

Amaro La Rosa Pinedo – Perú

Universidad Femenina del Sagrado Corazón

¿Es la comunicación una ciencia?: criterios epistemológicos

ABSTRACT

La ponencia presenta los criterios epistemológicos fundamentales para el análisis del status científico de la Comunicación. Recoge los principales aportes contemporáneos sobre la temática y propone una visión propia sobre el particular.

PUNTO DE PARTIDA

La comunicación es una actividad humana que ha evolucionado a través de los tiempos desde las formas más primitivas de intercambio, donde probablemente existían muchas similitudes con la comunicación animal, hasta las modalidades más avanzadas de representación simbólica de la realidad. Por sí misma la comunicación, como cualquier otro fenómeno de la realidad, no involucra un conocimiento científico, pero como fruto de su evolución, y de la importancia que adquieren, en especial las diversas formas de comunicación masiva, se han ido acumulando en las últimas décadas conocimientos que paso a paso han permitido que se conforme una disciplina con status de ciencia, tal como lo explicaremos en el presente trabajo. A pesar de ser relativamente joven, la Comunicación ha experimentado un acelerado desarrollo, resultado de la investigación y de la construcción teórica.

LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA

Existe diversidad de puntos de vista sobre la naturaleza científica de la Comunicación, los cuales pueden ubicarse en una escala, que incluye desde quienes piensan que la disciplina responde a los lineamientos del conocimiento científico hasta quienes estiman que no reúne las condiciones suficientes para ello, pasando por una serie de posibilidades intermedias.

Como lo sabe hasta el recién iniciado en la ciencia, uno de los requisitos fundamentales para que cierta disciplina tenga carácter científico es que cuente con un

objeto de estudio propio, vale decir que se encargue de estudiar determinada clase de fenómenos de la realidad.

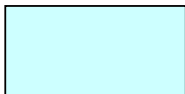
Tal como lo afirmáramos de modo reiterado en algunos trabajos nuestros (La Rosa, 1999, 2001, 2003) estamos convencidos que un problema epistemológico de partida para el análisis de nuestro objeto de estudio radica en los términos que manejamos cuando intentamos responder cuál es el objeto de estudio de la Comunicación:

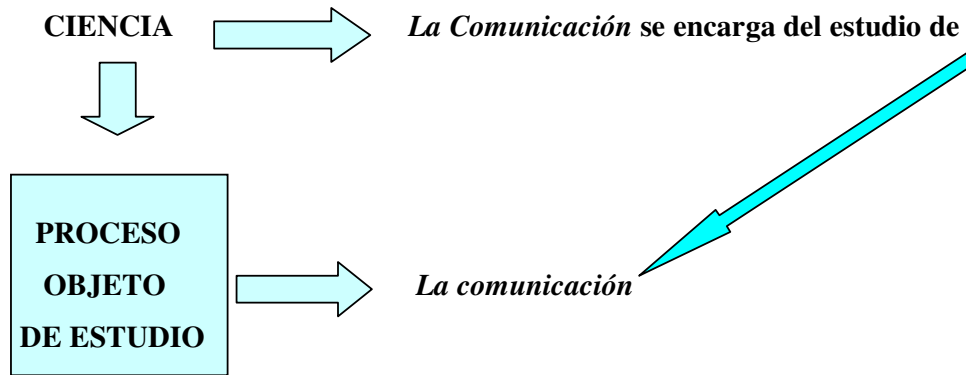
En este caso, visualizamos un problema de naturaleza semántica, que origina una frecuente confusión; la cual podría al parecer aclararse de manera bastante simple. Al solicitar un análisis de la comunicación (así, con minúsculas), nos estamos refiriendo al proceso, que tal como lo planteamos previamente, involucra el intercambio de información entre individuos. Empero, si lo que deseamos es una apreciación de la Comunicación (así, con mayúsculas), nos estaremos refiriendo a un estado de la situación de la disciplina en su conjunto, o tal vez al análisis de un aspecto particular de la misma.

