

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución - No Comercial – Sin Derivar 4.0 Internacional



Consideraciones sobre la especificidad de las Ciencias de la Comunicación

Santiago Luis Giulianelli

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e143>

Recibido: 17-10-2018 Aceptado: 28-11-2018

# Consideraciones sobre la especificidad de las Ciencias de la Comunicación

Considerations on Communication Science and its specificity

**Santiago Luis Giulianelli** [santigiulia25@gmail.com](mailto:santigiulia25@gmail.com)

Escuela de Comunicación Social; Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales;  
Universidad Nacional de Rosario (Argentina)

## Resumen

En el presente trabajo nos proponemos reflexionar acerca de la especificidad de la ciencia de la comunicación, las peculiaridades de su objeto de estudio, y los aportes que esta disciplina en particular puede realizar a las ciencias sociales, en general. Para ello proponemos, en primera instancia, abordar la idea misma de “comunicación”, y pensar de qué manera este fenómeno puede ser afrontado desde la investigación científica. En segundo lugar, nos ocuparemos de caracterizar la ciencia de la comunicación, repasando brevemente las principales corrientes de



estudios que conforman este campo específico de investigación, para dilucidar qué disciplinas han servido en el estudio del fenómeno. Finalmente, intentaremos rescatar y aportar ideas que puedan enriquecer la discusión.

**Palabras clave:** Comunicación; objeto de estudio; campo científico; aportes específicos; poder; medios.

### **Abstract**

The present article sets out to reflect on the specificity of Communication Science, the distinctive characters of its study object, and the contributions that this particular subject make towards Social Sciences. For that purpose, we propose, in first instance, to address the idea of “communication” it self and to think of the ways this phenomenon can be approached from scientific investigation. Secondly, a characterization of Communication Science will be undertaken, going through a brief review of the main currents of study that constitute this specific researchfield, in order to clarify what disciplines have contributed to this phenomenon’sstudy. Finally, we will address ideas that broaden the mentioned discussion.

**Keywords:** Communication; study object; scientific field; specific contributions; power; media.

A fin de adentrarnos en la problemática acerca de cuál es la especificidad de las ciencias de la comunicación y, a la vez, intentar aproximarnos a una definición acerca de su objeto de estudio, planteamos que la comunicación podría ser abordada de dos maneras fundamentales. En primer lugar, puede pensarse en tanto comunicación directa, interpersonal, entendiendo que constituye una facultad intrínseca de la naturaleza humana, o incluso una necesidad humana. En tal sentido, Rizo García (2009) sostiene que “solamente desde la naturaleza simultáneamente individual y social del hombre se puede dar la comunicación. Se podría decir, por tanto, que la comunicación permite superar el aislamiento individual” (2009: 4). En segundo lugar, la comunicación puede ser entendida como un sistema complejo, técnico, medial,



productivo, comercial, etc., en tanto se trate de la comunicación de masas, o comunicación mediatizada.

En este último aspecto, la comunicación depende de innovaciones tecnológicas que fueron desarrollándose de manera conjunta al proceso de modernización. Y es por ello que veremos, recién en los comienzos del siglo XX, surgir los primeros estudios sobre la comunicación de masas. Por ello también es que algunos estudiosos de la comunicación se permiten hablar de una disciplina joven. Tal es el caso de Serrano (1982), para quien “la comunicación es una reflexión científica muy nueva a propósito de un objeto muy antiguo” (1982: 93).

En sintonía con estas ideas, Valdetaro (2015) entiende que esta facultad humana “es, en nuestros días, además, una de las principales commodities (...) ya que incluso define una de las nomenclaturas con las que actualmente se define a nuestra contemporaneidad: el ‘semicapitalismo’” (2015: 14). De modo que, siguiendo con esta autora, la comunicación puede ser abordada “como una capacidad polivalente, ambigua y natural de la especie, devenida commodity y fuerza productiva, de circulación transversal a nivel global” (2015: 17).

Para Sandoval (2013), en tanto, el término comunicación es complejo y polisémico, ya que puede aplicarse a una conversación humana, o al consumo de medios, pero también indica que “se dice que los animales se comunican de variadas formas (...) e incluso las máquinas pueden comunicarse entre sí (una computadora cliente y su servidor de Internet, utilizando el protocolo -¿O lenguaje?- TCP/IP, como uno de muchos casos” (2013: 23).

