

# COMUNICACIÓN 1

## FICHA DE CÁTEDRA – MÓDULO 1

### 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» (Mattelart y Mattelart, 1997: 9).

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»* (La Rosa, 2016: 2)
- **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» (La Rosa, 2016: 2).*

- **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».* (La Rosa, 2016: 2)

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 de la discusión, lo que deja en claro es que «no hay un acuerdo entre los especialistas con respecto al status científico de la comunicación» (La Rosa, 2016: 1). Entiende que aunque la Comunicación en sí misma, en tanto fenómeno de la realidad, no involucra conocimiento científico pero, 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, los cuales paso a paso, han permitido la construcción de una disciplina con status de ciencia» (La Rosa, 2016: 1)

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, vale decir, que se encargue de analizar determinada clase de fenómenos producidos en la realidad» (La Rosa, 2016: 2). Sin embargo, él considera que existen serios problemas hora de delimitar el área de estudios específica 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» (La Rosa, 2016: 2). 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 que se han ido generando.

El autor explica que en el campo de la Comunicación —al igual que en las Ciencias Sociales— existe

una «tendencia a interpretar y reinterpretar de manera permanente su objeto de estudio» (La Rosa, 2016: 3), justamente porque la comunicación, como fenómeno particular, es sumamente complejo. La comunicación masiva de ninguna manera constituye 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 constantes del campo (La Rosa, 2016).

Pensemos que la investigación de la comunicación masiva está en constante transformación, así como las propias sociedades van cambiando. El desarrollo tecnológico, especialmente en la informática, y la creciente digitalización de las comunicaciones y convergencia tecnológica están modificando rápidamente las propias prácticas comunicativas y, con ello, el propio campo de estudio. Los medios masivos también han ido desarrollándose y cambiando sus modalidades de producción, incluso sus productos, en tanto las propias audiencias van modificándose. Todas estas cuestiones deben atenderse e incluirse en el análisis, por lo tanto el objeto de la comunicación debe ir siendo reformulado para contemplar las transformaciones que van ocurriendo en el campo.

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, para La Rosa, un abordaje transdisciplinario que haga posible «la comprensión holística de la problemática» (La Rosa, 2016: 5). Esto último porque los procesos comunicativos, al estar en constante cambio y reformulación, son multidimensionales. El autor 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 y que se vuelve necesario para abordar el fenómeno en su complejidad (La Rosa, 2016).

La segunda postura que desarrollaremos es la de Erick Torrico Villanueva. El investigador, docente y 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 «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» (Torrco Villanueva, 2004: 11). 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» (Torrco Villanueva, 2004: 17), dando lugar a diversas teorías que, a su entender, son «un conjunto multifacético, polémico e inacabado —inacabable, seguramente— de abordajes y enfoques parciales» (Torrco Villanueva, 2004: 17), 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 es social, su objeto «no puede ser uno u otro componente aislado del proceso sino el proceso mismo» (2004: 21). Así, plantea que el objeto de estudio de la comunicación es el «proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados» (2004: 17). Se trata de un objeto multidimensional y en este sentido explica que no se puede pretender conocer un objeto de estas características desde una mirada monodisciplinaria o alguna otra de tipo reduccionista, sino que la única vía para estudiarlo es una que logre dar cuenta de ese objeto de la manera más completa posible, y eso de ninguna manera podría hacerse desde un acercamiento unilateral, sino que la respuesta debe ser interdisciplinaria (Torrco Villanueva, 2004).

Es importante destacar que para Torrico Villanueva hay que comprender la Comunicación y no simplemente los medios de comunicación, entendiendo por aquella:

*«un campo (inter)disciplinario autónomo (Miege) que adquiere su peculiaridad a partir de la*

convergencia e interacción transversales de distintas disciplinas, en el estudio de un tipo específico de relación social — el de la producción e intercambio simbólicos— y de las disputas por el ‘sentido válido’ que tal relación genera» (2004: 27).

Miquel de Moragas Spà, 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 (de Moragas Spà, 2011).

En principio, este autor 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» (de Moragas Spà, 2011: 18).

Para De Moragas, esa pretensión de construcción de una disciplina *independiente*, para obtener así el reconocimiento y prestigio académicos, han resultado «muy poco rentables en términos de desarrollo de nuestros conocimientos sobre la comunicación» (2011: 19).

