué se producen los fenómenos o acontecimientos, más no la realidad misma, la cual no puede reducirse a los parámetros de un paradigma científico, que en última instancia lo que intenta es describirla y explicarla".

Más allá de la definición, la historia de las teorías de la comunicación consiste en tensiones y antagonismos que, en contextos muy distintos y con formas variadas de investigación, implican diferentes intentos de articular y explicar la realidad desde la mirada comunicacional, delimitando distintas escuelas, corrientes y tendencias. Esto último es lo que imposibilita hacer una aproximación cronológica a este recorrido de teorías, ya que no siguen una trayectoria lineal. Para poder estudiarlas, la Cátedra plantea un tipo de acercamiento, en función de dos visiones que abrevan en dos paradigmas distintos.

Primero es importante tener en claro qué es un paradigma. Según Thomas Kuhn, un paradigma *"está constituido por las realizaciones científicas universalmente reconocidas y que por cierto tiempo proporcionan modelos de conocimiento a la comunidad científica"*. Obviamente, como los contextos cambian y con estos los problemas también, si el Paradigma ya no puede dar respuestas a esos problemas, entrará en crisis y aquella teoría que tenga *mayor poder de convicción* frente a la comunidad científica a la hora de explicar los problemas de ese determinado momento histórico, se erigirá como paradigma vencedor. Para Kuhn los paradigmas son incommensurables, esto quiere decir que no pueden medirse, son diferentes y por lo tanto no se pueden comparar. No hay paradigmas mejores o peores, simplemente son distintos.

El problema que enfrentamos en las Ciencias Sociales es que Thomas Kuhn se ha ocupado específicamente de la física y no de otra clase de ciencias, por lo tanto, como explica la epistemóloga y ensayista argentina Esther Díaz, *"(...) si se quiere utilizar la concepción kuhniana en ciencias sociales, hay que modificar el concepto de paradigma. Mejor dicho,*

relativizarlo". Dado que para Kuhn es necesario que una teoría haya sido universalmente aceptada por la comunidad científica para que sea considerada paradigmática y ese tipo de **consensos universales no existen en Ciencias Sociales**, debemos hablar de *"conflictos entre paradigmas, o supervivencia de paradigmas en una misma época histórica"*.

En Ciencias Sociales los Paradigmas no sólo son inconmensurables sino que además coexisten. Haciendo un paralelo de estos dos conceptos, podríamos decir que las Teorías tampoco pueden compararse y también coexisten, permitiendo que uno pueda estudiar los mismos fenómenos comunicativos desde distintas Teorías, con resultados totalmente válidos.

En la práctica, algunas Teorías han tenido más peso o han sido más influyentes o incluso más populares que otras. No porque se haya dado algún tipo de evolución que permitiera acercarse a una idea más acabada o más verdadera respecto a la Comunicación, sino que ciertos discursos han tenido más importancia que otros. Sobre todo aquellos que venían de Estados Unidos, ya que implicaron una fuerte impronta en lo que fue la Comunicación en el resto de América y el mundo. El mejor ejemplo es el Estructural- funcionalismo.

Para poder entender cómo esto es posible, recurrimos a Michel Foucault. Para este historiador, filósofo y psicólogo francés, todos los discursos responden a una red de relaciones de poder *"que permiten establecer los dominios discursivos de lo que se considera como verdadero"*. Esto posibilita comprender cómo algunos discursos han tenido una primacía frente a otros, en un momento político, social, histórico y económico determinado. Pudiendo suceder luego que el cambio continuo en el entramado de las relaciones de poder desestime esos discursos, quitándoles legitimación social.

Miquel de Moragas Spá explica que *"(...) Durante muchos años <investigación de la comunicación de masas> fue sinónimo de sociología de la comunicación de masas o viceversa. Esto fue así sobre todo en el ámbito norteamericano, sin duda el de mayor influencia internacional."* Hubo así una primacía de lo sociológico, con *"su consecuente*

confusión con la Mass Communication Research, como producto de la reinante necesidad de conocimientos prácticos sobre los medios de comunicación". Esas preferencias son producto de las relaciones de poder entrelazadas en un contexto determinado. En palabras de Michel Foucault, los cambios bruscos en la evolución de lo que se entiende por conocimiento "(...) no son más que el signo de otras cosas: una modificación en las reglas de formación de los enunciados que son aceptados como científicamente verdaderos. No es pues un cambio de contenido (refutación de antiguos errores, formulación de nuevas verdades), no es tampoco una alteración de la forma teórica (renovación del paradigma, modificación de los conjuntos semánticos); lo que se plantea, es lo que rige los enunciados y la manera en la que se rigen los unos a los otros para construir un conjunto de proposiciones aceptables científicamente y susceptibles en consecuencia de ser verificadas o invalidadas mediante procedimientos científicos.". Para Foucault entonces, "(...) Se trata de saber no cuál es el poder que pesa desde el exterior sobre la ciencia, sino qué efectos de poder circulan entre los enunciados científicos, cuál es de algún modo su régimen interior de poder; cómo y por qué en ciertos momentos dicho régimen se modifica de forma global".

VISIONES DE LA COMUNICACIÓN

En función a cómo el sujeto se ubica respecto a la Comunicación, podemos hablar de dos visiones de la Comunicación. La Visión Instrumental, que abreva en el Paradigma Positivista y la Visión de los Fenómenos Asociados a la Cultura, que se nutre del Paradigma Hermenéutico.

El Paradigma Positivista o Empírico surge de las Ciencias Naturales y se extrapola a las Ciencias Sociales. Según el licenciado en ciencias de la comunicación, Guillermo Orozco Gómez, este paradigma "(...) se caracteriza por el alto interés en la verificación del conocimientos", por eso se lo conoce como "el paradigma prediccionista". Lo importante recae en el planteamiento de hipótesis para luego comprobar o verificar que sucedió,

pudiendo ocurrir a veces que esas predicciones no se condigan con la realidad y se refuten.

“Al positivismo hay que entenderlo, históricamente, surgido por la necesidad de responder a una serie de preguntas, con una explicación de lo que acontece”. De esta manera se posicionó como el "conocimiento científico" a la hora de explicar acontecimientos, invalidando todo aquello que no resultase de métodos científicos del positivismo por no considerarse "confiables" (explicaciones que venían de la religión o la magia). Por eso, la investigación aspira a la exactitud, control y rigor en el estudio de los fenómenos y su propósito es establecer leyes y explicaciones generales. Se pretende alcanzar objetividad y aunque las investigaciones parten de la realidad, sólo contribuyen a ampliar conocimientos teóricos. En este sentido se puede decir que la meta es explicar el objeto de estudio, y para estudiarlo uno debe posicionarse por fuera del mismo.

La Visión Instrumental entiende a la comunicación como externa al hombre, como un instrumento, una herramienta para diferentes fines. Las teorías que trabajamos dentro de esta visión son: la Teoría Hipodérmica, el Estructural-funcionalismo, la Teoría de la Información o Modelo Matemático, la Teoría Crítica y la Teoría de la Dependencia. Si bien cada una de ellas tiene características propias, en general, coinciden en plantear lo que llamamos el esquema básico de comunicación: Emisor – Mensaje - Receptor. La comunicación es unidireccional, lineal, y se caracteriza por ser medible, observable y cuantificable (tal como corresponde a la idea de conocimiento planteada por el Paradigma Positivista). En ese esquema el emisor es activo y el receptor pasivo. Entre ellos se da simplemente un pasaje de información.

A diferencia del Paradigma Positivista, el Hermenéutico o Interpretativo se basa en las nociones de comprensión, significación y acción. El interés no está orientado a generar un conocimiento objetivo, *“sino en llegar a uno consensuado”*. Se hace un especial hincapié en las interpretaciones y lo que permitirá diferenciar un "buen" conocimiento de uno "malo" será la cercanía que las interpretaciones tengan con la realidad. En este paradigma no es

fundamental el hecho de establecer generalizaciones o leyes, ni la ampliación del conocimiento teórico, sino que predomina la práctica. Se busca *“no solo entender, sino modificar aquello que se entiende, para poder arribar a nuevos conocimientos más profundos o más amplios que los primeros obtenidos”*.

La lógica del Paradigma Hermenéutico es muy distinta a la del Positivismo, ya que no se trata de alcanzar conocimientos objetivos o realistas sino de obtener *“un conocimiento que le permita al investigador entender lo que está pasando con su objeto de estudio”*.

Para la Visión de los Fenómenos asociados a la Cultura, el hombre está inmerso en el proceso comunicacional; *“el hombre es comunicación”*. El modelo comunicativo puede ser bidireccional o multidireccional y tanto el emisor como el receptor son activos, es decir, son productores de sentido y significación. La importancia de la significación está por sobre la información.

Dentro de esta visión, estudiamos la Teoría de la Recepción de Eliseo Verón, la Teoría de las Mediaciones de Jesús Martín Barbero, los Estudios Culturales y la Teoría Culturológica.

El modelo comunicativo será abordado de forma diversa y tendrá características propias de acuerdo a la teoría que lo trabaje, replanteando incluso aquellos conceptos de *“emisor”* y *“receptor”*. Se hablará, entonces, de producción- circulación- reconocimiento, de audiencias, de prácticas sociales, de reproducción, y otros tantos conceptos según la teoría de que se trate.

BIBLIOGRAFÍA

- de Moragas Spà, Miquel "Sociología de la comunicación de masas. Introducción: El lugar de la sociología en la investigación sobre Comunicación de Masas". Escuela y Autores. 1985
- Díaz, Esther (editora). "Metodologías de las Ciencias Sociales". Editorial Biblos. 1997
- Ford, Anibal "Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis". Amorrortu editores. 1994
- Foucault Michel. "Microfísica del poder" Genealogía del poder. Edición y traducción de Julia Varela y Fernando Alvarez-Uría. Tercera Edición 1992. Ediciones La Piqueta.
- La Rosa, Amaro "Claves para una comprensión de la comunicación". Artículo.
- Mattelart, Armand y Michèle. "Historia de las teorías de la comunicación". Introducción. (Traducción de Antonio Lopez Ruiz y Fedra Egea). Editorial Paidós. 1997.
- Orozco Gómez, Guillermo. "La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa". Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C 2000
- Torrico Villanueva, Erick R. "Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación" Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. 2004