Asimismo, este autor destaca que la comunicación humana tiene un componente esencial que no comparte con esas otras formas, y es que “no se trata del mero pasaje de información, sino de la creación de sentido” (Sandoval 2013: 23). Además, en cuanto a los medios masivos, reconoce que lo sustancial se encuentra en la posibilidad que éstos inauguran de “producción, circulación y consumo de materiales significativos para las personas (...). Refiere, por lo tanto, a los procesos de interpretación y simbolización sociales, es decir, a los procesos sociales de semiosis” (2013: 24).

En este sentido, Serrano (1982) advierte una complicación ante la idea de englobar bajo el dominio de la comunicación a una cantidad innumerable de prácticas cotidianas o trabajos relativos a otras ciencias.

Hablar en “clave de comunicación” es ahora una moda cultural. En torno al eje axiológico “comunicación-incomunicación” se agrupan esfuerzos científicos importantes, realizados por especialistas de otras disciplinas y reconversiones oportunistas, carentes de aportaciones teóricas, llevadas a cabo por mercaderes de ideas y diletantes (1982: 88).



Estas últimas apreciaciones son importantes, dado que usualmente aparecen reflexiones en las cuales subyace la noción de que todo es comunicación. Y, justamente, es esta operación la que dificulta la delimitación del objeto de estudio de las ciencias de la comunicación y debilita la razón de existir a una ciencia que, si así fuera, debiera estudiarlo prácticamente todo.

Para despejar, hasta aquí, podríamos decir que la comunicación, en tanto actividad humana destinada a producir sentido, puede ser abordada específicamente desde el punto de vista de la naturaleza de la especie, como interacción, y desde el punto de vista de la comunicación masiva, donde juega un papel preponderante el análisis de los dispositivos de comunicación de masas. Nos animaremos a decir que es en esta segunda instancia donde se hace imprescindible e insoslayable abordar la problemática de la comunicación sin perder de vista una noción de poder, o de control social, que el sistema de medios puede coadyuvar a sustentar.

Más adelante intentaremos dilucidar desde qué ciencias se han abordado estas cuestiones, y qué recorridos teórico-epistemológicos nutrieron el camino de los estudios comunicacionales.

## **Acerca de las características del campo de estudios sobre comunicación**

Antes de iniciar un recorrido que permita hacernos una idea sobre la especificidad del campo de estudios comunicacionales, y plantearnos una breve búsqueda epistemológica, resulta necesario ubicarla dentro del conjunto de las ciencias sociales. Diremos que comparte con éstas las dificultades, o la incapacidad, para elaborar explicaciones “objetivas” acerca de los fenómenos que estudia. Esto sería una primera complicación a la hora de hablar de una “ciencia” de la comunicación o una comunicología. Asimismo, entendiendo que “esta pretensión objetivista que abriera el positivismo en las ciencias sociales es sin dudas insostenible” (Follari, 2003: 1), insistiremos en permitirnos pensar una ciencia de la comunicación.

Ahora bien, cabría preguntarnos: ¿cómo sería esa ciencia de la comunicación? ¿Qué problemáticas o qué objetos le son propios? ¿Qué epistemología puede trazarse sobre este campo de estudios? ¿Qué perspectivas de estudios han abordado esta temática? Y ante todo: ¿qué aporte específico puede otorgar esta ciencia al conjunto de las ciencias sociales?

Un primer paso para responder alguna de estas cuestiones es notar que los estudios en comunicación han proliferado conjuntamente al desarrollo y la difusión de los medios masivos



de comunicación. Respecto a esto, Valdetaro (2015), retomando ideas de Verón (2001), indica que la comunicación

en un determinado periodo del siglo XX, produce una “diferencia” con respecto a sí misma, y es esta diferencia -este “salto” que es a la vez cuantitativo y cualitativo- la que deriva en un “cambio de escala” (Verón, 2001: 127-138) en nuestras formas de comunicarnos, perfilando, de tal modo, un “dominio de objetos” material y concreto, y posibilitando -por ello- la emergencia y consolidación de una disciplina específica: las “ciencias de la comunicación” (2015: 25).

Así, esta autora especificará que “el carácter de dominio científico de la comunicación sólo se consolida y se autonomiza al visualizarse la comunicación como sistema socio-cultural diferenciado” (Valdetaro, 2015: 25).