Él entiende la comunicación como un objeto transversal, afirmando que no se puede interpretar fácilmente un fenómeno que de alguna manera se resiste a la simplificación en el momento de definirla y abarcarla. Concluye que se trata de un «objeto-campo de estudio en cuyo análisis pueden confluir métodos y puntos de vista aportados por las distintas ciencias sociales y humanidades» (De Moragas Spà, 2011: 19). Ahora bien, esa colaboración entre tradiciones académicas no ocurre espontáneamente desde esas disciplinas, sino que se produce gracias al aporte que realiza la teoría de la comunicación a quien el autor le atribuye la tarea de delimitar el objeto de investigación y proponer las preguntas que sobre ese objeto es pertinente hacer desde cada una de las disciplinas. 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 si misma su objeto específico.

El autor plantea entonces que esa colaboración entre diversas ciencias realmente implica un reto epistemológico y diferencia tres niveles de posible colaboración. El primero se denomina pluridisciplinariedad e implica la colaboración entre ciencias diferentes a partir del aporte particular que sus distintos conocimientos y métodos tradicionales pueden hacer sobre una misma investigación u objeto de estudio. Un segundo nivel es el de la interdisciplinariedad que, según Moragas Spà, «implica confrontación, intercambio de métodos, poner en común experiencia, confrontar resultados. Éste es el ámbito privilegiado de los estudios de comunicación» (2011: 20). Esta idea nos obliga a retomar aquello que planteaba Torrico Villanueva respecto de considerar a la comunicación como un *campo interdisciplinario autónomo*.

Finalmente, Moragas Spà plantea un último nivel de colaboración, que sería muy superior en términos de abstracción ya que supone la búsqueda de nuevos paradigmas, de la superación de las limitaciones y fronteras propias de cada disciplina. Se trata de un ámbito más utópico, el del abordaje transdisciplinario. En este ámbito es en el cual se propone una teoría de la Comunicación en sentido universal, una que pudiera aplicarse a todos los fenómenos comunicativos.

Retomando lo trabajado anteriormente, esa instancia que para Moragas Spà es utópica, para La Rosa es la única herramienta que permitiría comprender el proceso comunicacional en su complejidad. Retoma a Barbero para sostener esta concepción, quien planteaba: «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» (Barbero en La Rosa, 2016: 9)

Prosiguiendo con el concepto de transdisciplinariedad, tomaremos algunas cuestiones trabajadas por Aníbal Ford, escritor y periodista argentino, no como postura en sí misma respecto al debate sobre la cientificidad de la comunicación sino por su abordaje de las cuestiones comunicativas directamente vinculadas a la cultura. Argumenta el autor que dentro del terreno de la Comunicación 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, ya que los medios no pueden estudiarse aislados de las transformaciones socioculturales y económicas que se suceden (Ford, 1994). Esta imposibilidad conlleva una crisis, que no es exclusiva del estudio de los medios de comunicación, sino que se presenta cada vez que se intenta estudiar un fenómeno complejo. Para el caso de los medios, Ford propone una *hiperobservación* de aquellos a partir de varias disciplinas, lo que involucra necesariamente un abordaje transdisciplinario y que permitiría dar cuenta de la complejidad del objeto y aprehenderlo de la manera más completa posible.

Para Ford, el estudio de la comunicación y de los medios siempre obliga siempre a analizar también lo que queda por fuera, lo *extra mediático*, que no es ni más ni menos que la propia Cultura. Por eso el autor concluye que la Comunicación debe estudiarse enmarcada en una «Teoría de la Cultura» y no desde Teorías de la Comunicación variadas. Comunicación y Cultura formarían así un campo transdisciplinario particular.

En esta idea de Ford está presente lo que De Moragas Spà plantea al describir al nivel de la transdiscipliniedad como aquel en el que se propone una metateoría (de Moragas Spà, 2011). Esa *Teoría universal de la Comunicación* que 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 esas tres posturas —La Rosa, Torrico Villanueva y De Moragas Spà — 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/o cuantitativas o mixtas) 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, pero sin perder su enfoque de estudio particular, caracterizado por una impronta comunicacional.

### **VISIONES DE LA COMUNICACIÓN**

La Cátedra propone dos visiones para ordenar el estudio de las teorías que se trabajan en la materia Comunicación 1. Este ordenamiento y clasificación reviste un carácter arbitrario, es decir que constituyen una herramienta analítica para estudiarlas, pero no agotan las posibilidades de su clasificación. Estas visiones son la Instrumental y aquella que entiende a la Comunicación como un fenómeno directamente vinculado a la Cultura.

La Visión Instrumental contiene aquellas teorías que entienden a la comunicación como externa al hombre, como un instrumento, una herramienta para diferentes fines. Las teorías que entran en esta manera de ver y entender la Comunicación son —entre otras— la Teoría Hipodérmica, el Estructural-funcionalismo, la Teoría de la Información o Teoría Matemática, 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*, que supone una unidireccionalidad y linealidad en la manera de transmitir los mensajes. Se le da un lugar de preeminencia al Emisor que aparece como activo frente a un Receptor pasivo, y el peso está puesto sobre el mensaje. Este tipo de comunicación se caracteriza por ser medible, observable y cuantificable.

