

COMUNICACIÓN I

FICHA DE CÁTEDRA

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 cientificidad, adoptando esquemas propios de las ciencias de la naturaleza adaptados a través de analogías (...)».

Por esta razón, uno de los debates más importantes dentro del campo de la comunicación y la cultura ha sido el producido en torno al estatuto científico de la comunicación. Independientemente de las consideraciones externas de otras Disciplinas —que las hay—, nos interesa hacer hincapié en los debates que han tenido lugar dentro del propio campo.

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, proponiendo entonces una escala para agruparlos que, *grosso modo*, distingue entre:

- **Comunicólogos:** «(...) 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»
- **Integracionistas:** «(...) 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».

- **Negativistas:**«(...) estiman que los estudios comunicacionales no reúnen las condiciones suficientes para poderlos denominar científicos, pues constan solamente de temáticas dispersas analizadas desde paradigmas diversos».

De todas las posturas existentes al respecto trabajaremos sólo algunas que, a nuestro entender, son significativas respecto del debate existente en el campo. Primero trabajaremos la del propio Amaro La Rosa, que reconoceríamos como comunicólogo si usáramos la escala que él mismo planteó para ordenar el debate. Este autor, al plantear aquella suerte de clasificación respecto del debate, lo que deja claro es que «no hay un acuerdo entre los especialistas con respecto al status científico de la comunicación». 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».

Para Amaro La Rosa, al igual que para la mayoría de los autores, «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». Sin embargo, él considera que 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». Esta dificultad no implica para Amaro La Rosa que la Comunicación pierda ese status científico que ha ganado de alguna manera en función de esa acumulación de conocimientos tal cual hemos expuesto anteriormente.

El autor explica que existe en este campo, al igual que en las Ciencias Sociales, una «tendencia a interpretar y reinterpretar permanentemente el objeto de estudio», justamente porque la comunicación no representa una realidad permanente o estática, sino que está sometida a

constantes cambios, a la aparición de nuevos asuntos y manifestaciones que requieren de la atención de los especialistas y por lo tanto implican reformulaciones del campo. Pensemos que la investigación de la comunicación masiva está en constante transformación y esos cambios deben poder incluirse en el análisis, por lo tanto el objeto debe ir siendo reformulado a medida que las transformaciones en el campo tienen lugar.

Además, esos asuntos que estudia la comunicación pueden —y así ocurre en la práctica— 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, pero si exige un abordaje transdisciplinario que haga posible «la comprensión holística de la problemática». Esto último porque los procesos comunicativos, al estar en constante cambio y reformulación, son multidimensionales. Remarca entonces que, así como ocurre en las Ciencias Sociales, en lo que respecta a la Comunicación pueden coexistir paradigmas diversos, que enriquecen el análisis del objeto de estudio.

La segunda postura que desarrollaremos es la de Erick Torrico Villanueva. El autor, licenciado en comunicación social, podría ser ubicado por su concepción respecto de la Comunicación dentro de la categoría de integracionistas que plantea Amaro La Rosa. Esto es así ya que sostiene que la comunicación «(...) continua 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 considera 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 el problema ha sido 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) constituye realmente su objeto. Ese error ha generado

una fragmentación tan grande que se perdió de vista el hecho de que, si la esencia —y existencia— de la comunicación social, su objeto según Torrico Villanueva «no puede ser un componente aislado del proceso sino el proceso mismo». Así, plantea que el objeto de estudio de la comunicación no puede ser otro que el «proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, interacción y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados». 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».

Miquel de Moragas Spá, la última postura que trabajaremos, plantea que este dilema que se le ha presentado a la investigación en comunicación, de tener que definirse o bien como campo de estudio o bien como disciplina, se resuelve de una única manera: la comunicación es a la vez campo y disciplina.

En principio Moragas Spá sostiene que no es lo mismo una teoría de la comunicación que los estudios en comunicación, de la misma manera que en términos de disciplina la comunicación no es equivalente a la sociología, a la antropología o a la psicología (de ser así se trataría de la *comunicología*) sino que comunicación «hace referencia a un fenómeno transversal que interesa a todas las ciencias sociales y humanidades».

Esa pretensión de construcción de una disciplina *independiente* para obtener así el reconocimiento y prestigio académicos han resultado, según el autor, «muy poco rentables en términos de desarrollo

de nuestros conocimientos sobre la comunicación». La comunicación es un objeto transversal, no se puede interpretar fácilmente un fenómeno que de alguna manera se resiste a la simplificación en el momento de definirla y abarcarla. Es un «objeto-campo de estudio en cuyo análisis pueden confluír métodos y puntos de vista aportados por las distintas ciencias sociales y humanidades». Ahora bien, esa colaboración entre tradiciones académicas no ocurre espontáneamente desde esas disciplinas, sino que se produce «gracias a la contribución de una teoría de la comunicación a quien puede atribuirse la tarea de delimitar el objeto de investigación y proponer las preguntas pertinentes a cada disciplina». De alguna manera la teoría de la comunicación tiene que tener una tarea interdisciplinar, para combinar los conocimientos y métodos de distintas disciplinas, abonando a la comprensión de la complejidad que tiene por sí misma su objeto específico.

Moragas Spa plantea entonces que esa colaboración entre diversas ciencias realmente implica un reto epistemológico. Diferencia entonces 3 niveles de esa posible colaboración. El primero se denomina pluridisciplinariedad, que implica la colaboración entre distintas ciencias en donde cada una aporta sus conocimientos y métodos tradicionales abocados a una misma investigación. Un segundo nivel es el de la interdisciplinariedad que, según Moragas Spa, «implica confrontación, intercambio de métodos, poner en común experiencia, confrontar resultados. Éste es el ámbito privilegiado de los estudios de comunicación». Recuerda esto a lo que planteaba Torrico Villanueva al considerar la comunicación como un «campo interdisciplinario autónomo que adquiere su peculiaridad a partir de la convergencia e interacción transversales de diferentes 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».

Finalmente, Moragas Spa plantea el último nivel de colaboración, que se situaría en un nivel superior de abstracción, «buscando nuevos paradigmas, superando las limitaciones, las fronteras de cada disciplina». Nos referimos al abordaje transdisciplinario. Según el autor, este es el ámbito más utópico, pero también el ámbito donde se propone una teoría de la comunicación universal que

podiera aplicarse a todos los procesos de transmisión de información. Como trabajamos anteriormente, Amaro La Rosa considera que la transdisciplinariedad es la herramienta que permitiría comprender el proceso comunicacional en su complejidad. Retoma a Barbero en esto, quien planteaba que la idea es «intentar la construcción de puentes que articulen los objetos de conocimiento de las diversas disciplinas sociales. Es mediante la comprensión de estos nexos que podrán gestarse las propuestas transdisciplinarias para la investigación de la Comunicación.»

Prosiguiendo con el concepto de transdisciplinariedad, Aníbal Ford, escritor y periodista argentino, a quien citamos en este caso, no como postura respecto al estatuto científico de la comunicación sino por su interesante abordaje en relación a la problemática: comunicación/cultura, argumenta que dentro de este terreno aparecen otros problemas que exceden a los medios y que son también objeto de la comunicación y la cultura. Sostiene que al entrar en un producto massmediático obligatoriamente deben intervenir otras disciplinas para su análisis. Los medios no pueden estudiarse “aislándolos de las transformaciones socioculturales y económicas” y esto implica una crisis. Esa última (que no es exclusiva del estudio de los medios, sino que se presenta cada vez que se intenta estudiar un fenómeno complejo) sólo puede resolverse mediante una “(...) hiperobservación de los medios por un conjunto amplio de disciplinas”. Se trata de un entonces 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 esta idea de enmarcar el estudio de los medios y la comunicación en una teoría de la cultura está presente la definición de Moragas cuando entiende la transdisciplinariedad como ese nivel, aunque más abstracto y casi utópico, en el que se propone una

metateoría. Esa *Teoría universal de la Comunicación* que según Moragas Spa conllevaría el análisis transdisciplinario de la comunicación es el equivalente a la *Teoría de la Cultura* que propone Aníbal Ford para poder aprehender los fenómenos comunicacionales y culturales en toda su complejidad.

Habiendo desarrollado estas tres posturas dentro de un vasto y variado repertorio en cuanto a la discusión sobre el estatuto científico de la comunicación, nos interesa destacar que la Cátedra de Comunicación 1 adhiere a la postura de Amaro La Rosa. Primero y fundamentalmente en lo que se refiere a considerar a la Comunicación como una disciplina científica a la cual se le debe delimitar un objeto de estudio claro que contemple los cambios en el campo sociocultural y que supone obviamente ciertas metodologías de investigación (cuantitativas, cualitativas y cuantitativas) a la hora de analizar ese objeto de estudio. Reconocemos además esa dependencia epistemológica que plantea el autor cuando expone la importancia de la transdisciplinariedad para alcanzar una constitución teórica lo suficientemente abarcativa como para aprehender el objeto de estudio en su multidimensionalidad. Por lo tanto, el cuerpo teórico de la comunicación quedará conformado por el aporte de diversas disciplinas que resultarán absolutamente necesarias para poder llevar a cabo una investigación aunque sin perder su enfoque de estudio que posee una impronta singular marcada por su mirada comunicacional.