Como decíamos anteriormente, podemos considerar a la comunicología una ciencia nueva, o una ciencia en construcción. Pero además de pensar que es una ciencia nueva, será importante entender que este campo de estudios sólo se ha podido ir construyendo, a lo largo de la historia, con aportes de diferentes y muy diversas áreas del conocimiento. Distintas disciplinas de las ciencias sociales, e incluso de las ciencias naturales y exactas, han abordado la problemática de la comunicación desde variados enfoques. Como enuncia Valdetaro (2015):

los “objetos” de los cuales se ocupan las Ciencias de la Comunicación proceden de varios dominios empíricos, entre los cuales podemos nombrar: las distintas modalidades de la comunicación interpersonal en variadas situaciones de interacción; la “cultura” y el mundo del arte en tanto sistemas significantes; los medios, tecnologías y dispositivos de comunicación; las empresas, instituciones de la sociedad civil y agencias gubernamentales en sus dimensiones comunicativas. La comunicación es una dimensión que atraviesa todos estos dominios -la lista no es taxativa, podrían incorporarse otros- y su estudio implica, necesariamente, un abordaje multidisciplinar (2015: 27).

Sandoval (2013) propone diferenciar las inter-disciplinas de las transdisciplinas. Las interdisciplinas constituyen “sectores del conocimiento que pueden (y necesitan) ser explicados desde más de un enfoque disciplinario” (2013: 15), mientras que las transdisciplinas vendrían a ser “nuevos enfoques que eliminen la compartimentación heredada e integren marcos de análisis mucho más complejos (donde la especificidad esté dada por campos de estudio)” (2013: 16). Para este autor, en ambas definiciones



aparece la comunicación como caso, pero con una diferencia importante: el enfoque interdisciplinario supone la negación de una especificidad de la comunicación, aludiendo más bien a un objeto complejo que debe ser abordado en conjunto o sucesivamente por disciplinas ya conformadas, mientras que el enfoque “transdisciplinario” le dará condición de saber nuevo (Sandoval, 2013: 16).

Schaufler (2014), por su parte, indica que “la comunicación no cuenta con modalidades teórico-metodológicas exclusivas y que no puedan encontrarse en otras ciencias sociales”. Por esta razón, en esta disciplina social se niega también “la afirmación empirista ingenua según la cual las llamadas disciplinas, se caracterizan por el monismo de una teoría, un objeto y un método (2014: 93).

“Multi”, “inter”, “trans” disciplinar... Acaso podríamos decir que la comunicación es una ciencia “pluri”-disciplinaria... Pero, sea como fuere, lo interesante a tener en cuenta es que, en la propia constitución histórica de los estudios sobre comunicación, encontramos aportes de diversas disciplinas de las ciencias sociales como la lingüística, la semiótica, la psicología social, la antropología, la sociología, el psicoanálisis, la ciencia política, etcétera. Aportes que son sustanciales a las teorías sobre la comunicación, y determinan que la “comunicación” en tanto ciencia, se presente como subsidiaria, o dependiente, de otras disciplinas.

## **Recorridos teóricos de la ciencia de la comunicación**

Un recorrido a través de las diferentes teorías, las diferentes escuelas de estudios en comunicación, o las distintas tradiciones teórico-epistemológicas que se encauzan en el análisis de los fenómenos comunicacionales, podría aportar una idea acerca de cómo es posible componer un mapa que clarifique en alguna medida qué sustancia(s) disciplinar(es) compone(n) el campo de estudios de la comunicación, y de qué manera es posible delimitar un objeto de estudio propio de esta disciplina.

Sin pretender abarcar exhaustivamente todas las vertientes teóricas y metodológicas que confluyen en el campo comunicacional, será interesante recalcar en aquellas perspectivas que comúnmente se consideran los mayores exponentes de los estudios en comunicación, y que se han constituido como hegemónicos o fundamentales en determinados períodos históricos.



Mattelart y Mattelart (1997) entienden que, hacia 1910, “la comunicación en Estados Unidos está vinculada al proyecto de construcción de una ciencia social sobre bases empíricas” (1997: 23) con epicentro en la Escuela de Chicago. Como precursoras de los estudios comunicacionales, destacan las investigaciones que allí se realizan, donde se aplica un “enfoque microsociológico de los modos de comunicación en la organización de la comunidad” (Ídem). Tomando la ciudad como escenario de análisis, varios estudiosos, entre los que sobresale Robert Ezra Park, dedicarán sus investigaciones -entre otras cosas- a “la cuestión de la inmigración y a la integración de los inmigrantes en la sociedad norteamericana” (1997: 24). En esta escuela “convergen etnólogos, sociólogos, geógrafos y demógrafos” (1997: 25).