Lo citado, puede parecernos demasiado fácil de resolver a simple vista, de modo tal que bastaría el nunca bien ponderado sentido común para entenderlo. Sin embargo, origina curiosas y frecuentes confusiones tanto en nuestros alumnos como en los propios profesionales de la Comunicación, quienes no se dedican cotidianamente al análisis teórico. No se trata de una exageración como pudiera pensarlo un observador ingenuo; lo hemos comprobado fehacientemente en las numerosas actividades de capacitación que hemos tenido la oportunidad de conducir con diversos públicos, al igual que en nuestra permanente labor académica universitaria.

GRAFICO 1

LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA Y COMO OBJETO DE ESTUDIO





Elaboración: ALR

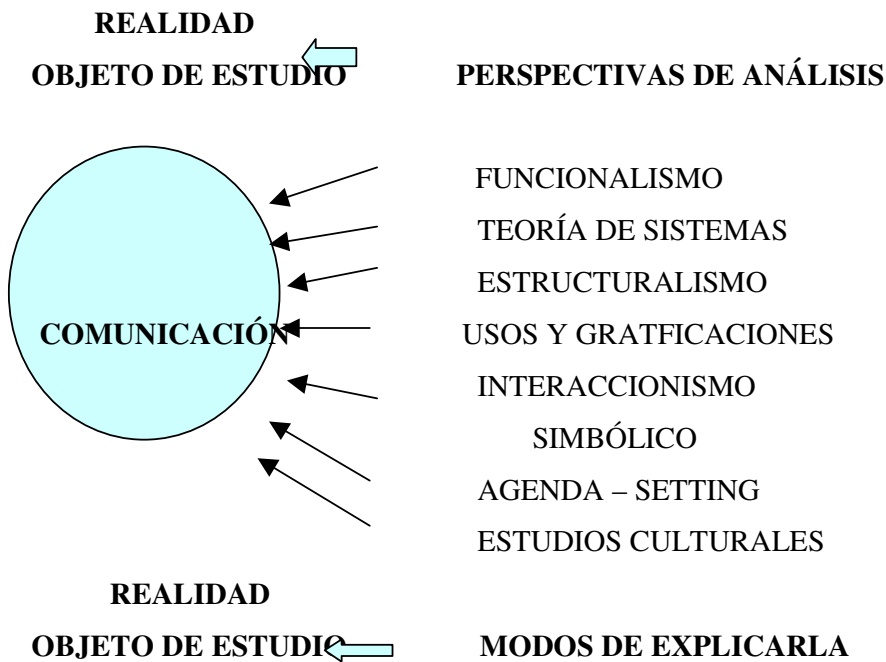
A guisa de ejemplo, en 2002, durante un curso dictado para periodistas graduados, una colega insistía en que se le explicaran las razones por las cuales los medios no empleaban la teoría funcionalista para producir mensajes con contenido positivo para la comunidad. El punto de partida de tal apreciación era inadecuado, dado que la teoría a la cual aludía constituye simple y llanamente una manera de aproximarnos conceptualmente a la realidad, un intento de explicación de cómo se producen los fenómenos o acontecimientos, mas 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.

En los dos casos descritos, no se entendía la diferencia existente entre la realidad y los criterios que conducen a una explicación de la misma.

Por cierto, es necesario anotar que bajo la aparentemente simple palabra *comunicación* involucramos fenómenos de diverso orden a los cuales deberíamos tratar de acuerdo a sus características específicas. No existe por consiguiente un modelo universal, que pudiera ser utilizado para las circunstancias de comunicación más diversas. Cada modelo describe y explica los hechos de comunicación en ámbitos específicos, que no pueden aplicarse de manera mecánica a todas las condiciones..

