PONENCIA

La Comunicación Social como ciencia y como disciplina

Por: Campo Elías Narváez C.
Profesor Facultad de Comunicación Social

Indagar por la Comunicación Social (CS) como perfil, disciplina, ciencia, campo de prácticas y saberes, etc., es indagar en última instancia por su misma historia. Por la historia de la Comunicación Social, porque si algo demuestran sus casi 70 años de existencia como nuevo campo del conocimiento es que a lo largo de todo este tiempo la concepción que ha tenido la comunicación sobre si mísma y sobre el ejercicio profesional de quienes la desempeñan ha ido variando de modo paulatino en lapsos relativamente cortos.

Esta indagación si bien es sencilla por cuanto existe abundante bibliografía sobre todos estos procesos es en realidad compleja por la multiplicidad de perspectivas y enfoques que tiene. Habría que decir en todo caso, para comenzar, que los primeros estudios que desde la Comunicación Social se hicieron sobre tema alguno fueron sobre los efectos y la influencia que ejercieron los medios masivos durante la Primera Guerra Mundial y en el intermedio entre ésta y la Segunda Guerra. En esta primera etapa se dio mayor importancia al punto de vista del emisor; quién era éste, que posición política, social, ideológica tenía. Esta etapa fue relativamente corta y dio paso a una segunda que consistía en privilegiar ahora el contenido

de los mensajes. Surge así el muy conocido Análisis de Contenido que tan popular hiciera Berelson. De modo paralelo se daría el estudio de las audiencias. Con posterioridad a la Segunda Guerra Mundial aparece la teoría de la información de Shanon y Weaver que privilegia el componente técnico de la comunicación y donde aparece ya un claro aporte de la ingeniería y la cibernética. Se consolida de este modo la Comunication Research, (todo esto en EE. UU), y dando un gran salto se termina este período que llega hasta finales de los cincuentas.

En los decenios siguientes surgen unas concepciones de corte marxista frente a la comunicación de masas que dominan buena parte de los escenarios de Europa -Francia e Italia principalmente- y sobre todo de América Latina donde la concepción sobre la comunicación tiene un aire marcadamente ideológico ya que de todos sus análisis terminan en la denuncia y en la necesidad imperiosa de cambiar el contenido del mensaje, por lo general de origen burgués, por uno de carácter alternativo que cambiara de un modo radical la comunicación para transformarla y, por ende, transformar a la sociedad misma. Esta etapa se supera, pero no sobra decir que también estuvo matizada por los aportes que desde la antropología hizo el estructuralismo con sus nuevas reformulaciones sobre el mito, el símbolo y el poder.

Viene luego un último ciclo que es el que vivimos ahora y que podemos situar desde principios de los ochentas hasta el momento actual. Esta etapa, rica en investigación empírica y saberes conceptuales, plantea la comunicación en relación con la cultura y ha sido respaldada por los aportes de algunas otras ciencias sociales destacándose entre éstas la antropología y la semiología. De este modo la comunicación ha ganado en densidad y proyección. Los estudios culturales, sociológicos e históricos, han llevado a redefinir el punto de vista de las discusiones y ha marcado una cota alta en la investigación sobre las industrias culturales que había esbozado ya la Escuela de Frankfort en cabeza de T. Adorno y Orkheimer. Se dan nuevas aproximaciones a los procesos y prácticas de la comunicación popular.

Este otro desplazamiento, que se da desde los efectos que propicia la Comunicación de Masas hasta el rol que adquieren los receptores en la comunicación, supone la creación de un nuevo sujeto de análisis: el sujeto de la recepción como actor social, agente dinámico y no ya el receptáculo vacío, del que nos hablara Freire, y al cual había que llenar con los mensajes del emisor con la posibilidad grande y latente de una muy posible manipulación. De esta manera, la recepción, las prácticas, los procesos y las media-

UNAB HEMEROTECA

ciones del receptor, constituyen un lugar teórico para repensar lo que hoy por hoy viene siendo la comunicación.