“La supremacía de esta escuela durará hasta las vísperas de la Segunda Guerra Mundial. Los años cuarenta ven instaurarse otra corriente: la Mass Communication Research” (Mattelart y Mattelart, 1997: 23). Asimismo, para estos autores, “la primera pieza del dispositivo conceptual de la Mass Communication Research, data de 1927” (1997: 28). Se refieren al libro *Propaganda en la Guerra Mundial*, del politólogo y sociólogo Harold Laswell. Aquí se estudian los medios de comunicación en tanto dispositivos de control, y los efectos que estos dispositivos son capaces de producir sobre una audiencia que “obedece ciegamente al esquema de estímulo-respuesta” (1997: 28).

Esta teoría será reformulada desde la misma escuela, a partir de nuevos estudios producidos en los años cuarenta y cincuenta que ponen en entredicho el esquema de Lasswell. Principalmente a partir del libro aparecido en 1949 *The people's choice*, de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, y la teoría del “Two step flow”, donde se destaca el rol de los llamados líderes de opinión en la conformación de la opinión pública, y la influencia “indirecta” de los medios.

Para Valdetaro (2015), la *Mass Communication Research* constituye una “corriente de tipo empírica, emparentada de manera general con el positivismo, cuyos presupuestos provienen de la sociología funcionalista y las teorías de rango-medio de Robert Merton” (2015: 178), y que a través de “una articulación de la sociología funcionalista de rango-medio y presupuestos de la psicología conductista, se desarrollan numerosas investigaciones sobre los efectos de los medios, el análisis de contenido y el estudio de públicos y audiencias” (Valdetaro, 2015: 178-179). Además, indica que la hipótesis fundamental de esta corriente es “la ‘teoría de los efectos mínimos de la comunicación’, también conocida como ‘situacional o fenoménica’, la cual ‘falsifica’ la hipótesis de la manipulación” (2015: 179). Por otro lado, sostendrá que la Mass Communication Research “es la perspectiva que construye, de manera clara, un objeto de



estudio ‘comunicación’, en el cual se articulan presupuestos acerca de la comunicación interactiva y la comunicación mediática” (2015: 179).

En el trabajo de Valdetaro (2015) vemos, además, que principalmente la sociología funcionalista y la psicología conductista guían estos estudios empíricos de la *Mass Communication Research*.

Paralelamente, en la década del 40, el matemático e ingeniero electrónico Claude Shannon elabora la Teoría matemática de la comunicación. Aquí aparecen “las nociones de información, transmisión de información, codificación, decodificación, recodificación, redundancia, ruido disruptivo, y libertad de elección” (Mattelart y Mattelart, 1997: 43). En esta teoría “no se tiene en absoluto en cuenta el significado de los signos, es decir, el sentido que les atribuye el destinatario ni la intención que preside su emisión” (1997: 43). Además, en la formulación de su teoría,

Shannon toma claramente términos propios de la biología del sistema nervioso. A su vez, la teoría matemática de la comunicación proporciona a los especialistas en biología molecular un marco conceptual para dar cuenta de la especificidad biológica del carácter único del individuo (Mattelart y Mattelart, 1997: 44).

Aunque estas ideas atienden al rol decisivo que cumplen las tecnologías en el proceso comunicacional, es preciso destacar que posteriormente las teorías de Shannon serán puestas en entredicho, bajo la argumentación de que la comunicación no se trata de la mera transmisión de información, y que el proceso comunicacional no puede ser concebido de manera lineal. Especialmente desde la Escuela de Palo Alto, donde confluyen antropólogos, lingüistas, psiquiatras y sociólogos, que proponen un modelo complejo para entender el proceso comunicacional y postulan que se trata de un proceso de carácter circular, y que el receptor cumple un rol tan importante como el emisor.

En esta escuela se recurrirá a “conceptos y modelos de la gestión sistémica, pero también de la lingüística y la lógica” y se intentará “dar cuenta de una situación global de interacción” (Mattelart y Mattelart, 1997: 48).

En las décadas del cuarenta y cincuenta toman importancia los estudios sobre comunicación de la Escuela de Frankfurt, conocidos como Teoría Crítica. Para Valdetaro (2015), la Teoría Crítica se encuentra caracterizada por





Santiago Luis Giulianelli. *Consideraciones sobre la especificidad de las Ciencias de la Comunicación*

un tipo de escritura ensayística, filosófica, especulativa, mediante una articulación plástica de momentos interpretativos y deductivos, y sus presupuestos epistemológicos provienen del marxismo en relación con la teoría de la sociedad, y del psicoanálisis en relación con la teoría del sujeto (2015: 179).