GRAFICO 2

PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN



Elaboración: ALR

Nos encontramos con paradigmas diversos que utilizan connotaciones propias, las cuales es menester manejar adecuadamente para no tergiversar lo tratado. Se requiere un cuidadoso trabajo de análisis y síntesis para interiorizarnos en cada punto de vista, entenderlo en primer lugar y posteriormente estar en condiciones de formular alguna crítica. Personalmente siempre hemos discrepado con los dogmatismos o los purismos, y estamos convencidos que para criticar algo primero debemos conocerlo cabalmente, remitiéndonos en la medida de lo posible a la propia fuente donde se encuentran los planteamientos del autor. Ahora bien, la crítica supone el acuerdo o desacuerdo con los planteamientos; pero en ningún caso la descalificación, puesto que cada enfoque tiene sus propios méritos los cuales deben reconocerse así como sus vacíos o aspectos cuestionables, que no tienen porqué desconocerse. Para decirlo en términos organizacionales: Cada teoría tiene sus fortalezas y sus debilidades, que es menester conocer claramente; para no convertirnos en criticastros.

Otro de los problemas, que compartimos con las Ciencias Sociales es el que destaca Vizier (2002) cuando expresa que el conjunto de formaciones conceptuales que implica la Comunicación muestra la tendencia a Interpretar y reinterpretar de manera permanente su objeto de estudio. Esto resulta explicable dada la naturaleza específica de los fenómenos que investiga. En el caso de la comunicación masiva, es evidente que no representa una realidad permanente, sino que más bien de manera constante aparecen nuevos asuntos y manifestaciones, los cuales merecen la atención de los especialistas. Por ello, la teorización resulta marcadamente compleja, en especial en la actualidad, por las siguientes razones:

- Los profundos cambios producidos en la sociedad que se reflejan a su vez en modificaciones de mayor o menor magnitud en las modalidades de comunicación. En ese sentido cabría revisar, los criterios que de una u otra manera relacionan la historia de la humanidad con la comunicación (v.g. McLuhan, Toffler, Vattimo)
- La digitalización de las comunicaciones.
- El acelerado desarrollo de la tecnología y en especial de la informática.
- El desarrollo incesante de los medios de comunicación que los convierten paulatinamente en fenómenos de creciente complejidad.
- La fugacidad de sus manifestaciones que convierte en problemas de estudio lo ayer inexistente, o hace perder rápidamente la vigencia de las temáticas. Se ha dicho insistentemente que los fenómenos de la comunicación cambian de manera tan acelerada que la investigación no puede recoger todo lo que ocurre, por cuanto apenas le está tomando atención, ya se modificaron profundamente las cosas. Pensamos sin embargo sobre el particular que muchas veces los hechos sociales que son objeto de la investigación de la comunicación condicionan estudios ex post facto, y que esta relativa permanencia de la temática no descalifica su análisis.

- Las modificaciones que se han producido en las modalidades de producción de los medios masivos así como el surgimiento de medios, que involucran nuevas formas de comunicación (Tal es el caso de la comunicación mediada por computadoras).
- Las variaciones constantes que se producen en las necesidades y percepciones de la audiencia.
- Las nuevas modalidades de consumo de los medios, en especial de los interactivos que ahora otorgan mayor poder de decisión al perceptor.
- Los logros de la investigación aplicada, que a pesar de demostrar su utilidad merecen eventualmente ciertas críticas en círculos académicos por su falta de rigor. Al respecto afirma Sanz (1987) que es imposible pedir verdades a prueba de errores, pero lo cierto es que éstos tienen la posibilidad de corregirse y que las verdades de hoy pueden mañana ser modificadas.
- La crisis de los paradigmas de la cual se habla insistentemente en los últimos años que ha obligado a reformulaciones y renovación de criterios.

LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

En la ciencia, los paradigmas orientan el quehacer investigativo, desde la observación hasta el análisis y la interpretación de los resultados. Para Derrida cada paradigma puede visualizarse como una posición teórica, la cual involucra un cierto campo de visión (que muestra coherencia teórica, carácter distintivo, unidad ontológica), y el cual tiene un horizonte limitado (con un discurso teórico - filosófico, significados, valores, formas de conocimiento) De acuerdo al paradigma orientador de su percepción del mundo, el especialista “verá” la realidad desde “su propia mirada” científica, que ha desarrollado como consecuencia de la praxis de su especialización. Para decirlo en otros términos, el científico hará su observación de los fenómenos, los

cuales posteriormente describirá y explicará, en consonancia con su criterio de lo que significa *la realidad*.

Latzko-Toth (1997) asume que la investigación de la comunicación afronta un sinnúmero de desafíos metodológicos que parten del propio objeto de estudio. Se reseñan en el cuadro 1.

CUADRO 1

DESAFIOS METODOLOGICOS PARA LA INVESTIGACION EN COMUNICACION

AMBITO	DIFICULTAD EPISTEMOLOGICA
Objeto de estudio	La denominación se confunde con el objeto de estudio
Formalización	La formalización resulta complicada por los obstáculos y barreras lingüísticas
Paradigmas teórico-metodológicos	Crisis de identidad debida a su diversidad

Fuente: Latzko-Toth (1997) Elaboración: ALR

La primera dificultad ya la hemos analizado previamente. En cuanto al problema de la formalización no es exclusivo de la Comunicación puesto que compete a las diversas Ciencias Sociales. Algo similar sucede con los paradigmas teórico - metodológicos, que no constituyen una unidad de aceptación universal.

Si nos estamos refiriendo a lo investigado es precisamente porque otro de los requisitos que debe cumplir una disciplina para constituirse en ciencia es el empleo de métodos científicos para lograr la comprensión de su objeto de estudio. Ciertamente la Comunicación hace uso de un conjunto de métodos y técnicas para conseguir la meta

de acercarse al conocimiento de su objeto de estudio: La comunicación. Con miras a limitar el análisis en un trabajo de esta naturaleza, nos parece útil recoger el punto de vista de Fasano, Jiménez, Ruiu y Ramírez (2002). Afirman que en el caso de la Comunicación, lo que se observa es la forma como se produce la construcción del sentido para configurar las significaciones. Resulta un criterio operativo, que puede aplicarse a la investigación de diversas manifestaciones de la comunicación

Para Avendaño (1997) las investigaciones de la Comunicación carecen de continuidad al faltar un conjunto de problemas definido y aceptado por la mayoría de especialistas. Aun cuando existan datos abundantes faltan los criterios claros para orientarse en su búsqueda e interpretación. Discrepamos con este criterio por las razones que pasaremos a describir:

Existe una serie de problemas que acepta y trata la comunidad científica, como puede fácilmente percibirse si observamos, entre otros, los estudios realizados por los grupos de investigadores de la Comunicación integrados en ALAIC, IAMCR o ICA¹, quienes con regularidad realizan reuniones académicas internacionales donde presentan y discuten sus trabajos. Ello puede colegirse igualmente, de la abundante literatura publicada durante los últimos años, en los congresos y foros internacionales que se desarrollan anualmente en el mundo entero así como en el número de publicaciones on line y páginas web sobre el particular. Podemos observar continuidad en los estudios, aunque obviamente, tal como ocurre en otras Ciencias Sociales, las temáticas que concitan el interés, resultando dominantes en cada época, registran variaciones. Esto es tanto más perceptible tratándose de la investigación de la comunicación masiva, donde constantemente surgen nuevos aspectos que demandan la atención de los científicos, y donde la problemática por si misma también varía con cierta frecuencia, tal como lo analizamos anteriormente.

El cuadro expresa una realidad divergente entre los estudios básicos y aplicados, que cabría analizar detalladamente, en función de la propia realidad de nuestros países..

¹ALAIC: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. IAMCR: International Association for Mass Communication Research. ICA: International Communication Association.