Además de los elementos anteriores habría que agregar los siempre omnipresentes componentes de las nuevas tecnologías de comunicación en los procesos de trabajo, educación, en la recreación misma y en el control social ejercido por el Estado que están determinando los nuevos significados de la comunicación. La configuración de nuevas sensibilidades y de un aparato sicosocial distinto en las nuevas generaciones propicia nuevos retos y desafíos de carácter interdisciplinario para comprender y asumir los problemas que desde ya plantean.

Por otra parte, y al decir de J. Martín Barbero, replantear hoy en día el concepto de comunicación tiene que ver en buena parte con no agotar su proceso confundiéndolo con la mera transmisión de información, -al estilo de los cuarentas porque hay otras dimensiones en su reformulación. Aparte de la nueva teoría de la recepción como componente esencial de lo que hoy en día debemos entender por comunicación, también está la teoría de `Los usos y gratificaciones', la `Agenda Setting' y los nuevos actores de la mediación social.

A todo lo anterior habría que agregar, retomando al mismo J. Martín Barbero, que el campo de los estudios de comunicación nació y ha vivido durante mucho tiempo desgarrado por dos tendencias, dos paradigmas, dos modos radicalmente opuestos de concebir estos estudios. Por una parte, una concepción que liga los estudios de comunicación directa, aunque muy sofisticadamente, a la mercadotenia, al desarrollo del mercado, un modo de investigación inspirado y orientado desde el pensamiento instrumental. Y, por otro lado, una concepción fundamentalista dominada por un pensamiento de denuncia y un paradigma de ideología.

La lucha entre estas concepciones de los estudios de comunicación ha estado, sin embargo, dominada por el modelo de comunicación instrumental.

En las prácticas de comunicación se juega en primer lugar con lo social, es decir, con la trama de relaciones cotidianas que tejen las gentes al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de socialización de los modelos y los modos de vida. Esa en la que yace la `racionalidad comunicativa' de que habla Habermas; esto es, la comunicación como cuestión de fines y no sólo de medios, la cuestión del sentido de la comunicación, pues en los modos de comunicar se juegan y se expresan dimensiones claves del ser social. Hoy

no podemos comprender la comunicación sin reflexionar sobre lo que ella tiene de secreto escenario de la interpelación y constitución de los sujetos sociales, de reorganización del sentido y las identidades ciudadanas.

La comunicación es al mismo tiempo institucionalidad. Ella ha dado lugar a un tipo particular de instituciones y en ella juega decisivamente hoy la supervivencia de lo público, la urdimbre institucional de la sociedad civil.

II

La ciencia, decía Lakatos, se organiza alrededor de distintas tradiciones de investigación, las cuales a su vez adoptan diferentes aproximaciones conceptuales y metodológicas para el estudio del fenómeno por explicar.

En este contexto, el que la comunicación social sea ciencia o no lo sea tiene que ver en mucho con la perspectiva desde la cual se mire a la ciencia misma. Si por ciencia entendemos la búsqueda sistemática de conocimiento confiable acerca de los fenómenos naturales y acerca del mundo social, entonces la C. S., vista en esta segunda acepción, es ciencia.

La investigación científica de la comunicación social, como decíamos al comienzo, es decir, el estudio de los medios de comunicación social como instituciones proveedoras de información en la sociedad, se inició de manera organizada en los Estados Unidos hacia fines de los años veintes, como reacción al papel preponderante que por primera vez en la historia bélica mundial, tanto políticos como académicos asignaron y reconocieron en la actividad de la propaganda política que asumieron los medios de comunicación social de la época.

Kuhn señala, en un contexto diferente, que la ciencia normal se da dentro de un paradigma; un conjunto de suposiciones generales acerca de cómo funciona cierto aspecto del mundo. El paradigma funciona como marco de referencia que avisa a los investigadores acerca de asuntos importantes que siguen sin respuesta y la forma como pueden enfocarse estos interrogantes.