Adorno y Horkheimer desarrollarán el concepto -fundamental para los estudios en comunicación social- de Industria Cultural en 1947, y realizarán una importante e interesante crítica a la cultura de masas, constituyéndose en los principales exponentes de esta escuela. Analizarán “la producción industrial de bienes culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía” (Mattelart y Mattelart, 1997: 54).

En esta crítica, “los medios de comunicación resultan sospechosos de violencia simbólica y son temidos como medios de poder y dominación” (Mattelart y Mattelart, 1997: 51). Estas teorías serán cuestionadas más tarde, en la década del sesenta, y estos autores serán considerados “apocalípticos”, frente a los “integrados”, en relación a la aceptación o al cuestionamiento de la cultura de masas y los productos de la industria cultural (cfr. Eco, 2017).

Siguiendo a Mattelart y Mattelart (1997) encontramos que otra importante contribución para los estudios sobre comunicación se verá nacer en 1964. Será cuando Roland Barthes proyecte una definición sobre la Semiología (donde retomará el proyecto enunciado por Ferdinand de Saussure en su *Curso de Lingüística General*), entendiendo que se trata de la ciencia que

tiene como objeto los sistemas de signos, cualquiera que fuere la sustancia y los límites de estos sistemas: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los conjuntos de estas sustancias -que pueden encontrarse en ritos, protocolos o espectáculos- constituyen, si no “lenguajes”, al menos sistemas de significación (Mattelart y Mattelart, 1997: 60).

En esta línea de ideas, Valdettaro (2015) destaca los trabajos sobre la lengua y los lenguajes, también de enorme gravitación en nuestros estudios, en los cuales se

incluyen enfoques de la lingüística, la semiología estructuralista, las teorías de la enunciación, la pragmática, las teorías sobre los géneros y estilos discursivos, la retórica, la semiótica greimasiana, la semiótica de la cultura de Lotman, la semiótica de raíz peirciana de Eliseo Verón, Umberto Eco, Paolo Fabri, etc. (2015: 183).



Además, Valdettaro (2015) distingue otro acontecimiento producido en 1964 y que tendrá peso en los estudios comunicacionales. Se trata de la creación del Centre of Contemporary Cultural Studies en la Universidad de Birmingham, de la mano de Richard Hoggart. Allí se nuclearán autores como Raymond Williams, Edward Thompson y Stuart Hall, quienes realizarán

un abordaje al estudio de la cultura y la historia desde un punto de vista crítico, materialista y empírico, principalmente desde el marxismo gramsciano y su noción de hegemonía -que se desmarca de la noción de “ideología” imperante en el estructuralismo-, a partir del cual formulan un concepto de cultura de base experiencial y práxica. Los conceptos de “experiencia” y “praxis” resultan centrales, ya que a partir de los mismos se puede advertir un concepto de sujeto activo que mediante sus prácticas produce cultura, al contrario de las versiones estructuralistas del sujeto. El estudio de los medios de comunicación y la “cultura popular” forma parte central de su programa (2015: 182).

También enmarcados en la tradición de los estudios culturales, en 1978, Charlotte Brundson y David Morley publican *Everyday Television*:

pone en marcha la voluntad de explorar la forma en que estos programas de entretenimiento de masas tratan las contradicciones de la vida y de la experiencia de los hombres y mujeres de amplias capas sociales, y participan en la construcción de un sentido común popular, centrándose en el estudio de las representaciones del género femenino /masculino, de la clase social, de los grupos étnicos (Mattelart y Mattelart, 1997: 75).

Valiéndose del método etnográfico, Morley realiza en *Family Television* (1986) un estudio sobre recepción en el ámbito doméstico, haciendo hincapié en las diferencias y variaciones de consumo televisual por parte de diferentes miembros de la familia (Mattelart y Mattelart, 1997). A partir de estos estudios, aunque la idea de retroalimentación existía ya en la escuela de Palo Alto, se comienza a pensar más firmemente en un receptor con rol activo en el proceso comunicacional, y a poner énfasis en las variaciones y diferencias en la recepción. Idea contrapuesta a la de audiencias que asumen monolíticamente un mensaje. Lo fragmentario sobrevuela la teoría social, y los estudios sobre el mensaje viran hacia estudios sobre recepción. En los años 80 esta tendencia va a constituirse en hegemónica, desplazando aquellas concepciones que destacaban los efectos que los medios producían en las audiencias y vinculaban su acción a la instrumentación del control social, la manipulación y el ejercicio del poder simbólico como sustento de la dominación (Mattelart y Mattelart, 1997).