CUADRO 7

TENDENCIAS EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

CARACTERÍSTICA	INVESTIGACION BASICA	INVESTIGACION APLICADA
OBJETIVO	Resultado teórico	Resultado pragmático
INTERES	Conocimiento científico	Aplicación al mercado
FIN	Conocer y explicar la comunicación	Adecuación de los mensajes a la audiencia
CRITERIO METODOLOGICO	Rigurosidad	Pragmatismo
APLICACIÓN	Mediano - Largo plazo	Corto plazo
CANTIDAD DE ESTUDIOS	Minoritaria	Mayoritaria
POSIBILIDAD DE CONOCIMIENTO	Público	Privado o secreto

Fuentes: Aguilera (1990), Moragas (1989). Elaboración: ALR

LA NECESIDAD DE MODELOS DE LA COMUNICACION

Para aprehender el mundo que nos rodea, es menester apelar a representaciones que nos permitan reconstruirlo. A decir de Vizier (2002) lo que se pretende es elaborar interpretaciones que permitan construir un "orden", un *universo de sentido dentro de un universo con sentido*. La realidad en sí es un complejo conjunto multidimensional de hechos y procesos, a los cuales es necesario convertir en elementos simbólicos capaces de ser sometidos a un procesamiento racional por parte del individuo; sin necesidad de

apelar reiteradamente a la observación directa de lo real. De esta manera bastará con tener al frente el modelo para acercarnos a lo que sucede efectivamente en la realidad.

En virtud de la referida necesidad, los científicos construyen *modelos*, vale decir *representaciones simplificadas de la realidad que intentan, por analogía, reproducir cierto fenómeno*.

Para el caso específico de los modelos de la comunicación, Ropp y Stegall (2002) estiman que su propósito es desmitificar y simplificar las complejidades de la comunicación humana.

En nuestro caso queremos plantear como punto de partida la necesidad de una visión más comprensiva del objeto de estudio de nuestra disciplina y una reformulación que permita elaborar nuevos modelos comprensivos, que hagan posible la descripción y explicación de las nuevas modalidades de comunicación tales como la CMC (comunicación mediada por computadoras)

UNA VISIÓN TRANSDISCIPLINARIA DE LA COMUNICACIÓN

Como hemos observado, los problemas que aborda la Comunicación pueden analizarse a partir de perspectivas epistemológicas y metodológicas divergentes, pero ello no desmerece el criterio científico que en este caso exige más bien una visión transdisciplinaria que haga posible la comprensión holística de la problemática. Tanto más, en las Ciencias Sociales en general, y en la Comunicación en particular resulta claro que pueden coexistir paradigmas diversos que en la práctica enriquecen el análisis del objeto de estudio. Ello no significa por cierto desconocer la existencia de algunas rivalidades o discrepancias “irreconciliables” que a veces enfrentan en combates académicos o “guerras de bolsillo” a quienes sustentan distintos puntos de vista.

Somos realistas pensando que evidentemente en una Ciencia Social como la Comunicación, se sostienen variados criterios epistemológicos; pero también entendemos que éstos deben complementarse unos con los otros, de tal manera que podamos formarnos una visión holística de la realidad, observándola desde distintos

ángulos, lo que nos permitirá obtener un conocimiento más cabal de la situación. Tanto más, partimos como Thayer-Bacon (1996) de la percepción que el conocimiento es socialmente construido en la medida que los científicos contribuyen intercambiando conocimientos, desarrollando ideas y comprendiendo el significado de las experiencias; ello a pesar de las divergencias que puedan existir.

La ciencia supone la reconstrucción de la realidad y tratándose de la comunicación que es la resultante de múltiples variables, cabe visualizarla desde la perspectiva conjunta de disciplinas diversas para entender en sus reales implicancias una problemática bastante compleja. Estimamos que las características del objeto de estudio demandan necesariamente un análisis transdisciplinario.