Los positivistas tomaron el criterio de significación de Wittgenstein como un criterio de distinción entre la ciencia y la metafísica. La ciencia se constituye, decían ellos, de proposiciones significativas, mientras que la metafísica de seudoproposiciones. Así, una oración es significativa sí y sólo si es verificable lógica o empíricamente, y una oración es significativa empírica-

mente sí y sólo si se puede deducir de un conjunto finito de oraciones predicativas.

En este sentido los científicos sociales, y los estudiosos de la comunicación entre éstos, continúan usando los paradigmas en su lucha por legitimar sus áreas como científicas, aun cuando Kuhn las ha declarado, desde hace tiempo, como protocientíficas. Habría que precisar que si bien Kuhn, como pocos otros en el siglo XX, realzó tanto el papel de los paradigmas en las revoluciones científicas, sin embargo, no dio una definición clara del paradigma. De todos modos, a partir de su obra, la experiencia kuhniana en comunicación social podría resumirse como fundamental pues proporcionó una herramienta muy atractiva para tratar de entender mejor y mostrar el carácter científico del trabajo en esta área, tanto como unidad de análisis como por permitir discutir acerca del cambio científico en la comunicación social misma.

A partir del `papel de los paradigmas', cita Nosnik, se organiza el campo de comunicación humana y social en tres áreas principales que habrán de ser conocidas en algunos países como las ciencias de la comunicación. Estas son:

1.- Las que aparecieron en otras ciencias sociales antes de que el campo de comunicación tuviera su propia identidad (por ejemplo, la difusión de innovaciones, la comunicación social, la comunicación interpersonal y organizacional);

2.- Las subdisciplinas que tradicionalmente no se consideran dentro de las ciencias sociales pero que, de cualquier forma, han recibido gran influencia de ellas (por ejemplo, kinésica, lingüística, semiología y retórica), y

3.- Las subáreas que han aparecido a partir del "nexo computación-comunicación-cognición" (por ejemplo, comunicación humana-computadora-procesos de información-decisión, redes electrónicas de comunicación).

Por último, una idea que se ha deslizado en la imagen de la ciencia que sostienen los investigadores de comunicación social y que tiene su fundamento en la concepción positivista del desarrollo de la ciencia, es la acumulación. Si bien es cierto que, al igual que la inducción y deducción, los positivistas no originaron esta imagen de ciencia, también es verdad que sin la idea de acumulación el modelo de explicación positivista en esta materia resultaría incomprensible.

En suma, la investigación de comunicación social desde el positivismo lógico es una ciencia que pretende predecir, explicar y controlar; que tiene dos lenguajes: Uno observable y el otro teórico; que utiliza la inducción y la deducción para explicar sus fenómenos nomológica y deductivamente; que verifica sus teorías a través de la base de observación disponible y que rechaza a la metafísica como una forma no científica de estudio; que evalúa su crecimiento por medio del informe de acumulación de evidencias empíricas y teorías, que busca un estrato conceptual fundamental (una teoría de la comunicación) en el cual quede comprendida la acumulación de datos y teorías, y a partir de la cual se pueda dar sentido a todo ello.

III

Existen docenas de criterios para contestar a la pregunta acerca de la evaluación del trabajo científico de una disciplina. Aparte de las herramientas que da la epistemología, Popper, Lakatos, Feyerabend, etc. y de las autoridades intelectuales que se configuran dentro de cada disciplina, también cuenta el factor tiempo pues cada disciplina necesita ciertamente de él para que se le reconozca dentro del concierto de las ciencias y así adquirir su legitimación. Incluso cabría un factor subjetivo pues muchas veces sin razones muy claras de nuestra parte resultamos adscritos al positivismo o a las corrientes fenomenológicas del saber y esto determina una postura diferente para acercarse a lo que consideramos ciencia.

