

CAPÍTULO IV

EPISTEMOLOGÍA Y COMUNICACIÓN SOCIAL

Introducción

Este texto entiende por “epistemología de la comunicación” aquella que busca aclarar el estatuto científico y filosófico de la “comunicación social”. Reflexiona sobre cómo se genera y valida el conocimiento construido desde esta disciplina. Busca, pues, comprender la naturaleza y construcción de la comunicación en cuanto campo del saber. De este modo, pretende aclarar su origen, naturaleza, alcances y fundamentos del conocimiento o saberes soportados por ella. En este sentido, la epistemología pretende comprender el estudio de los conocimientos que se han construido en este campo y poner en discusión, al mismo tiempo, los problemas que permean a la comunicación, como es el caso de saber cuál es su objeto de estudio y si tiene un método propio y unas teorías que busquen explicarla y comprenderla. Reflexiona, pues, sobre cómo se genera y valida el conocimiento construido desde esta disciplina y analiza las consecuencias que trae consigo.

En consecuencia, el estatus epistemológico de la comunicación social tiene que ver con la caracterización de esta disciplina como campo del saber. Busca conocer la fundamentación de aquellos modelos o teorías que describen y explican la teoría de la comunicación así como los fenómenos que la determinan. Se trata, pues, de establecer un diálogo no solo con el fenómeno

de la comunicación como centro de reflexión, sino también con aquellos campos del saber que, de una forma u otra, están involucrados en este territorio así como con el universo de lo cotidiano en el que se realiza y se transforma tal evento.

Desde una perspectiva semántica, el término “comunicación” es ambiguo y está ligado, en un primer plano, no solo a un código social, sino vinculado también al sentido y significado de una cultura, en general, y al de una acción humana, en particular. Por otra parte, tiene que ver con la intención y la necesidad del hombre de expresar y tomar una posición en la que es necesaria una postura ideológica respecto a la información y producción de sentido que ella construye o de la que busca dar cuenta, así como abordar los diversos mecanismos con los que cuenta el hombre para interactuar en el mundo.

La comunicación es una categoría polisémica, de gran extensión y abierta a una diversidad de disciplinas que buscan explicar, de una o de otra forma, su origen, estructura, utilidad y particularidad humana. En esta medida, no es una disciplina exclusiva de un solo campo, sino de una diversidad de disciplinas que buscan comprenderla a la vez como fenómeno subjetivo, intersubjetivo, popular o de masas: antropología, historia, lingüística, psicología, sociología, entre muchas otras.

Por su complejidad y carácter multifacético, la comunicación ha sido abordada desde una perspectiva multidisciplinaria, ocultándose en esta categoría su identidad como disciplina, con teorías y métodos propios. Hoy se distinguen dos visiones. Por una parte, está aquella concepción que la concibe como una categoría que no es exclusiva del hombre, sino que es común al hombre y a los animales, a las ciencias sociales, biológicas y físicas (Muñoz, 1986). Por otro lado, aparece una concepción de la comunicación que la limita o la liga exclusivamente al hombre, al ser éste el único animal portador de lenguaje, pensamiento y racionalidad.

En estas circunstancias, si el objeto de estudio y de trabajo de la comunicación social es la información y la comunicación que se produce en una cultura, de una sociedad organizada alrededor de los medios de comunicación, que se encuentra en continua transformación —como algunas investigaciones lo plantean—, entonces caben varias preguntas. Por una parte, ¿qué teoría o modelo de racionalidad fundamenta la comunicación social para orientar su trabajo e investigación?, ¿Cuál es el modelo de la racionalidad, el paradigma de comprensión e inteligibilidad de las ciencias de la comunicación que permite que sea un saber específico, diferenciado epistemológicamente de los saberes que aportan las otras ciencias? ¿Qué es lo que define a la comunicación social como campo del saber y que le da identidad, esto es, que la hace diferente de las demás disciplinas? Por último, ¿qué realidad y problemática específica de la

sociedad y del ser humano, se constituye en el objeto de estudio de la comunicación social? Estos y otros interrogantes son el hilo conductor del presente trabajo.

Historia de la comunicación social

Tanius Karam (2005) señala que el saber sistemático de la comunicación emerge en el siglo xx, específicamente con la primera fundación de estudios en los EE. UU. A partir de aquí y de otros acontecimientos que se dan en otras partes del mundo, se va generando un interés desde diversas perspectivas por comprender el fenómeno de la comunicación.

Desde entonces, el objetivo de una reflexión epistemológica en torno de la comunicación quedó determinado por varias necesidades presentes en la sociedad de los siglos xx y xxi. Por una parte, la crisis de la Modernidad y de sus concepciones de subjetividad, racionalidad y progreso, así como el descrédito en que entra la ciencia positivista; por otra, la incursión de un nuevo contexto, en el que se da una vinculación entre comunicación y cultura, donde la comunicación queda, de un lado, vinculada al campo académico y a su investigación, lo que implica resolver un conjunto de interrogantes relacionados con la racionalidad, utilidad inter y pluridisciplinar, clase de conocimiento, entre otros. Y, de otro lado, a su vez, las relaciones que se empiezan a establecer con otras disciplinas, como es el caso del diálogo que se entabla con las ciencias sociales y naturales. Esto conlleva a tener una mirada diferente respecto a la comunicación como disciplina y de los fenómenos propios de este campo, cual es, en principio, la información y la comunicación de masas de una sociedad organizada alrededor de los medios de comunicación que se encuentra en continua transformación, como de los actores, lenguajes e instrumentos que intervienen en la acción comunicativa.

En esta medida, la comunicación como disciplina irrumpe en el siglo XX en medio de una crisis de varios órdenes, entre ellos el social y el político, como el surgimiento de nuevos conocimientos que buscaban dar una respuesta emergente al declive de la Modernidad y al modelo de conocimiento positivista. En este contexto, la comunicación social tiene la ventaja de definirse por la naturaleza de su objeto de estudio (Vidarte & Otrocki, 2011) dentro de una problemática que la permea y la transforma.

De otra parte, los estudios sobre la comunicación surgen asociados a las necesidades humanas, a sus crisis y al afán de responder a situaciones vinculadas al auge de la comunicación mediada y de la sociedad de consumo y de masas, incrementándose con el advenimiento de una comunicación en la cual predominaba la comunicación gestual, hasta el espacio semiótico

global y globalizado de la cultura (Vidarte & Otrocki, 2011). Para responder a estos retos, la comunicación ha de valerse de préstamos y apropiaciones de otras disciplinas, trayendo como consecuencia pérdida de la autonomía y deslegitimación por su falta de tradición epistemológica disciplinar –propia de la ciencia restringida–, aún hegemónica dentro del campo científico (Vidarte & Otrocki, 2011).

En el contexto donde la comunicación se establece hoy, la cultura se caracteriza por los inéditos modos de pensar y construir el saber dentro de una sociedad movida por vertiginosos cambios, por la aparición de otras creencias y valores que difieren de la tradición. En esta medida, en el marco de la sociedad emergente, la industria cultural se ha transformado en cultura de masas y lo popular se modificó a partir de nuevos códigos, de otros valores y productos así como bienes y servicios, de sus usos y consumos, lo que requiere otra manera de abordar y conocer esta realidad, así como de nuevos modelos de comunicación.

Esa transición a lo interdisciplinar y a los cambios vertiginosos que padece la sociedad ha llevado a que la comunicación social sea oscilante y no tenga unas teorías y métodos que aseguren su identidad, rigurosidad científica y argumentación epistemológica y, por supuesto, su tradición e historia como disciplina. En esta medida, es necesario afirmar que todo conocimiento es el resultado de una construcción social e histórica, como hace mucho tiempo nos lo recordó la Escuela de Frankfurt. De esta manera, la comunicación social solo puede ser explicada en función de la sociedad y de su historia. Pero para pensar la cultura y la comunicación, es necesario imbricar otras disciplinas, como la antropología y la sociología, por ejemplo.

Objeto de estudio y de trabajo

La comunicación social se revela como un término omnipresente en la sociedad y la academia, pero poco comprendido en sus alcances históricos y cognoscitivos. La expresión tiene que ver con poner en común e intercambiar ideas, información, conocimientos, lenguajes y prácticas culturales y sociales, entre otros, lo que implica de entrada una reciprocidad social y cultural. Desde esta perspectiva, la comunicación social se ubica en el campo de las ciencias sociales y humanas, esto es, en las ciencias denominadas blandas que, desde su nacimiento, han sido cuestionadas y problemáticas respecto a las llamadas ciencias duras, pues siempre se les ha controvertido su carácter científico, sus métodos y teorías, en contraposición a las ciencias naturales.

El objeto de estudio de la comunicación es indisoluble del hombre y su cultura, lo que implica comprenderlo y ligarlo a su complejidad y a su contexto histórico-social. En este sentido,

hay una vinculación directa entre comunicación social y cultura, y el objeto de estudio se da en ese punto de encuentro entre estos dos campos. Por otra parte, es necesario señalar que la cultura está estrechamente traslapada con todas las prácticas que los hombres realizan en sociedad, como su dimensión significante. Los significados compartidos son inseparables en cuanto dimensiones significantes de las prácticas sociales (Vidarte & Otrocki, 2011). En esta medida, la comunicación social está ligada al conjunto de prácticas, lenguajes y sentidos que un orden social produce, experimenta, reproduce y comunica o impone. Según esto, el objeto de estudio tiene que ver con la comunicación, entendida con una diversidad y complejidad de factores y circunstancias que se producen en el interior de su cultura.

Las ciencias sociales y humanas como el estatus epistemológico de la comunicación social

Ahora bien, es necesario preguntarnos aquí: ¿cuáles circunstancias han permitido a la comunicación legitimarse como campo de estudio? Como se afirmó más arriba, la comunicación social se ha ido construyendo con aportes de otras disciplinas, lo que ha llevado a que se cuestione su autonomía e identidad como disciplina particular, así como su legitimidad científica.

Respecto a la comunicación y su estatus científico, Miriam Herrera Aguilar (2010) observa que hoy se desata una controversia: algunos investigadores afirman que la comunicación es una nueva ciencia, otros que es un saber fundado en un nuevo paradigma, pero todos están de acuerdo en considerar que la comunicación es uno objeto de estudio. Según Larramée y Bernard Vallée (1991), citados por Herrera, las ciencias de la información y de la comunicación constituyen un campo de investigación “social y académicamente reconocido” que está sólidamente establecido en el dominio de las ciencias sociales.

Por otro lado, la comunicación social es una disciplina multidisciplinaria que se vale de otras ciencias para estudiar y enfrentar los retos que le plantean la historia y la sociedad, entre las que se destacan, por ejemplo: filosofía, biología, matemáticas, historia, psicología, lógica, sociología, lingüística, antropología y semiología. De acuerdo a Larramée y Vallée (1991), citados por Herrera (2010), la comunicación es una ciencia ‘intersección’, cuya originalidad radica en su carácter trans, multi e interdisciplinario. Esta manera de concebir la comunicación, y en general a las ciencias sociales y humanas, es muy válido a causa de que la realidad es una red, una especie de malla de intersección de todo lo que existe. En este sentido, las ciencias sociales, incluyendo la comunicación social, no constituyen campos separados unos de otros, sino que se

refieren a diferentes procesos teórico-metodológicos que nos van permitiendo captar momentos específicos, particulares, de cómo se manifiesta la realidad social en su conjunto (López, 1989, citado por Herrera, 2010).

Resumiendo un poco lo descrito hasta aquí, tenemos que para algunos investigadores la comunicación, en cuanto tal, no es una ciencia sino un objeto de estudio, entendido en un sentido amplio desde su origen, naturaleza, racionalidad, utilidad e impacto y poder, por ejemplo, investigado por varias disciplinas y no por una sola. Sin embargo, hay una que se enfoca en discernir y aclarar la comunicación, y esta disciplina es la comunicación social que, con la ayuda de otras, pretende dar cuenta del conocimiento científico de la comunicación. Para tal caso, argumenta su identidad, enfoque y autonomía disciplinar desde una epistemología afincada en las ciencias sociales y humanas. Finalmente, para acceder al estudio científico de la comunicación, algunos autores (López, 1989) ven necesario identificar aquellos elementos esenciales a la determinación del fenómeno de la comunicación.

A diferencia de concebir la comunicación social dentro del contexto de las ciencias sociales y humanas, otros autores, entre los que se destaca Armand Mattelart, proponen la categoría de ciencias de la información y la comunicación, categoría que permitiría a la comunicación social, en este caso, construir una autonomía conceptual y metodológica, independiente de las demás ciencias. De acuerdo con Mirian Herrera Aguilar (2010), los estudiosos de ciencias de la comunicación han asumido este desafío y trabajan en la consolidación de teorías y metodologías que, aunque se encuentran en interdependencia con otras disciplinas, procuran un ángulo de análisis principal: el de la comunicación.

Las ciencias de la comunicación trabajarían tres fenómenos macro. El primero se orientaría al estudio de los “aspectos sociales y culturales de los medios de información y de comunicación” y todo lo que ello incluye. El segundo, se enfocaría en el examen “del contenido de los mensajes mediatizados”. En esta parte se trabajaría, entre otras cosas, el análisis del discurso. Y el tercero se encargaría de “la comunicación organizacional” (Mirian Herrera Aguilar, 2010).