Nuestra propuesta parte de los criterios de Nicolescu quien afirma que bajo la premisa de la unidad del conocimiento debemos intentar profundizar la comprensión del mundo actual, más allá de las disciplinas. De allí se desprenden también las perspectivas metodológicas para la investigación de la comunicación, la cual debería emplear de manera integrada métodos, técnicas y criterios conceptuales procedentes de diversas áreas del conocimiento.

Miquel de Moragas ha expresado a lo largo de los últimos años, la necesidad de una visión transdisciplinaria de la comunicación que involucre criterios conceptuales comunes a las Ciencias Sociales, lo que resulta concordante con la visión piagetana de la interdependencia entre las disciplinas. Asumimos al criterio de María Immacolata Vassallo (2001) cuando afirma que los desafíos para la comprensión de nuevos objetos de conocimiento, tales como la Comunicación, conducen hacia la transdisciplinareidad en consonancia con la tendencia actual hacia la convergencia en las Ciencias Sociales.

Concordando en términos generales con los criterios anteriormente citados, asumimos que la comunicación deviene en objeto de estudio transdisciplinario, por cuanto su análisis trasciende las fronteras establecidas entre diversos campos de especialización.

Tanto más, concordamos con Migdalia Pineda (2002), en que solamente un paradigma transdisciplinar permitirá orientarnos hacia el estudio científico de las

modernas formas de expresión y comunicación que conlleva la digitalización de los medios.

Finalmente, entendemos que la discusión sobre los criterios epistemológicos de la Comunicación, no debe hacernos perder la perspectiva de que su meta es lograr una mejor comprensión del ser humano como individuo comunicativo por excelencia.

REFERENCIAS

Aguilera, M. (1990) El estudio sociológico de la comunicación, el conocimiento y la cultura *Telos*, 50,11-12

Avendaño, M. del C. (1997) Consideraciones acerca del status epistemológico de la comunicación Córdoba: Universidad Blas Pascal. Disponible:

<http://www.ubp.edu.ar/investigacion/revista3/art2.html>

Fasano, P. Giménez, J., Ruiu, A. y Ramírez, A. (2002) La realidad social como pieza comunicacional Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación , Santa Cruz de la Sierra, 5/8 de junio

La Rosa, A. (1999) Los desafíos epistemológicos de la investigación de la comunicación en la era del ciberespacio Ponencia presentada en el Seminario Internacional “Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina” Lima: PUC/FELAFACS

La Rosa, A. (2001) Investigación de la comunicación y autopistas de la información *Comunifé* año 1, No 1

La Rosa, A. (2003) Teoría de la Comunicación Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Latzko-Toth, G. (1997) De la difficulté d'étudier la communication COMMposite, vol 97, !. Disponible:

<http://commposite.uqam.ca/97.1/articles/latzko.htm>

Pineda, M (2002) **Sociedad de la Información y Ciencias de la Comunicación: modos de enseñanza e investigación.** Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra, junio

Ropp, V. y Stegall, S. (2002) The Elements of Communication. Disponible

<http://historypages.org/hollywood/speech/commelements/models.html>

Sanz, J. (1987) *Introducción a la Ciencia* Lima: Ediciones Amaru

Thayer-Bacon, B. (1996) Navigating epistemologic territories, *Philosophy of Education Society*. Disponible en

<http://www.de.uiuc.edu/COE/EPS/PES-Yearbook/thayerbacon.html>

Vassallo, M. (2001) Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la Comunicación. En Vassallo, M. y Fuentes, R. (Compiladores) *Comunicación: Campo y objeto de estudio*, Mexico: ITESO/Universidad Autónoma de Aguas Calientes/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, pp. 43-58

Vizer, E. (2002) La trama invisible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. “Ciencias de la comunicación”, paradigma del siglo xx? sobre la especificidad y la identidad de las “ciencias de la comunicación” Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Santa Cruz de la Sierra, junio