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". En estos términos la teoría es el conjunto de conceptos articulados que nos permite acercarnos a la realidad y analizarla. No es menor que ese acercamiento se haga específicamente desde los conceptos que contiene la teoría, en tanto ésta última viene a ser como *los lentes* a través de los cuales se puede observar la realidad en términos analíticos. Son justamente esos lentes—lentes teóricos— los que limitan la visión que se tiene de la realidad y también la determinan. De ahí que si se cambiaran unos lentes por otros—si se cambiara la teoría desde la que se propone analizar determinada porción de la realidad— el objeto de análisis se vería de manera distinta, porque la teoría define el acercamiento y el tipo de observación que uno puede llevar a cabo. Esta idea de los lentes del investigador para hacer referencia al marco teórico a partir del cual uno lleva adelante las investigaciones implica también un «personal modo de mirar un fenómeno social a partir de una formación teórica particular». ¹

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 las definiciones, 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 respecto de la Comunicación: o bien como herramienta (visión instrumental) o bien como entendida como inseparable de los fenómenos culturales (visión de fenómenos asociados a la cultura).

¹Tomado Oscar Oslak en *Falsos dilemas: Macro-micro, teoría-caso, cuantitativo y cualitativo*, en Wainerman C. y Sautu R. (comp) (2011): *La trastienda de la investigación*. Editorial Manantial. Buenos Aires

En este sentido, Moragas Spá plantea que «*la investigación de la comunicación es y debe seguir siendo objeto de controversia*». La historia de la investigación en comunicación está marcada por esta polaridad. La más destacada de ellas fue la de *apocalípticos e integrados*, como tituló Umberto Eco en su libro de los años 60, donde puntualizó las diferencias sustanciales entre las investigaciones en comunicación de los años 40 y 50. Por un lado la *investigación administrativa*, que era aquella que se realizaba por encargo de la administración americana, destacándose a Lazarsfeld, y por otro lado la *investigación crítica*, personalizada con Adorno. Esas investigaciones han dado paso a otro tipo de líneas de investigación más recientes: «la investigación administrativa ha dado paso a la *investigación estratégica* y a la *investigación comercial aplicada* en contraposición a la investigación crítica de los Estudios Culturales o de la economía política de la comunicación».

PARADIGMAS Y MATRICES TEÓRICAS

Toda la teorización, ya sea en comunicación o en cualquier otra disciplina o campo de estudio, abreva en algún paradigma, que viene a estructurar y a limitar ese marco teórico.

El concepto de Paradigma fue acuñado por Thomas Kuhn, quien planteaba que el mismo "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 *tengamayor 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 inconmensurables, 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. Según el autor no existen herramientas para definir que un paradigma es mejor que otro, por eso no se puede decir que en el paso de un paradigma a otro lo que se logra es un acercamiento mayor a la verdad o a un conocimiento superior. Simplemente los

cambios de un paradigma a otro responden a las problemáticas histórico-sociales y a la capacidad de un paradigma de dar respuesta y soluciones a las inquietudes que la comunidad científica tiene en ese momento histórico determinado. De esta manera se entiende que, en términos de Kuhn, cuando un paradigma entra en crisis porque los ejemplos en su contra son abrumadores y ya no puede dar respuestas, surgen otras teorías que luchan y chocan entre ellas para poder constituirse como paradigma vencedor. Esto Kuhn lo llama revolución científica, y una vez que se define un paradigma vencedor se instaura un periodo de ciencia normal.

Kuhn es fundamental en los estudios de la evolución de la ciencia en tanto introduce la variable histórica como determinante de los procesos de conformación teórica de las comunidades científicas, así como alerta sobre la imposibilidad de hablar de *progreso* de la ciencia, al menos por fuera de los límites de los paradigmas.

El problema que enfrentamos en las Ciencias Sociales es que Thomas Kuhn se ha ocupado específicamente de las ciencias naturales 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**, es imposible entonces que pueda determinarse un paradigma como vencedor. Si a eso sumamos el hecho de que los paradigmas son inconmensurables —tal cual lo determinó Kuhn— y no pueden compararse ni determinar si uno es mejor que otro, en Ciencias Sociales debemos hablar de "conflictos entre paradigmas, o supervivencia de paradigmas en una misma época histórica".

Haciendo un paralelo de estos dos conceptos, podríamos decir que las Teorías tampoco pueden compararse, en tanto surgen —como hemos trabajado— de las explicaciones sobre la realidad y del contraste con lo real observado. En este sentido ninguna es mejor sino que dan explicaciones

diferentes respecto de la realidad y asimismo coexisten, permitiendo que uno pueda estudiar los mismos fenómenos comunicativos desde distintas Teorías, con resultados diferentes pero aún así totalmente válidos. Por esto último es importante que al momento de llevar a cabo una investigación científica uno tenga claro el marco teórico desde el cual se posiciona.

En la práctica y en lo que refiere al campo de la comunicación, 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 porque 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 de esto son las teorías funcionalistas de la comunicación, como el Estructural- funcionalismo. En esto se puede ver claramente cumplida la famosa afirmación de Thomas Kuhn de que *ganan las teorías con más fuerza y no las más verdaderas*. Por *fuerza* el físico se refería al poder de convicción frente a la comunidad científica, sin embargo no indagó demasiado respecto de lo que implicaba o significaba la idea de *tener más fuerza*. Para poder entender aquello es que recurrimos a Michel Foucault, ya que su interés estuvo centrado en las prácticas sociales, los intereses, las luchas de poder y con esto todo el aparato complejo que sostiene el estudio formal de las teorías.

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 la «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 MassCommunicationResearch, como producto de la reinante necesidad de conocimientos prácticos sobre los medios de comunicación". Esas preferencias son producto de las relaciones de poder entretajadas 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".

Esther Díaz plantea una analogía que permite entender la complementariedad de los aportes de Kuhn y Foucault. Si imaginamos a la ciencia como un iceberg—dice la epistemóloga argentina—, Kuhn estudió la parte emergente, la que se ve. Se atrevió a decir que hay presiones más poderosas que la inocente validez formal de una teoría científica pero no indagó respecto a la fuerza de unas teorías sobre otras. Foucault, en cambio, se interesó por ver la parte sumergida del iceberg: «las prácticas sociales, los intereses, el deseo y las luchas de poder». De esta manera, el filósofo francés planteó que el estudio formal de las teorías es un pequeño fragmento de hielo, pequeño justamente en relación a la masa enorme y sumergida de un témpano. Esther Díaz concluye entonces que «esa masa de intereses cognoscitivos, económicos, personales y corporativos es la que realmente sostiene

esa aparentemente inofensivo trozo de agua helada que es la mera estructura formal de las teorías científicas».

Dentro del campo de la comunicación, Torrico Villanueva también retoma el concepto kuhniano cuando habla de la teorización. Explica que una teoría, para ser asumida como válida, no solo tiene que ser pertinente respecto del objeto real al cual se refiere, y lógicamente consistente, sino que además deberá responder a una *matriz cognitiva*. En el ámbito de lo social, como el sujeto cognoscente es siempre inevitablemente parte de ese objeto cognoscible, por las determinaciones sociales, por ser actor del proceso de conocimiento y a la vez estar implicado en el objeto de estudio y también determinado por la propia subjetividad y componentes ideológicos a la hora de producir teoría, genera que existan diversas matrices con enfoques muy diferentes e incluso inconciliables. Esos puntos de vista o *paradigmas teórico-sociales* condicionan el proceso de investigación científica, condicionan la teorización. Esos paradigmas a los que refiere son tomados de la propuesta original de Kuhn que ya hemos trabajado.

Para Torrico, frente a ese *síndrome de lo light* que afecta a la comunicación, por su demanda coyuntural comercial, y porque se ha tendido a inutilizar la teoría creando saber "por encargo" y funcional a la búsqueda de mayor e inmediata rentabilidad económico-política, él responde con la necesidad de recuperar la coherencia. Para el autor, esto implica replantear el tema de la racionalidad teórica que «en la investigación de lo social, consiste en aplicar una determinada visión global (una matriz) a la organización intelectual de lo observable y a la comprensión de su naturaleza y sus relaciones abstractas». Plantea entonces retomar el ordenamiento de la teorización, su encauce, dentro de matrices teóricas. Desde «un marco articulado de conceptos "desde" o "a través" del que se puede "mirar" una zona dada de la realidad social, para conocerla en términos científicos». Obviamente él sabe que esa no es la única acepción del término de paradigma, de hecho Kuhn tuvo que adaptar su concepto de paradigma por el de matriz disciplinaria, última versión que se adaptó

como matriz teórica entendiendo el "paradigma" en el sentido de «un moldeo teórico generador de teorías, condicionador de visiones y posibilitador de aprehensiones conceptuales».