Esta visión abrega en el Paradigma Positivista o Empírico, aquel que surge de las Ciencias Naturales y

se extrapola a las Ciencias Sociales. Este paradigma «se caracteriza por el alto interés en la verificación del conocimiento” (Orosco Gómez, 2000: 28) por eso se lo conoce como *el paradigma prediccionista*. Lo importante recae en el planteamiento de distintas hipótesis respecto de un determinado fenómeno para luego comprobar o verificar esa hipótesis o suposición, o bien de refutarlas si no se condicen con la realidad. En este sentido, Orosco Gómez plantea que «*al positivismo hay que entenderlo, históricamente, surgido por la necesidad de responder a una serie de preguntas, con una explicación de lo que acontece*» (2000: 28). 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*, por ejemplo aquellas explicaciones que sobre los fenómenos se realizaban desde la Magia o la Religión. Por eso, la investigación enmarcada en este Paradigma 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, separarse del objeto cognoscible.

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 capacidad y necesidad de comunicarse.

En líneas generales podemos decir que el modelo comunicativo puede ser bidireccional o multidireccional, ya que estas teorías apuntan tanto a un Emisor como a un Receptor activos. Ahora bien, si hilamos fino, las teorías que pueden ubicarse dentro de esta visión complejizan notoriamente los modelos de comunicación, para correrse de la disociación entre Emisores y Receptores y pasar a hablar de Sujetos que se constituyen como productores de sentido y significación. La atención de estas teorías no está dada sobre el mensaje sino sobre todo el proceso o fenómeno comunicativo, atendiendo cuestiones contextuales y otros factores externos a la comunicación, lo que nos lleva a

vincularlos directamente con la Cultura.

Las teorías que conforman esta visión entienden a la Comunicación como un fenómeno que no puede entenderse si no es en relación con las significaciones y sentidos culturalmente construidos y compartidos. En este sentido, la significación de los procesos y prácticas comunicativas está por encima del mero pasaje de información o mensajes. Se hace hincapié en el análisis de la instancia receptora, como determinante de los procesos comunicativos.

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 Culturales Contemporáneos de la Escuela de Birmingham.

Esta visión abreva en el Paradigma Hermenéutico o Interpretativo que, a diferencia del Paradigma Positivista, se basa en las nociones de comprensión, significación y acción. El interés no está puesto en generar un conocimiento objetivo, sino más bien 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 sentido la referencia empírica sigue siendo valiosa —como lo era para el Paradigma Positivista— pero con la diferencia de que, en este caso, lo fundamental no recae en el hecho de establecer generalizaciones o leyes, ni la ampliación del conocimiento teórico, sino que predomina la orientación 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» (Orosco Gómez, 2000: 33-34).

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» (Orosco Gómez, 2000: 34).

Para finalizar, consideramos importante enfatizar que esta ficha pretende realizar un encuadre teórico acorde para facilitar la articulación de los contenidos de la materia y especialmente respecto de la discusión respecto del estatuto científico de la comunicación. Ese debate 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.

De esa misma manera, la decisión de clasificar el análisis de las distintas teorías en esas dos visiones tiene fines puramente analíticos. Se pretende organizar el estudio de las teorías a trabajar, pero de ninguna manera constituyen la única forma de organizarlas, clasificarlas o estudiarlas. La relación de las Visiones con los Paradigmas desarrollados también reviste una decisión arbitraria y, con las consideraciones y salvedades correspondientes, apunta a clarificar algunas cuestiones conceptuales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- De Moragas Spà, M. (1985) *Sociología de la comunicación de masas*. Escuela y Autores.
- De Moragas Spà, M. (2011) *Interpretar la Comunicación. Estudio sobre medios en América y Europa*. Editorial Gedisa.
- Ford, A. (1994) *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Amorrortu editores.
- La Rosa, A. (2016) *Claves para una comprensión de la comunicación*. Artículo disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/268396220\\_CLAVES\\_PARA\\_UNA\\_COMPRENSION\\_DE\\_LA\\_COMUNICACION\\_KEYS\\_TO\\_UNDERSTANDING\\_COMMUNICATION](https://www.researchgate.net/publication/268396220_CLAVES_PARA_UNA_COMPRENSION_DE_LA_COMUNICACION_KEYS_TO_UNDERSTANDING_COMMUNICATION).
- Mattelart, A. y Mattelart. M (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Traducción de Antonio Lopez Ruiz y Fedra Egea. Editorial Paidós.
- Orozco Gómez, G. (2000) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
- Torrico Villanueva, E. (2004) *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma.