

ELEMENTOS PARA UNA EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Luiz C. Martino*

Traducción del portugués de
Raúl Fuentes Navarro

A lo largo del siglo XX el estudio de la comunicación se consolidó como un punto de convergencia de intereses y de originalidad de este tiempo. Se trata de una temática que toca a todos y que empieza a ser discutida a partir de la segunda mitad del siglo XVIII, bajo el impacto de la emergencia de los primeros medios masivos y en el escenario de grandes transformaciones culturales (religiosas, sociales, políticas, económicas, técnicas).

Entre el rango de ciencia constituida o sólo un campo de intersección de saberes, el estatuto de la comunicación social ha variado y dividido opiniones a lo largo de las décadas. Una de sus características más marcadas —y de ahí, tal vez, su vivencia más allá del debate decisivo acerca de su definición teórica— es la fuerte atracción que suscita en los más variados ámbitos sociales y en los más variados grupos de interés. Todos se interesan en el papel y el efecto de los medios de comunicación sobre la sociedad y el individuo. En contraste, entonces, con otros saberes constituidos, su entrada en la escena intelectual no se debe a la consistencia de su fundamentación teórica sino a una fuerte demanda social. No obstante, ese interés generalizado no puede servir de aval para cuestiones continuamente diferidas o mal planteadas. Más que nunca, con el mismo apagamiento de las luces que animaron el siglo que

* Universidad de Brasilia, Brasil.

atestiguó el pleno desarrollo de la comunicación moderna y que vio el nacimiento de una ciencia de la comunicación, se redoblan hoy los esfuerzos por cimentar los fundamentos de esa ciencia.

Este trabajo pretende plantear algunos elementos para pensar los fundamentos de esa ciencia. Y desde el principio conviene explicitar que se toma este término en lo que tiene de problemático. Al poner a la comunicación como una ciencia no se emite ningún juicio de valor, ninguna ventaja o justificación; por el contrario, es este estatuto el que se vuelve un problema en sí mismo.

La importancia de realizar esta tarea sobrepasa el marco simple del fortalecimiento y de la coherencia de esta disciplina. Discutir sus fundamentos significa poder reflexionar y reorientar (de manera permanente) nuestra visión y nuestra actuación en la sociedad de la información. La notable importancia que los procesos comunicacionales encuentran ahí hace que muchos investigadores prácticamente abandonen sus puestos para asumir la militancia en intervenciones poco autorizadas. Y sin embargo, más que nunca, tanto el estado como la sociedad organizada, pasando por las propias aprehensiones individuales, esperan respuestas más precisas acerca de lo que viene a ser al fin el "efecto" de los medios de comunicación y cómo posicionarse en relación con las prácticas comunicacionales abiertas por los nuevos dispositivos tecnológicos. Esto ciertamente no puede realizarse sin establecer los fundamentos de la comunicación, pues ellos proporcionan la medida de las limitaciones y de las posibilidades de ese conocimiento.

El primer desafío que enfrenta quien se aventura por el campo de la comunicación es el problema de su definición. Pródigo en significaciones, el término comunicación es un buen ejemplo de polisemia. En principio, es empleado para designar las relaciones entre humanos mediadas por la palabra, los gestos o las imágenes, pero el término se aplica también a las relaciones entre animales y hasta entre máquinas. Se agregan también a esta lista ciertas relaciones de la materia con la materia (transmisión de energía, código genético) y la relación de los hombres con los dioses (o con Dios) y con los muertos. De esta manera, la comunicación se dice

- Del hombre pero también del animal y de la máquina.
- De la relación entre dos personas pero también del monólogo solitario y de la multitud.
- De la voz pero también del gesto y de la imagen.
- De los canales sensoriales pero también de los extrasensoriales.
- Del intercambio de ideas y opiniones pero también del "diálogo de sordos".
- De la novedad pero también de la redundancia.
- Del acto, del proceso pero también de su resultado.

- De las partes involucradas pero también del mensaje y del medio.

En fin, la comunicación se dice de las cosas, del pensamiento de las cosas y de lo que no son cosas ni pensamiento. Es evidente que tal extensión y diversidad no pueden caracterizar el campo de estudio de una sola disciplina. La carga semántica del término, tal como se encuentra en uso por el sentido común y en otras áreas del conocimiento, incluye un número demasiado grande de acepciones, lo que prácticamente hace inviable cualquier estudio que se sirva del término comunicación, sin antes proceder a un análisis crítico.

Desde el punto de vista epistemológico, es simplemente aterrador constatar la existencia de trabajos sobre los fundamentos de la comunicación que pretenden poder dispensarse de este tipo de análisis. Fórmulas matemáticas avanzadas y ecuaciones químicas complejas conviven de manera inocente al lado de análisis de procesos psicológicos o sociales, sin que se plantee la mínima consideración sobre las relaciones entre estos campos y la diversidad de los saberes ahí implicados.

Polisemia

Comenzaremos, pues, por ocuparnos de esa polisemia. Al respecto se presentarán aquí algunos resultados de otro estudio.

La diversidad de la comunicación hace que el campo de estudio coincida, en un primer momento, con el estudio mismo del ser, lo que lleva a reflexionar sobre un campo de extensión máxima. Con base en una taxonomía rudimentaria —seres inanimados, seres orgánicos y seres humanos— es posible decir que los fenómenos comunicativos conciernen a todos estos macrodominios y que la primera tarea consiste en señalar los distintos sentidos del término comunicación en cada uno de ellos.

Se puede decir que es en el ámbito de los seres inanimados donde la comunicación asume su acepción más general, justo la indicada por su etimología: comunicación es relación. Este sentido atraviesa a todos los demás dominios, que no contribuyen sino hacen mas compleja esta fórmula original.

Pero ¿qué sería la comunicación en esta esfera de los seres inanimados? Se puede avanzar y precisar un poco más el sentido de la comunicación para este dominio, indicando que el término asume el sentido de "transmisión". Por ejemplo, los intercambios de calor o de fuerzas que pueden usarse como sinónimos de comunicación: una bola de billar comunica su fuerza a otra bola, que reacciona conforme a las "instrucciones" de la primera. Todo sistema de intercambio de fuerzas o de energía puede describirse como un proceso comunicativo: emisor (primera bola), receptor (segunda bola), mensaje (fuerza) y efecto (desplazamiento). Están ahí, por analogía,

todos los elementos que por tradición se usan en la descripción del proceso de la comunicación humana. Por consiguiente, el mundo de los seres inanimados podría describirse como un gran diálogo, a partir del agenciamiento de la materia individualizada o de la mecánica de los cuerpos físicos. Es claro que una descripción con base en la química no altera de forma significativa el sentido de la comunicación presente aquí: se trata de un tipo de "relación" que es posible precisar como acción-reacción.

El dominio de los seres orgánicos, a su vez, mantiene los sentidos precedentes. Sin embargo, el ser vivo interpone el organismo entre la acción y la reacción, alterando así la dinámica del proceso. En este dominio, con el riesgo de perder de vista su especificidad, las relaciones ya no pueden ser descritas como procesos mecánicos debido a que el organismo, en su idiosincrasia, selecciona las respuestas. Esto es, retarda, adelanta, suprime y diversifica las respuestas, de modo que en vez de una relación binaria, punto por punto, del esquema acción-reacción, se pasa a una gama de respuestas posibles. Por otro lado, la acción de un ser vivo también debe ser analizada a partir de un proceso selectivo, mucho más complejo que el mecanismo de las relaciones inorgánicas. El organismo no reacciona a "cualquier cosa" sino a aquellos estímulos que identifica como tales. Por ejemplo, la hembra de una cierta especie no constituye un estímulo sexual sino para el macho correspondiente. Un estímulo es una entidad relativa, no existe en el mundo sino sólo en relación con el individuo que lo interpreta. En suma, la naturaleza mecánica deja su lugar a procesos que se imponen por la interpretación y por la selección. La comunicación entre dos animales en lo fundamental no es diferente de la que ocurre entre el organismo y su medio ambiente.

El sentido de la comunicación presente aquí mantiene el sentido original de "relación", así como también aquel de acción-reacción que expresa el sentido de la comunicación para los seres inorgánicos, aunque en el caso de los seres vivos este sentido puede y debe precisarse como estímulo-organismo-respuesta, ya que se trata de comprender el papel mediador que desempeña el organismo entre la acción y la reacción, así como la relatividad de esos términos. Hay que hacer notar que el paso de un macrodominio a otro no se caracteriza por una ruptura sino por una complejización del sentido original del término comunicación.

Por último, en lo que concierne al dominio propiamente humano, la comunicación asume su forma simbólica que, además de la descripción anterior, implica la intervención —bastante compleja— de la cultura en el proceso selectivo.

Y cuando se empieza a hablar de cultura, se debe prestar atención al hecho de que se trabaja un concepto que involucra al propio proceso de comunicación: la cultura implica la transmisión de un patrimonio a lo largo de las generaciones. Esta observa-

ción también es válida con respecto a los elementos mismos que se ponen en relación, pues la noción de hombre es en esencia del orden simbólico, en oposición a la noción de animal humano, que remite al organismo. Pero afirmar al hombre como un ser simbólico es afirmar a un ser que sólo se deja atrapar en las relaciones que establece con sus semejantes. En otras palabras, el ser humano es un ser de comunicación: consigo mismo (subjectividad) y con el mundo, ambos entendidos como producto de la comunicación con otros, pues así como la subjectividad no es un dato natural, las cosas no se presentan al ser humano directamente sino que son construidas, gracias a la mediación del deseo, del conocimiento y del reconocimiento del otro.

A diferencia de los otros macrodominios, en los que el término comunicación comporta la relación entre elementos sustantivados, no es posible representar los elementos que expresan la comunicación humana sino a través de relaciones o, con mayor exactitud, a través de procesos comunicativos. Tanto en el dominio de la materia como en el de los seres vivos, el término comunicación designa la relación entre elementos que guardan una cierta sustancialidad: se trata de procesos entre cuerpos materiales o entre organismos. Ya en el caso humano no hay sino relaciones. Se representa a la comunicación en este dominio con el esquema $C_s \times C_s$ (relación de conciencias). Para este dominio, comunicar tiene el sentido de volver similares y simultáneas las afecciones presentes en dos o más conciencias. Comunicar es simular la conciencia del otro, hacer común (participar) un mismo objeto mental (sensación, pensamiento, deseo, afecto).

Entonces, se ha visto que la polisemia del término comunicación puede expresarse y analizarse por medio de una taxonomía. Ésta revela un sentido particular para cada dominio, todos derivados de su sentido original de "poner en relación". Pero nuestro interés va más allá de una clasificación, pues se trata de delimitar el campo de estudios de un área específica del conocimiento. Por tanto, sin cuestionar la legitimidad del uso de la palabra en otros dominios, es evidente que sólo el sentido humano de la comunicación puede servir a los propósitos que nos orientan.

Aunque no haya consenso en torno a la cuestión del estatuto científico de la comunicación —si es o no una disciplina científica— esta restricción preliminar tiene, por lo menos, el mérito de hacer que nos entendamos sobre aquello de lo que estamos hablando y usemos el término para la misma cosa.

De esa manera, la definición de comunicación en cuanto acción-reacción puede servir a disciplinas como la física, interesada en la descripción de sistemas de relaciones cinéticas o de fuerzas mecánicas. La definición de comunicación en cuanto estímulo-organismo-respuesta sirve a ciencias como la psicología conductista, la etología y todas aquellas interesadas en la descripción del comportamiento objetivo de los seres vivos. No obstante que guarda el sentido que nos interesa, la definición

de comunicación como relación de conciencias ($C_1 \times C_2$) se aplica al campo de la filosofía e indistintamente al de las ciencias del hombre (humanas y sociales) como un todo, lo que revela las limitaciones de un intento de definición del campo y del objeto de estudio de la disciplina comunicación sólo a través de un análisis formal.

Cabe, en consecuencia, dar un segundo paso, buscando encontrar en este dominio específico de las humanidades, el lugar de la comunicación en relación con otros saberes constituidos.

Interdisciplinariedad

De la cuestión inicial de una polisemia, el problema se desplaza al análisis de la posibilidad de que la comunicación constituya un saber específico o si se trataría nada más de un campo atravesado por saberes diversos. En esta última forma, la comunicación sería vista como un "campo interdisciplinario", lo cual impone ciertas precisiones. En realidad, la cuestión de la interdisciplinariedad parece dominada por dos usos diferentes, con consecuencias directas para las finalidades que perseguimos.

Por un lado, se utiliza "interdisciplinariedad" como el concurso de varias disciplinas científicas que se abocan a una "materia" empírica común (objeto empírico); por otro, el término se refiere a la constitución de una disciplina con un objeto de estudio singular, a partir de las contribuciones de otras varias disciplinas.

Muchos investigadores adoptan el primer sentido y emplean el término "ciencias de la comunicación", en plural, porque consideran a la comunicación no como una disciplina sino como una síntesis de saberes diversos. Ante el estado en el que se encuentra la fundamentación de la científicidad de la comunicación, prefieren adoptar una postura de prudencia, ciertamente legítima y loable en muchos aspectos, pero tal vez excesiva.

Designar a la comunicación como "ciencias de la comunicación" es nada más designar el conjunto de los saberes que toman a la comunicación como objeto (lo que aun puede ser una tarea ardua, considerando la importancia y la naturaleza constitutiva de la comunicación en relación con el fenómeno humano en su generalidad), pero no significa tomar a la comunicación como un saber. Y afirmar que el de la comunicación es un campo atravesado por saberes diversos es, en el fondo, afirmar muy poco. Tomemos, por ejemplo, un objeto como la "subjetividad", que puede constituir el objeto de una ciencia en particular (la psicología) pero también puede ser abordado desde varias otras disciplinas (sociología, historia, etc.) Esto enuncia sólo la verdad de perogrullo de que determinado fenómeno humano puede ser tratado bajo prismas diferentes. Y no podría ser de otro modo, puesto que ningún

fenómeno está reservado para ésta o aquella disciplina. En definitiva, no hay "reserva de mercado" en los asuntos del intelecto. La identidad y la diversidad de las disciplinas se basan en el potencial para generar una interpretación irreductible a cualquier otra. Así, si hay una "visión" económica de la globalización, es cierto que nada impide también el desarrollo de un acercamiento tecnológico, sociológico, etc. Todo objeto empírico es susceptible de ser abordado por múltiples puntos de vista, cada uno tocando cierta parcela de la realidad (postura kantiana) o, como corresponde a la postura constructivista, construyendo esta realidad en tanto que realidad simbólica, que además, como se sabe, es la única a la que el hombre tiene acceso. Sin importar la postura que se adopte, es importante destacar que el objeto empírico es una construcción, tanto como el objeto teórico. Es una construcción cultural que remite a un primer saber (sentido común), que sirve de condición o de base para el saber científico,¹ pero que en rigor no es, y de cierto modo se opone a, éste.

Lo que en realidad importa es que las llamadas "ciencias de la comunicación" no excluyen la posibilidad de una disciplina específica denominada comunicación y, como ya se dijo, esta fórmula en el fondo no dice casi nada, pues designar el conjunto de los saberes que se interesan en la comunicación es casi lo mismo que indicar el conjunto de todas las ciencias del hombre, la filosofía y algo más, como además sería de esperarse en relación con una materia tan esencial al fenómeno humano.

Además de eso, esta primera acepción de interdisciplinariedad remite a disciplinas particulares frente a un *objeto* único, común y por eso mismo interdisciplinario. En esta acepción, afirmar la comunicación como un objeto interdisciplinario equivale a tomarla en tanto proceso empírico, del orden de los "hechos" y no como una construcción teórica, según requiere el tratamiento para el análisis científico o filosófico. En rigor sólo significa que varios saberes van a desarrollar objetos de estudio diferenciados sobre un "mismo" fenómeno, sin que esto implique ninguna contribución entre ellos. La síntesis, si viene al caso hablar de síntesis, se realiza *a posteriori*, como cruzamiento de resultados y conclusiones. Por lo tanto, este primer sentido de interdisciplinariedad tiene que ver sólo con la posibilidad de acercamientos diferentes, pero no plantea el problema que interesa: si la comunicación puede corresponder a un saber particular sin reducirse a los conocimientos generados a partir de otros saberes, o sea, verificar si la comunicación puede ser el objeto de una disciplina particular.

1. En el límite entre el sentido común y un esfuerzo por racionalizar y sistematizar un cierto saber, Canguilhem habla de ideología científica, para expresar un estado del conocimiento "anterior" al de una determinada disciplina científica.

Ya en el segundo sentido, por el contrario, se plantea el problema a nivel teórico y se reclama una colaboración entre disciplinas. Se trata de la dependencia mutua entre saberes específicos. La geología, por ejemplo, se apoya en los saberes de la química y de la física, sin que eso impida su autonomía. Se trata de la diferencia entre un saber instrumental y un saber que se toma como finalidad de la investigación (un saber-meta), de suerte que el empleo de las contribuciones de un determinado saber en la generación de otro no significa la reducción inmediata del primero al segundo. Por consiguiente, el apoyo que la disciplina de la comunicación encuentra en otros saberes (psicología, sociología) no representa en sí mismo un argumento contra la autonomía de esa disciplina. Sólo indica la necesidad de una formulación precisa de lo que sería este saber-meta en el caso de una disciplina comunicacional.

La comunicación frente a otras disciplinas

Esta cuestión remite a un problema clásico de los estudios epistemológicos: el establecimiento de un marco de distribución de los saberes científicos. Con frecuencia aparecen proposiciones que alegan una naturaleza interdisciplinaria de la comunicación. Sin embargo, hay que examinar esta afirmación a la luz de las siguientes cuestiones: ¿cuál disciplina de las ciencias humanas y sociales no es, o no puede recibir el título de interdisciplinaria? Más aún: ¿a cuál de ellas no le sería conveniente una disposición interdisciplinaria? Estas cuestiones muestran cómo es poco convincente la idea de reivindicar para la disciplina comunicacional una naturaleza diferente de las otras que integran el cuadro de las ciencias del hombre. La interdisciplinariedad es una realidad en las ciencias del siglo XX, y si no fuera el caso avanzar el epíteto "interdisciplinaria" como justificación para la falta de organización de una disciplina, tal vez quede poco contenido positivo que atribuirle.

Por otra parte, en la medida misma en que no desconoce ni niega la distribución o reparto de los saberes (en oposición al término transdisciplinariedad), el término interdisciplinariedad puede ser útil para designar una cierta estrategia para replantear el marco de la distribución de los saberes. La intención es captar las eventuales lagunas entre los grandes espacios disciplinarios ya consolidados. También puede representar el esfuerzo por efectuar una síntesis entre las contribuciones de dos disciplinas científicas, fundando así un objeto intersticial, que podrá o no generar una subdisciplina (antropología social, sociología histórica, psicología social, psicolingüística, sociolingüística).

Tal vez sea demasiado prematuro plantear la cuestión de si la comunicación es una disciplina o una subdisciplina en un momento en el que su caracterización en cuanto ciencia no constituye un consenso. Cabe recordar, sin embargo, que saberes

como la lógica o la filosofía no pierden nada al colocarse fuera del marco del reparto de los saberes científicos, y hasta disciplinas como el psicoanálisis o la historia ven oscilar permanente su destino entre las opiniones de los especialistas. Para todos los efectos, y el lector ya debe haberlo anticipado, se asume aquí la postura de la comunicación en tanto ciencia, por entender que es la mejor manera para desarrollar la problemática que nos proponemos. Finalmente, el término epistemología se aplica con mayor propiedad al estudio de disciplinas científicas. Pero además de la coherencia, también es la postura más ventajosa, pues si no puede sustentarse bajo la criba de la crítica, aún así no sería enteramente en vano generar elementos para situar la comunicación en relación con el espacio científico, como lo hacen otros saberes ya citados.

En todo caso, tanto los problemas suscitados por la discusión de la polisemia como aquellos relacionados con la naturaleza interdisciplinaria de la comunicación, pasando por la cuestión de su científicidad, convergen en el problema de la definición de un objeto de estudio en relación con un saber específico. Nuestro problema reside entonces en la posibilidad de señalar un objeto de estudio que no pueda ser reducido a los de las disciplinas existentes.

La comunicación como disciplina autónoma

¿En qué medida la comunicación constituye una disciplina autónoma? ¿En qué consiste el objeto de estudio de esta disciplina? Dar respuesta a estas cuestiones equivale a mostrar cómo puede una disciplina reivindicar de manera legítima el estudio de procesos comunicacionales de tal forma que no coincida con el objeto de ninguna otra, y que a su vez no se quede en el nivel de la generalidad del objeto de las ciencias del hombre o de la filosofía.

Tres vías, abiertas por la epistemología contemporánea, permiten considerar estas cuestiones bajo luces diferentes. El problema de la definición de la disciplina comunicación y de su objeto puede entonces ser abordado:

- A través de una respuesta de tendencia empírica, tomando como base el análisis de las instituciones relacionadas con la comunicación.
- A través de una definición lógico-formal de su objeto de estudio.
- En el tiempo, esto es, a través de un análisis diacrónico, procurando situar la génesis del campo de esa disciplina.

Aquí nos limitaremos a una presentación sumaria de los dos primeros paradigmas de análisis, para dedicarnos al último. No es que se pueda dispensar los análisis de

tendencia empírica o las definiciones lógico-formales. Hay que dejar claro que las tres clases deben, en la medida de lo posible, formar un sistema. El problema es menos de crear oposiciones y exclusividades recíprocas entre los diferentes modos de abordar la problemática que de encontrar un elemento de inteligibilidad que sólo un análisis de la génesis del campo puede proporcionar.

Definición empírica

Bajo este nombre se agrupan los intentos de definir la disciplina comunicación que no parten de una especulación sobre el sentido ideal de lo que sería la comunicación en tanto disciplina y su objeto sino que, al contrario, procuran situarla como el correlato de ciertas instituciones del saber, vinculadas a la investigación o a la enseñanza. Nuestra pregunta queda entonces automáticamente respondida: la comunicación es el producto de la actividad de esas instituciones y de quienes trabajan en ellas, lo que no deja de ser una respuesta bastante coherente. Las dificultades, con todo, corren por cuenta de la diversidad de respuestas concretas producidas por las descripciones de la realidad de esas instituciones. Por ejemplo, hay escuelas de comunicación que tienden a aproximarse, o hasta a incorporar, temas tan heterogéneos como el turismo o las artes, lo que vuelve difícil la confrontación de los datos recogidos en diferentes instituciones. Además, la diversidad misma de las habilitaciones profesionales (en el caso brasileño: periodismo, publicidad y propaganda, relaciones públicas, radio y teledifusión, cinematografía, producción editorial) indica una constelación de prácticas sociales, en sí misma testigo de importantes variaciones en el sentido del término comunicación, que aunque estén supuestamente ligadas de manera más o menos coherente, difícilmente se dejan sintetizar en un concepto unívoco y en todo caso poco formalizado.

Cabe hacer notar que este tipo de definición no tiene carácter normativo; no busca forjar un concepto de comunicación que moldee la realidad según su patrón. El concepto aquí sólo indica la diversidad de una realidad compleja, cuyos sentidos son recogidos junto con el entendimiento de la comunicación que tienen las instituciones de conocimiento socialmente reconocidas. Entonces, el significado de la definición que aquí llamamos empírica equivale al reconocimiento que la comunidad académico-científica tiene de su objeto, reconocimiento que se expresa al nivel de las instituciones.

Este paradigma de análisis puede o no encaminarse hacia una investigación histórica de la sucesión de las instituciones. Puede o no proponer una visión sintética, al esbozar un marco para clasificar sus resultados. Lo más significativo en este tipo de enfoque es el lastre que busca en la realidad efectiva. Así, toda la intención de

buscar una inteligibilidad a través del proceso de transformación histórica de los entendimientos y de las instituciones, así como la reducción de la realidad a categorías de análisis como intento de buscar una inteligibilidad "por detrás" de la multiplicidad de lo visible, son inhibidas en nombre de un compromiso con lo que la investigación encuentra que es el estado actual del campo, definido por las instituciones.

Definición formal o ideal

Por contraste con lo anterior, este nombre designa las iniciativas de definición de la disciplina comunicación que centran sus esfuerzos en una discusión lógico-formal de su objeto, sin por eso pretender afirmar que este tipo de acercamiento pueda prescindir de la investigación sobre la realidad del campo de la comunicación. De la misma forma que la definición de inspiración empírica no puede dejar de introducir una inteligibilidad cualquiera (clasificación en categorías, por ejemplo), la definición ideal no se traza sobre el vacío. Lo que las define no es una oposición grosera entre la realidad de los hechos y la introducción de una inteligibilidad arbitraria sino la prioridad que cada una está dispuesta a conceder a uno de esos polos que, en último análisis, son los marcos donde se desdobra la tensión que caracteriza a todo trabajo científico.

Es importante subrayar que no es necesario ver aquí una contradicción con la definición empírica. La búsqueda de una definición lógico-formal para el objeto de la comunicación puede complementar de dos maneras distintas las definiciones empíricas. Primero, como interlocutor crítico. Ni la descripción más fiel de la realidad puede abstenerse de introducir una organización "teórica", explícita o implícita, y que en el límite coincide con la representación cultural y por tanto simbólica del observador.

En este sentido, lo que se señala como "realidad" no expresa sino el campo de estudio de la comunicación tal como se presenta a un observador en aquel momento. Esto tiene que ver con las premisas en las que se apoya el trabajo de definición empírica, porque muestra los límites de la definición empírica. El resultado de las observaciones generado a partir de ese paradigma no puede proporcionar sino una imagen del estado actual del campo y por tanto un "corte" y una instantánea sobre lo que en verdad es una realidad cambiante. El entendimiento que los comunicólogos tienen de su objeto de estudio, aun captado *in loco* y respetando fielmente la diversidad de opiniones, en la medida misma en la que es formulado y expresado, enmascara las tensiones y las incertidumbres que están en la base del lento y a veces invisible proceso de formación y transformación al que se encuentran sujetos esos entendimientos.

Por otro lado, la especulación, característica de este tipo de definición, permite explorar de manera más profunda el debate sobre el objeto de estudio de la comunicación, en la medida en que genera modelos que sirven de horizonte o línea de fuga para el proceso de transformación ya indicado. La investigación empírica, a su vez, además de proporcionar datos que alimentan la reflexión, regula este trabajo reflexivo al impedir abusos que pueden ocurrir en la actividad especulativa.

Esto muestra que los dos tipos de paradigmas de definición acaban formando un cierto sistema, aunque normalmente, en la práctica, no es raro encontrarlos inmiscuidos en polémicas que los colocan como contradictorios. Con todo, ninguno de ellos puede ayudar en la cuestión que nos ocupa. La especificidad de la disciplina comunicación, como vimos antes al examinar la polisemia del término y la cuestión de la interdisciplinariedad, no puede alcanzarse a través de un análisis lógico-formal. Tampoco al nivel de sus instituciones de enseñanza-investigación, que en la heterogeneidad de sus formas concretas acaban por reflejar el problema teórico en el ámbito lógico-formal: al presentar orientaciones muy dispares, las instituciones acaban por reproducir, a su modo, el problema de situar la disciplina comunicación frente a otros saberes.

Génesis del campo

Otra manera de abordar el problema de la definición de la disciplina comunicación y de su objeto es pensar la génesis del campo, o sea, el advenimiento de la "comunicación moderna". Y no me refiero, con esa expresión entre comillas, al deslumbramiento vulgar con las nuevas tecnologías de información y comunicación sino a una novedad histórica, concomitante con el advenimiento de las sociedades complejas.

Para este paradigma, la cuestión fundamental reside en la desnaturalización de los procesos comunicacionales, es decir, en la comprensión de que la significación de un fenómeno social no puede ser alcanzada si no es mediante la delimitación de su singularidad histórica. Esto equivale a extraer todas las consecuencias de la afirmación de que la comunicación no es, y no debe ser tratada como, un proceso transhistórico.

Parece esencial subrayar este punto, ya que la investigación en comunicación muchas veces se aleja de la importancia de la historicidad para las ciencias del hombre, sobre todo en lo que toca a las consecuencias epistemológicas, como si los procesos comunicacionales pudieran permanecer indiferentes a la acción del tiempo y a la variedad cultural. Si es patente que la sociedad se transforma a lo largo del tiempo; si la cultura es caracterizada como proceso de transmisión y transformación permanente de un patrimonio ético; si nociones tan inmediatas y fundamentales

como las de tiempo, espacio, causalidad, están sujetas a las vicisitudes de sociedades históricas, como propone la sociología del conocimiento; si hasta las funciones psicológicas se encuentran sujetas a las transformaciones históricas,² ¿por qué la comunicación habría de permanecer intocable, incólume, flotando sobre el devenir humano?

Los inventarios de formas históricas de comunicación, como aparecen por lo general en los manuales, no constituyen un contraejemplo. Por el contrario, ilustran muy bien cómo es negada y ocultada la historicidad de los procesos comunicacionales al ser tratada sólo como una colección de "medios", de expedientes y de astucias tecnológicas, para una misma y única necesidad, inherente al hombre, bien cierto, pero que atravesaría el tiempo siempre igual a sí misma. Como si los medios y los mensajes cambiaran pero la comunicación permaneciera igual.

Pero es preciso reconsiderar este punto de vista espontáneo, muy poco reflexionado hasta aquí por los trabajos acerca de los fundamentos de la comunicación, y tomar en serio el hecho de que la variación de los "medios" no es sólo la expresión de un progreso material de una misma y constante necesidad humana. Es muy cierto que si la mutación mediática a lo largo de la historia es, en parte, fruto de una evolución técnica, por otro lado es también correlativa a demandas sociales que crean tanto las posibilidades de invención como de institucionalización de un medio a partir de su empleo y utilidad social. En esta intersección con la sociedad se dan las objetivaciones, necesariamente históricas (por lo tanto fechadas y relativas a un cierto estado del conocimiento común), a partir de las cuales los agentes sociales perciben los procesos comunicacionales. En otras palabras, no son sólo los medios los que están en un proceso histórico de cambio sino que la propia comunicación adquiere un sentido nuevo en esas transformaciones.

Es curioso notar —por citar apenas dos de las señales más evidentes de una transformación sustancial en el sentido de los procesos comunicacionales— cómo se deja de lado la dimensión histórica de hechos tan importantes como la mercantilización de la información y la intervención de la técnica en los procesos comunicacionales.

El primero implica una separación entre un productor y un consumidor de la información, distinción clásica del marxismo económico que, transportada al dominio de la cultura, indica una especialización sin precedentes del tejido social, de la que resultan las instituciones de producción y circulación de información (periódicos, emisoras de radio y televisión, agencias de noticias, grabadoras de música, editoras de libros, estudios cinematográficos).

2. Como plantea Ignace Meyerson en su inestimable obra sobre la psicología histórica, *Les fonctions psychologiques et les oeuvres* (1995).

La contrapartida operacional de esa revolución cultural (hoy escondida bajo la expresión un tanto gastada de cultura de masas) corresponde al enorme potencial de reproductibilidad liberado por la tecnología moderna y, particularmente para nosotros, de la aparición de los nuevos medios de comunicación, como condición de posibilidad para el desarrollo pleno de ese tipo de cultura. La intervención de la técnica en los procesos comunicacionales, esto que llamamos hoy comunicación social, además de implicar un ajuste nuevo de la cuestión de la transmisión de información inaugura una forma inédita de relaciones entre la comunicación y la organización social: ya no se trata del soberano o del estado para con sus súbditos (orden administrativo), tampoco de los hombres en relación con la divinidad (orden religioso), cuestiones que dominaron el sentido de la comunicación en las sociedades primitivas o clásicas, sino del problema *sui generis* de la inserción del individuo en la cultura de masas y en la sociedad compleja.

En fin, tras la mercantilización y la intervención tecnológica de los procesos comunicacionales comienza a existir toda una arquitectura de la comunicación social, impensable para sociedades del tipo preindustrial.

Entre otras tantas modificaciones importantes que la comunicación sufre en el contexto de las sociedades complejas, si la comunicación empieza a ser explotada comercialmente, si sufre la intervención de dispositivos tecnológicos, si se convierte en el fundamento de la organización social como pivote para la inserción del individuo en la cultura y su integración en la sociedad, ¿por qué no la distinguimos de manera realmente significativa de los procesos comunicacionales de otros tipos de sociedad?

¿En qué medida tenemos todavía el derecho de usar un mismo nombre (comunicación, procesos comunicacionales) para cosas tan distintas? Tenemos nombres diferentes para los casos en los que algo se vende, o para ciertas prácticas que pasan a ser objetos de comercio: amor-prostitución, mercenario-militante, aficionado-profesional. Sin embargo, naturalizamos los procesos comunicacionales modernos como una sustancia inalterable e independiente de las relaciones a las que se encuentran sometidos. Tal vez sería necesario ver en ello una de esas situaciones que ofrece el análisis pseudohistórico e interpretar este uso ambiguo de la noción de comunicación más como un problema de homonimia que en realidad de una misma entidad (la comunicación), siempre igual e idéntica a sí misma a lo largo del tiempo.