Paisley, citado también por Nosnik, se ocupa del status de las ciencias de la comunicación en su reconstrucción paradigmática de la investigación en comunicación social, como una ilustración de lo que él llamó el no-paradigma dominante en nuestro campo.

Diversos autores en diferentes épocas se han dado a la tarea, en estos pocos más de cincuenta años de nuestra disciplina, de describir y discutir el desarrollo de la misma. Por ejemplo, Lazarsfeld (1941), Berelson (1959), Paisley (1969), DeFleur (1975), Schramm (1977) y Nosnik (1986) han sugerido varios esquemas para organizar nuestro campo de estudios teniendo en cuenta diferentes criterios de análisis.

Por otro lado, Hovland (1954), Schramm (1962), McQuail (1979) y otros han presentado la historia de las ideas, hipótesis y modelos; descripciones y explicaciones; corroboraciones y refutaciones, etc., presentes en la historia de la comunicación social, fundamental aunque no exclusivamente en los

principales países productores de este tipo de investigación: Estados Unidos e Inglaterra y últimamente en América Latina.-

Bibliografía

POPPER , Karl R. Caminos de Apertura, Editorial Trillas, México, Septiembre, 1991.

FEYERABEND, G. RADNITZKY, W. STEGMULLER y otros. Estructura y Desarrollo de la Ciencia. Alianza Editorial, Madrid, 1984.

FEYERABEND, Paul K. Contra el Método. Esquema de una Teoría Anarquista del Conocimiento. Editorial Ariel, Barcelona, 1974.

FEYERABEND, Paul K. Límites de la Ciencia. Explicación, Reducción y Empirismo. I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona, Ediciones Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1989.

BRYAN, Magee. Popper. Ediciones Grijalbo, S.A. Barcelona, Buenos Aires, México, D.F. 1974

POURTOIS, Jean-Pierre, DESMET, Huguette. Epistemología e Instrumentación en Ciencias Humanas. Editorial Herder, Barcelona, 1992.

LAKATOS, Imre. Matemáticas, Ciencia y Epistemología. Alianza Editorial, Madrid, 1981.

LIGHT, Donald. KELLER, Suzanne. CALHOUN, Craig. Sociología. McGraw-Hill, Quinta Edición, Santafé de Bogotá D.C., Colombia, 1991.

MARTÍN BARBERO, Jesús. La Comunicación Plural: Alteridad y Socialidad. Revista Diálogos de la Comunicación, Numero 40, FELAFACS, Lima, Perú, septiembre, 1994.

MARTÍN BARBERO, Jesús. Pre-textos. Ediciones Universidad del Valle. Cali, 1995.

BARBERO, Jesús Martín. De la Filosofía a la Comunicación. Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación, Número 82, segundo trimestre 1993.

ULLOA, Alejandro. Cultura, Identidad y Comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación, Número 38, FELAFACS. Lima, Perú, enero, 1994.

OROZCO, Guillermo. Al Rescate de los Medios. Desafío Democrático para Comunicadores. De las Disciplinas a los Saberes. Universidad Iberoamericana, Fundación Manuel Buendía, México, 1994.

WOLF, Mauro. Desarrollos Teóricos en la Comunicación. Research. Revista Diálogos de la Comunicación. Número 20, FELAFACS, Lima, abril 1988.

MOLES, Abraham A. La imagen. Comunicación Funcional. Biblioteca Internacional de Comunicación, Editorial Trillas, México, Primera Edición, junio de 1991.

GARCIA CANCLINI, Néstor. El Consumo Sirve Para Pensar, Revista Diálogos de la Comunicación.

WOLF, Mauro. Tendencias Actuales del Estudio de Medios.En Revista Diálogos de la Comunicación.

PAOLI, Antonio J. Recepción, Significado y Sistema Simbólico.

LAZARSFELD, Paul F. MERTON, Robert K. Los Medios de Comunicación de Masas, El Gusto Popular y la Acción Social Organizada.

BELL, Daniel. Modernidad y Sociedad de Masas: Variedad de las Experiencias Culturales.-