En Estados Unidos, hacia mediados de la década del setenta, “la sociología funcionalista se abría, asimismo, a los estudios etnográficos sobre la audiencia y la recepción” (Mattelart y Mattelart, 1997: 102). La corriente de los usos y gratificaciones, que encabezan Blumler y Katz, se preguntará: ¿qué hace la gente con los medios de comunicación? Y sostendrán que la “influencia de los medios de comunicación es limitada (la selectividad de los receptores supone un obstáculo); no puede ser directa (hay relevos); no puede ser inmediata (el proceso de influencia necesita tiempo)” (Mattelart y Mattelart, 1997: 102).

Otra importante contribución a las teorías comunicacionales que vale la pena resaltar serán las ideas del filósofo canadiense Marshall McLuhan. Aquí se hace presente la idea de la aldea global, y la incidencia de las tecnologías de la comunicación en la configuración de un nuevo espacio social. Según Valdetaro (2015), “los textos de McLuhan se caracterizan por una escritura ensayística que va articulando hipótesis exploratorias (o abductivas) con referencias empíricas procedentes de distintas dimensiones culturales, sociales y políticas” (2015: 182). A su vez, Mattelart y Mattelart (1997) afirman que, con las ideas de McLuhan, se produce la entrada de lo global “en la representación del mundo por intermedio de la comunicación electrónica” (1997: 85).

Entre otros exponentes de estudios en el campo comunicacional se incluyen las nociones jurídico-políticas de la comunicación, que estudian aspectos como el llamado derecho a la información, y el ordenamiento político, jurídico y económico del sistema de medios. Algunas de las preocupaciones que movilizan estos estudios devienen de la concentración empresarial-mediática. Los orígenes de estos trabajos, según Mastrini (2011), se pueden remontar a las décadas del 60 y 70, cuando

se van a suceder numerosos estudios y debates académicos y políticos que van a promover una organización democrática de la comunicación, comenzando a mencionar el concepto de derecho ciudadano a la comunicación como noción superadora de los principios de libertad de expresión y libertad de prensa (2011: 3)

Entre los motivos que impulsan estos estudios jurídico-políticos sobre el sistema de medios, podríamos destacar la necesidad del

establecimiento y fortalecimiento de medios de públicos; el establecimiento de algunas políticas de fomento a la producción de contenido nacional y local; la implementación de límites a la concentración de la propiedad de los medios; y la sanción de un marco regulatorio democrático para los medios de comunicación (Mastrini, 2014: 12)



Finalmente, es preciso destacar los estudios sobre mediatizaciones, que proponen partir de “un enfoque general socio-semiótico” (Valdettaro 2015: 185), y ocupan un lugar importante en la actualidad de los estudios en comunicación. Nuevos fenómenos como la construcción de los vínculos a través de las llamadas redes sociales, y la emergencia de nuevos colectivos, como los movimientos sociales, y nuevas formas de protesta social, “atravesan la disciplina forzándola a la construcción de nuevos conceptos socio-antropológicos en el marco de una hipermediatización de la política” (Ídem).

En los estudios sobre mediatizaciones, también se tiene en cuenta que las transformaciones tecnológicas “de las últimas décadas producen un fenómeno de convergencia mediática en producción y de divergencia en recepción (...) con lo cual nos encontramos ante nuevas gramáticas del lazo público y de tipos de sociedad” (Ibídem: 187).

La evolución de los dispositivos permite, a su vez, visualizar el ámbito de la recepción como “progresivamente divergente” (Ibídem: 188). “Itinerarios de prácticas de consumos mediáticos cada vez más personalizados producen un persistente distanciamiento de las constricciones de emisión, conformando la ‘hiperaudiencia’” (Ídem). Además,

el perfeccionamiento técnico de los aparatos deriva en soportes que son meta-medios – como por ejemplo, las tablets y los celulares inteligentes- originando un proceso de convergencia tecnológica en nivel de la producción, es decir, la unión de diferentes plataformas como el teléfono, la televisión y la computadora. Ello implica, tendencialmente, la desaparición de los límites entre los medios de comunicación (Ídem).

Un aspecto a tener en cuenta en los estudios sobre mediatizaciones es entender que la influencia de los medios “ya no se basa en los contenidos que vehicularían, sino en las potencialidades cognitivas, perceptivas, socializantes, inherentes a los distintos soportes o tecnologías de comunicación de las que se serviría cada medio en particular y/o funcionamiento sociosemiótico” (Ibídem: 191).

## Conclusiones

En el anterior recorrido hemos visto que los estudios en comunicación parten de diversas áreas de las ciencias sociales y el conocimiento. Hemos hablado de enfoques microsociológicos, de



estudios con raigambre empirista, positivista, de sociología funcionalista, psicología conductista, interaccionismo simbólico, psicoanálisis, materialismo histórico, etnografía, semiología, informática etcétera. Hemos visto que han sido politólogos, sociólogos, antropólogos, filósofos, lingüistas, psiquiatras, ingenieros, quienes han abordado desde diferentes perspectivas el fenómeno comunicacional.

Surge una tentación de decir que la comunicación constituye meramente un objeto de estudio que puede ser abordado desde cualquier disciplina. O desde casi todas. Como indica Bessone (2010): “muchos de los teóricos de las ciencias sociales no consideraban a la comunicación como un objeto de estudio que mereciera una disciplina específica” (2010: 1). Y que esto “se debe a que el fenómeno era abordado por psicólogos, sociólogos, matemáticos o políticos, sólo como un objeto de estudio y no una disciplina o campo de saber específico” (Ídem). Pero no queremos rendirnos.

Diremos entonces que la comunicación social es una disciplina que necesita aportes teóricos de otras. Que su especificidad puede encontrarse aludiendo a ciertos aspectos de otras disciplinas. Que es un campo que se construye con elementos prestados, pero que sintetiza otros que le son propios. No podríamos equivocarnos. Pero planteemos otra hipótesis, que pueda llevarnos al equívoco aunque también nos proponga asumir un riesgo con la posibilidad de clarificar el panorama o, en todo caso, entablar la discusión:

La comunicación social es una disciplina (inter, trans, multi... disciplinar) inscripta en el conjunto de las ciencias sociales, que procura comprender el fenómeno de la comunicación, tanto desde el punto de vista subjetivo como de la comunicación de masas. Que podrá explicar cómo se realiza el proceso básico de comunicación interactiva, cómo ese proceso se masifica, se industrializa, a partir de aparatos técnicos de difusión simbólica y qué efectos produce. Deberá estudiar el uso del lenguaje en los procesos de construcción de hegemonía.

Entonces podríamos pensar que, fundamentalmente, la comunicación social deberá ser capaz de comprender la relación entre el universo de lo simbólico y el universo del poder social. En la intersección entre estos grandes saberes y sin soslayar uno u otro. Tal vez el proceso de interacción simbólica puede ser mejor abordado por la semiología, o la psicología; en sentido inverso, la idea del poder puede ser mejor abordada por la ciencia política o la sociología. La comunicación se acerca quizás a una intersección, abordando los procesos masivos de construcción simbólica, la instrumentación pública del discurso.

Insistir en esto acaso sea importante, dado que pareciera observarse que, en los principios de las teorías sobre comunicación social, se atendió al fenómeno de los medios teniendo muy presente una idea del control social que estos “novedosos” instrumentos posibilitaban, y



ponderando los efectos que eran capaces de producir. Progresivamente, las teorías fueron virando, tanto en la manera de entender el proceso mismo de la comunicación como en la valoración acerca de los efectos que producen los medios. Las teorías de la comunicación parecieran haber abandonado la perspectiva del control social (y del poder), en favor del proceso comunicacional en sí mismo, de la interacción simbólica, de las vertientes de saberes del lenguaje, y particularmente de cómo cada individuo particular es capaz de absorber y elaborar los discursos masivos que lo interpelan.

En este sentido, es curioso pensar que en el mismo período en que comienza a correrse el foco de atención teórica sobre los emisores y los efectos hacia los receptores y sus decisiones, el sistema global de medios experimenta un proceso de concentración y convergencia. Proliferan los multimedios en manos de megacorporaciones de comunicación, que no solamente son de comunicación, sino que se hallan diversificadas en una innumerable cantidad de ramas de la economía. Basta ver cuáles son los grupos de accionistas que dominan algunas de las principales cadenas de información y entretenimiento.

Es decir, lo curioso es que las teorías comunicacionales parecieran haber sido más críticas con el dispositivo medial en un tiempo en el que los medios eran menos poderosos y el sujeto se encontraba menos mediatizado. Como si los aspectos políticos de la comunicación social (el poder) hubieran perdido peso ante las teorías del lenguaje y la subjetividad, a la par que el poder mediático se hacía más importante y se afinaban los mecanismos masivos de construcción simbólica. Tal vez no haya sido casualidad. Sobre este aspecto vale la pena rescatar una idea de Mattelart y Mattelart:

hay que precisar, en efecto, que esta nueva gestión se expresa en un contexto muy particular (...). La recepción y el individuo consumidor ocupan un lugar central en la concepción neoliberal de la sociedad. No se trata de cualquier consumidor, sino de un consumidor llamado soberano en sus elecciones, en un mercado llamado libre. De ahí las derivas neopopulistas de algunas teorías de la recepción. Algunos estudios comparativos sobre las interpretaciones diferenciadas que efectúan los consumidores a partir de su propia cultura ayudan a borrar la cuestión del poder de la comunicación, que tanto obsesionaba a las generaciones anteriores. Llegan con sordina a la siguiente conclusión: como el poder de los emisores es muy relativo, contrariamente a lo que pudiera creerse, la idea de un emisor más poderoso que otro, al igual que la necesidad de una economía política establecida bajo signo crítico, pierden en gran parte su pertinencia. En efecto, ¿de qué sirve apenarse sobre el intercambio desigual de los programas de televisión o las películas en el mercado internacional de lo audiovisual si el poder del sentido está en



Santiago Luis Giulianelli. Consideraciones sobre la especificidad de las Ciencias de la Comunicación

manos del consumidor? (...). La opción por un interés exclusivo por el tema de la recepción destaca en el momento en que la hegemonía de los productores de los Estados Unidos está en el centro de las discusiones sobre el libre cambio y la libre circulación de los flujos en materia audiovisual que se desarrollan en el seno de instancias internacionales (1997: 103).

En consecuencia, pensar y hacer la ciencia de la comunicación -o de la comunicación social- es una invitación interesante y puede ofrecer grandes aportes, porque posiblemente es a través de los medios masivos de comunicación (en tanto empresas cuya materia prima es el lenguaje) como la mayor parte de la población adquiere una imagen global acerca del mundo en que vive. Una idea sobre el poder y sobre las contradicciones que subyacen en el entramado social. Consumiendo medios adquirimos símbolos, que nos permiten generar una cosmovisión, o un sistema de valores que construyen ideológica y simbólicamente el sentido del orden. Finalmente, si vemos que el espacio público se vuelve también espacio público-virtual; si pensamos en las formas que toma la representación política, y el rol de los medios; si tenemos en cuenta que la asimetría en producción cultural es una parte de la asimetría en producción industrial, y pensamos como Castells (2009) que el poder “se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación” (2009: 535), entonces podremos decir que una ciencia de la comunicación es cada día más importante.

## Bibliografía

- Bessone, C. (2010). Algunos problemas del campo comunicacional: revisión de sus posibilidades como ciencia. *Revista Question*, 1(28). Instituto de Investigaciones en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza.
- Eco, U. (2017). *Apocalípticos e integrados*. CABA: Sudamericana.
- Follari, R. (2003). La moldura en espejo. Encrucijadas epistemológicas de las Ciencias de la Comunicación. *Revista Trampas de la Comunicación y la cultura*, 16, La Plata.



- Herrera Aguilar, M. (2010). La comunicación como objeto de estudio: entre las relaciones humanas y los medios. *Ciencia Ergo Sum*, 17(2), Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 197-204.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mastrini, G. (2011). Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina. Recuperado de <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=76>
- Mastrini, G. (2014). Notas para un análisis de las políticas de comunicación en la región. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/GT6-Guillermo-Mastrini.pdf>
- Rizo García, M. (2009). La comunicación ¿ciencia u objeto de estudio? Apuntes para el debate. *Revista Question*, 1(23). Instituto de Investigaciones en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Sandoval, L. (2013). *Medios, masas y audiencias*. Comodoro Rivadavia: Editorial de la Universidad de la Patagonia.
- Schaufler, M. L. (2014). Reflexión sobre el campo académico de la comunicación en Argentina. *Luciérnaga*, 6(12). Medellín, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, pp. 92-104.
- Serrano, M. M.; Piñuel Raigada, J. L.; Gracia Sanz, J. y Arias Fernández, M. A. (1982). *Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de referencia* (2da. edición). Madrid: A. Corazón.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.