A propósito, en flagrante contraste con el caso de la comunicación, es curioso notar cómo estamos dispuestos a admitir las consecuencias de la historicidad en otros sectores de la vida intelectual. Por ejemplo, se sabe que no se puede pasar de una forma absolutista de gobierno a una forma democrática sin que entre en juego una nueva sensibilidad o una nueva percepción de lo que es "la" política. Como

sucede con toda modificación del comportamiento social, es de esperarse que cambios significativos en las prácticas políticas deban llevar necesariamente a cambios por igual significativos en la idea misma que los actores tienen de la política, así como también en el concepto mismo de política. Pero en el dominio de la comunicación se sigue creyendo que los procesos comunicacionales son los mismos desde la prehistoria. Se cree que la comunicación es un tipo de "continente" inalterable y que "sólo" los medios y los contenidos (los mensajes, la información, "lo que se dice") cambian, cuando en realidad sería preciso admitir que la propia comunicación está sujeta a transformaciones significativas a lo largo del tiempo.

En consecuencia, una postura teórica más afinada en relación con el movimiento general de las conquistas de las ciencias del hombre, y más afinada en relación con el propio objeto general de éstas, esto es, no con el hombre natural sino con el ser simbólico, que es necesariamente una construcción cultural e histórica, debe considerar las transformaciones en la morfología y en el empleo de los medios de comunicación no sólo como expresión de una evolución tecnológica (lo que sigue siendo verdadero). También debe tener en cuenta la transformación misma del sentido de los procesos comunicacionales, para poder definir un objeto de estudio particular: lo que se convierte en el objeto de estudio de la disciplina comunicación son las prácticas comunicacionales liberadas por la sociedad compleja y hasta entonces desconocidas en otros tipos de sociedades históricas.

De esta manera, los procesos comunicacionales asumen, a partir de ciertas condiciones sociohistóricas que denominamos modernidad, un valor y un sentido histórico que se puede considerar único u original, en comparación con otros tipos de organización social (sociedades tradicionales, comunidades primitivas).

En el plano epistemológico, el establecimiento de tipos sociohistóricos de actividad comunicacional libera sentidos diferenciados de actividad comunicacional humana, de manera que las idiosincrasias sociohistóricas de la comunicación moderna hacen posible una restricción del campo de estudio, lo que permite delimitar el objeto de una ciencia única, pues éste deja de coincidir con el objeto de otros saberes y disciplinas de las ciencias del hombre, como la psicología (general, cognitiva, del desarrollo, psicolingüística), la sociología (general, del conocimiento, sociolingüística), la lingüística, la retórica, la oratoria, el psicoanálisis, la semiología, que también se interesan por los fenómenos comunicacionales.

Si la extensión del campo excede los esfuerzos de una sola disciplina, dar cuenta de ese campo significa entonces que éste será atravesado por varios saberes. Tal es el diagnóstico de quienes plantean sus reservas en cuanto a la posibilidad de una ciencia de la comunicación, en la medida en que esto implica una megadisciplina. Con todo, la cosa cambia si en vez de reivindicar todos y cada uno de los procesos

comunicacionales, una determinada disciplina se ocupara "sólo" de lo que hay de original y decisivo en los procesos comunicacionales, a la luz de las transformaciones producidas por la modernidad (y en cierta forma, quizá poco reflexiva, esto es lo que ya hace una franca mayoría de los estudios en comunicación, que rara vez abordan procesos comunicacionales que no sean los del siglo XX).

En síntesis, para este paradigma de análisis, las nuevas prácticas comunicacionales se convierten en el centro que explica tanto al objeto como a la disciplina. Porque ya no se trata de dar cuenta de un campo descomunal, cuya extensión no podría ser cubierta sino por la filosofía o por el conjunto de las ciencias del hombre. Son exactamente esos procesos comunicacionales, bien fechados, contextualizados en un determinado tipo de organización social y con especificidades propias, los que tienen en el empleo de los medios de comunicación su expresión más constante y evidente, los que se convierten en el objeto de estudio de una ciencia particular: la comunicación.

Referencias

- Amado Lévy-Valensi, Eliane (1967). *La communication*, PUF, París.
- Canguilhem, Georges (s.f.) *Ideologia e racionalismo nas ciências da vida*, Edições 70, Lisboa.
- Chalmers, Alan Francis (1996). *O que é a ciência afinal?*, Brasiliense, São Paulo (en español: *¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Una valoración de la naturaleza y el estatuto de la ciencia y sus métodos*, Siglo XXI, México, 1982).
- Fuentes Navarro, Raúl (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación en comunicación en México*, ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Martino, Luiz C. (1998). "Interdisciplinariedade e objeto de estudo da comunicação", en *Anais do XXI Congresso da Intercom*, Recife.
- Meyerson, Ignace (1995). *Les fonctions psychologiques et les oeuvres*, Albin Michel, París.
- Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (1990). *Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico*, Loyola, São Paulo.
- Veyne, Paul (1982). "Foucault revoluciona a história", en *Como se escreve a história*, Universidad de Brasília, Brasília (en español: *Cómo se escribe la historia. Foucault revoluciona la historia*, Alianza, Madrid, 1984).