La matriz es entonces la colocación teórica desde donde se observa el campo y el campo es el espacio sometido a la observación. En este sentido, según el autor «toda teoría lleva implícito un sustento epistemológico y opta por un cuadro metodológico». Es decir que toda teoría abreva en un paradigma.

VISIONES DE LA COMUNICACIÓN

Como ya adelantamos en el apartado de Teorías de la Comunicación, la Cátedra propone dos visiones para ordenar el estudio de las teorías, al menos de las que vemos en la materia Comunicación I. Estas teorías a su vez abrevan en algún paradigma o matriz teórica. Estas visiones difieren principalmente respecto de cómo se entiende la comunicación, si como un instrumento o herramienta que se utiliza para alcanzar determinados fines, o si se lo entiende como un campo complejo directamente relacionado con los fenómenos culturales.

La Visión Instrumental contiene a aquellas teorías que entienden 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, y hasta incluso en términos teóricos algunas se contraponen, coinciden en plantear lo que llamamos el esquema básico de comunicación, en el cual el emisor es activo y el receptor es pasivo. La comunicación en estas teorías es unidireccional, lineal, y se caracteriza por ser medible, observable y cuantificable.

Esta visión abreva en el Paradigma Positivista o Empírico, aquel que 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

conocimiento”, 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 de los Fenómenos asociados a la Cultura contiene aquellas teorías que ubican al hombre inmerso en el proceso comunicacional. Para estas teorías *el hombre es un ser social, dentro de un entorno cultural, que inevitablemente conlleva una necesidad y capacidad de comunicarse.* El modelo comunicativo puede ser bidireccional o multidireccional, ya que estas teorías apuntan tanto a un emisor como a un receptor activos, es decir, ambos como productores de sentido y significación. Estas teorías relacionan directamente la comunicación con la cultura, por lo que la significación de los procesos y prácticas comunicativas está por encima del mero pasaje de información. Hacen hincapién el significativo rol del receptora la hora de determinar los procesos comunicativos, de manera que el emisor se ve determinado por aquel.

Dentro de esta visión, estudiaremos la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón, la Teoría de las Mediaciones de Jesús Martín Barbero y los aportes teóricos de los Estudios Culturales del Centro de Estudios de Birmingham.

El modelo comunicativo en estas teorías 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 discursos, de audiencias, de prácticas sociales, y otros tantos conceptos según la teoría de que se trate. Esto introduce cierta complejidad en el modelo, que evidencia la importancia de factores externos a la comunicación pero, al mismo tiempo, intrínsecamente relacionados con la cultura siendo determinantes en la construcción de significación en las prácticas de comunicación.

Esta visión abreva en el Paradigma Hermenéutico o Interpretativo. Éste, a diferencia del Paradigma Positivista, 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”.

Cabe aclarar, que si bien la Cátedra utiliza a los dos paradigmas descriptos precedentemente es porque resultan pertinentes para el abordaje de las visiones de la comunicación, pero no son los únicos paradigmas que se pueden utilizar en el ámbito investigativo.

Para finalizar, consideramos importante enfatizar que hemos pretendido con esta ficha realizar un encuadre teórico que sirva para facilitar a nuestros alumnos la articulación del contenido bibliográfico del módulo 1. En cuanto al debate sobre el Estatuto científico de la comunicación no se agota solamente en las propuestas que aquí desarrolla la Cátedra, sino que las discusiones teóricas al

respecto quedan abiertas, así como su implicancia en el campo científico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- de Moragas Spá, 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
- Díaz, Esther, "La Posciencia, El conocimiento científico en las postrimerías de la modernidad". Editorial Biblos.
- Ford, Aníbal "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
- Oslak, Oscar. *Falsos dilemas: Macro-micro, teoría-caso, cuantitativo y cualitativo* en Wainerman C. y Sautu R. (comp) (2011): La trastienda de la investigación. Editorial Manantial. Buenos Aires
- Torrico Villanueva, Erick R. "Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación" Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma. 2004