
Rafael Reséndiz*

*¿LAS CIENCIAS DE LA
COMUNICACION EN CRISIS?*

Para poder responder a la pregunta que intitula esta reflexión sería necesario partir del supuesto de que el estudio y la investigación en comunicación se originó en una situación de proyección teórica y metodológica, lo cual es totalmente falso. Las llamadas "ciencias de la comunicación" nacieron en crisis y así se han "desarrollado". Esto, por la simple razón de que el estudio de los fenómenos y procesos de comunicación no obedece a la constitución de un modelo científico, sino a la simple reflexión causal sobre los efectos de fenómenos particulares que conforman el entorno social del hombre en sociedad. Además, el objeto de estudio de esta disciplina, aunque parezca específico, no lo es, pues está permeado por las diferentes perspectivas y enfoques que ofrecen las ciencias sociales en general.

Desde la fundación administrativa de las ciencias de la información o la comunicación en América Latina, en 1965, y gracias a la intervención de la OEA, la UNESCO y la Fundación Ford, vía el CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, con sede en Quito, Ecuador), y cuyos tres primeros seminarios que se desarrollaron en San José, México y São Paulo, recomendaron las líneas a seguir en las carreras de periodismo y comunicación de Latinoamérica, el estudio, la enseñanza y la investigación en comunicación tomó horizontes bien definidos que hoy todavía se padecen.¹

* Profesor adscrito a la División de Estudios de Posgrado de la FCPyS-UNAM.

¹ Cfr. Jiménez Méndez, José E., *Las ciencias de la comunicación en América Latina*. TICOM, UAM-X, 1982, No. 13, pp. 77 y ss.

CIESPAL fue el creador administrativo y continental de las ciencias de la información, y básicamente recomendó la “modernización” de la enseñanza del periodismo, que hasta entonces tenía en esencia una formación literaria, por la creación de planes y programas de estudio que contemplaran la enseñanza y la investigación de los medios de comunicación y la cultura de masas, a partir de la irrupción de los modernos medios de comunicación (prensa, radio, cine, televisión e impresos).

Invariablemente, y casi al pie de la letra, las escuelas de periodismo del continente modificaron sus planes y sus proyectos académicos para poder abordar el fenómeno de la comunicación y la cultura que se iba gestando a partir de las modalidades de comunicación existentes y del impacto que se creía generaban.

Cabe mencionar que las orientaciones de CIESPAL respondían a una lógica de expansión del capitalismo en donde latinoamérica irrumpían ampliamente las tecnologías y la ideología de la metrópoli, que había decidido en aquel entonces —según Herbert I. Schiller—² considerar, dentro de su estrategia expansionista, el factor ideologizante a través de los medios de comunicación. Había, en consecuencia, que buscar la forma de orientar la enseñanza de los futuros comunicadores y comunicólogos. Nada mejor que orientar la profesionalización en las universidades.

Quizá por esta razón la teoría y los enfoques para la incipiente investigación latinoamericana de aquellos años consistía en la transposición de la denominada *communication recherche*, derivada de los estudios mecanicistas y funcionales propios del organicismo y del conductismo, que a lo máximo incorporó la llamada “investigación crítica” de la comunicación, consistente ya no sólo en el estudio cuantitativo del impacto y los efectos de los medios, sino en describir el contexto de los emisores y los receptores.³

No es sino hasta finales de los años sesenta y principios de los setenta, cuando nuevas perspectivas en el estudio de la comunicación permitieron rescatar paradigmas desdeñados por la *communication recherche* o investigación administrativa y la investigación crítica. El estudio de la teoría de la ideología, adaptado a los fenómenos de comunicación en la sociedad de masas, rescató el proyecto filosófico, psicosociológico y político de la denominada Escuela de Frankfurt, e incorporó el estudio marxista de la mercancía al estudio de los procesos de comunicación.

Casi paralelamente, el impacto que había provocado en Europa el de-

² Cfr. Schiller, Herbert I., *Comunicación de masas e imperialismo Yanqui*, Barcelona, Edit. Gustavo Gilli, Col. Punto y línea, 1977.

³ Gerbner, George *et al.*, “Toward cultural indicators: the analysis of mass mediated public message systems”, en *The analysis of communication content. Developments in scientific theories and computer techniques*, Nueva York, John Wile and sons Inc., 1969.

sarrollo de la lingüística y la antropología estructurales (Saussure y Levi-Strauss, respectivamente), con la consecuente aparición de sus métodos de análisis, permitieron desarrollar otro nuevo enfoque para el estudio de los fenómenos de comunicación y cultura: el estructuralismo.

Con estos dos nuevos parámetros de reflexión que se anexaban al de la *communication recherche*, quedaba constituida la “triada” que, para bien o para mal, conformó los marcos de referencia teóricos y metodológicos para la enseñanza y la investigación en comunicación y cultura de masas.

Así, funcionalismo, estructuralismo y marxismo definieron los espacios docentes y de investigación que en muchos casos se convirtieron en frentes de batalla intelectual e ideológico al interior de los espacios académicos. Si bien es cierto que a partir de lo anterior se generaron debates prolíficos, también hay que reconocer que provocaron escasa productividad a nivel de investigación (al menos en la UNAM), salvo aquella referida específicamente a los trabajos terminales en licenciatura e in-existentes en aquel entonces a nivel de posgrado.

Dentro de esos tres “paradigmas” se pretendía vertir los estudios en comunicación e incluso se quería justificar la existencia de estos espacios; paradójicamente, a partir del modelo de Lasswell que, como el de la *Retórica* de Aristóteles, exponía los componentes de todo proceso comunicacional:

quién (el emisor), dijo qué (el mensaje), a quién (el receptor) y con qué efectos.

Tomando como referencia este esquema, se decía que la *communication recherche* se abocaba al estudio cuantitativo de los efectos y de los mensajes y se pretendía explicar que el enfoque marxista analizaba el papel socioeconómico e ideológico de los emisores, mientras que el estructuralismo estudiaba los mensajes y sus públicos, desde una perspectiva culturalista.

La verdad es que este esquematismo no derivó sino en un encajonamiento simplista y casi grotesco del estudio de la comunicación y la cultura. Pero eso no fue lo peor. La enseñanza de la comunicación, es decir, los planes y programas de estudio, adolecieron también de este esquematismo.

Hoy día, con la aparición de innumerables escuelas de comunicación en México y Latinoamérica (en nuestro país hay más de setenta, de las cuales casi treinta y cinco están en el área metropolitana), la formación de comunicadores y comunicólogos responde a esta tríada. Es de todos conocido que el análisis materialista histórico de los medios no se enseña a

profundidad con los planteamientos de Paulo Freire y la investigación crítica norteamericana; mientras que en las universidades públicas, donde impera todavía la libertad de cátedra, se trata de no confundir a los estudiantes con el estudio de los tres enfoques.

Lo anterior condujo, en un momento dado, a plantear una hipótesis que en aquel entonces sonaba sensata:

La orientación de las escuelas de comunicación en México y América Latina se define a partir de la dinámica sociopolítica e ideológica que se establece entre los grupos en pugna por el poder político y económico, en donde el ejercicio de la comunicación y el uso de los medios resulta primordial. Ante esto, dos serían las orientaciones predominantes de las escuelas de comunicación y la investigación que en ellas se realiza:

1. La demócrata-cristiana, con el apoyo de la Democracia Cristiana Internacional, que conjuga tanto sectores liberales como ultraconservadores, la mayoría de las veces participando en las universidades privadas y donde la formación, además de acrítica, es tecnocrática y preñada por un humanismo burgués.

2. La tradicionalmente laica y liberal, con la bandera de la autonomía universitaria que, ciertamente, conjuga también sectores progresistas y reaccionarios, cuya participación se desarrolla básicamente en universidades públicas o estatales y donde se tiende a una formación científico-crítica y humanística.

Pero, si bien es cierto que los “enfoques” funcionalista, estructuralista y marxista condicionaron planes y programas de estudio, hay que reconocer que en México y América Latina existieron, a lo largo de las dos décadas pasadas, aportaciones interesantes para el estudio de la comunicación. No obstante, reconocer estas aportaciones, es necesario mencionar el nivel de dependencia intelectual de los investigadores en comunicación en relación a marcos conceptuales provenientes de diferentes esferas socioculturales ajenas a nuestro contexto; como también hay que reconocer que el nivel de las investigaciones continúa dentro de una esfera propiamente descriptiva y a lo más funcional, sin llegar todavía a abstraer y formular planteamientos o modelos teóricos que coadyuven a la formulación de una verdadera teoría de la comunicación propia para la explicación de los fenómenos y los procesos de comunicación nacionales y continentales.

En sus análisis empíricos y generalmente cuantitativos la *communication research* derivó hipótesis de trabajo aún vigentes para el estudio de los efectos de los *media*. Las aportaciones de Lasswell, Lazarsfeld, Berelson, Berlo, Schramm, Hovland, etc., fueron determinantes para el desarrollo de la investigación empírica; así como la evolución de un análisis de contenido más acabado y distante de aquél meramente “sistemá-

tico, objetivo y cuantitativo” iniciado por Berelson; tal es el caso de los trabajos de Alexander George, George Ackerman, Ole R. Holsti, Daniel Danielson y George Gerbner, co-fundador éste de la denominada “investigación crítica” de la comunicación y del estudio de los sistemas institucionalizados de mensajes.

Cabe añadir, dentro del mismo contexto, pero no dentro del mismo enfoque, a los herederos de la Escuela de Frankfurt, que también radicaron en los Estados Unidos, como Leo Lowenthal y Siegfried Kracauer, cuya dimensión antropológica, psicoanalítica y cultural enriquecieron la investigación en comunicación norteamericana.

Por otro lado, hay que señalar un hito en el estudio de los medios: McLuhan. El revuelo y el impacto que provocó su “teoría hipodérmica” (los medios como las extensiones del hombre) lo llevaron a ser considerado como el “profeta de la comunicación”. Denostado por estructuralistas y marxistas, y rehuyendo siempre el debate, McLuhan pasó a mejor vida intelectual, pero debemos reconocer que la “aldea planetaria” por él profetizada es hoy, gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación, una realidad.

El estructuralismo europeo aportó, por su lado, un rasgo muy importante para el estudio del contexto de los mensajes y los medios: la categoría de *cultura de masas*. Dos fueron las vertientes por las cuales se abordó este problema:

- a) el estudio de los mensajes en tanto que productos culturales, vistos desde una perspectiva semiótica o semiológica;
- b) el estudio del circuito de la cultura de masas (productores, mediadores y consumidores de esa cultura).

Quién no ha oído hablar hoy día de Umberto Eco, quien antes de ser novelista fue ensayista y teórico de la comunicación. El *Tratado de semiótica* [1976] fue, en su momento, el producto más acabado de una sistematización para la elaboración de una teoría de la comunicación y de la significación, muy próximo a lo que podría considerarse como lineamientos para el análisis de la cultura. Abraham Moles, quien de la teoría matemática de la información desarrolló una teoría de la percepción estética y una aportación para entender la sociodinámica de la cultura, llega hasta hoy a una microfísica de la vida cotidiana que alimenta su proyecto ecológico comunicacional iniciado en los años sesenta.

Sin que se le ubique dentro del estructuralismo europeo, Edgar Morin sentó las bases para construir un discurso postmodernista sobre la comunicación, los medios y sus mensajes. El Freud y el Marx insertos en Adorno y Horkheimer son retomados por Morin para analizar la cultura de masas y los productos simbólicos ahí generados. La identificación-proyección-transferencia de los mitos del espectador se conjugan con

los mitos que generan los medios de comunicación y sus mensajes. Ahí radica el éxito de la cultura de masas o, al menos, ahí se justifican los arquetipos de la sociedad contemporánea.

Finalmente, el marxismo y su larga tradición en el estudio de la ideología produjo frutos intelectuales muy prolíficos en la discusión de los medios y la cultura de masas, dentro de los circuitos académicos latinoamericanos. Pero no fue sino el discurso de los miembros de la Escuela de Frankfurt el que planteó la gran inquietud a partir de su "teoría crítica", de su dialéctica negativa y de la categoría de industria cultural. Circunscritos en su contexto de *intelligenza* europea residente en los Estados Unidos, Adorno y Horkheimer plantearon el problema fundamental de la masificación, la estandarización y la pérdida de la identidad en la sociedad de masas, gracias a la industria cultural ahí generada; esto es el antecedente del *hombre unidimensional* de Marcuse. La cultura es producida masivamente como cualquier otra mercancía; el arte ha perdido su función estética y la barbarie reina hoy en la sociedad.

En América Latina, la teoría marxista de la ideología y las tesis de los miembros destacados de la Escuela de Frankfurt dejaron una secuela cuya orientación perdura hasta hoy día. De igual manera, el redescubrimiento de Gramsci ha permitido a ciertos investigadores académicos elaborar toda una reflexión teórica sobre el papel de los medios y el Estado, no sólo en México sino en América Latina. El Estado ampliado; la legitimación a través de la comunicación; las culturas subalternas frente a la cultura hegemónica, son categorías imprescindibles para el estudio gramsciano de la comunicación.⁴

No obstante la riqueza de los enfoques, cada uno con sus particularidades, la crisis de las ciencias de la comunicación es más evidente que nunca. Quizá porque al parecer su objeto de estudio puede ser definido (lo cual también es discutible), la manera de describirlo, de analizarlo y de interpretarlo no se ha podido realizar sino a partir de infinidad de disciplinas sociales: la sociología, la antropología, la economía, la politología, la historia, la economía, el psicoanálisis y la psicología, la lingüística y la semiótica, etc. Quizá por ello la indefinición de su nombre, "ciencias de la comunicación", acuerde tácitamente que las disciplinas mencionadas constituyen las verdaderas ciencias de la comunicación.

Circunscritas en la crisis económica e ideológica de Latinoamérica, la enseñanza y la investigación de la comunicación, que por cierto se desarrolla básicamente en centros académicos, sigue dependiendo en gran medida de esquemas teóricos ligados a los enfoques funcionalista, estruc-

⁴ Cfr. Esteinou Madrid, J. y Rothsuh Villanueva, Guillermo, Tesis de Maestría, DEP. FCPS, UNAM, 1987.

turalista y marxista. Probablemente el discurso de la “nueva racionalidad” que nos ofrece la postmodernidad intelectual pueda provocar una bocanada de aire fresco a esto que podría entenderse como un callejón sin salida.

A pesar de todo, en sus diferentes momentos los investigadores han pretendido estar al día en sus procesos de reflexión teórica. Ya sea a la luz de Lazarsfeld o McLuhan, de Marx o de Adorno, de Freud o de Gramsci, de Raymond Williams o de Habermas, las investigaciones han querido encontrar una explicación seria y fundamental al estudio de los fenómenos de comunicación y la cultura de masas en el subcontinente latinoamericano.

Sin embargo, ha habido aportaciones interesantes y originales. Cabe destacar las propuestas humanistas de Pasquali a mediados de los años sesenta, hasta las leninistas de Ludovico Silva diez años después, no sin olvidar los democristianos-socialistas de Paulo Freire. Hay que mencionar al belga Mattelart, cuyos primeros análisis deambularon entre el empirismo cuantitativo y el materialismo histórico [*Para leer al Pato Donald*, por ejemplo], además de que dejó escuela a raíz de su simpatía y probable participación en el gobierno de la Unidad Popular.

Dentro de esas aportaciones cabría mencionar el trabajo reflexivo, propositivo y práctico de lo que a mi juicio es el mayor acercamiento a una teorización en comunicación propiamente latinoamericana: la denominada *comunicación alternativa*, algunos de cuyos principales promotores han pasado por esta Facultad: Máximo Simpson y Armando Cassigoli. Los “alternativistas” estuvieron muy cerca de elaborar una corriente latinoamericana para el estudio de la comunicación, quizá porque estaban teorizando sobre nuestra propia realidad. Otro enfoque, probablemente más antropologizado, es el que actualmente desarrolla Jesús Martín Barbero, influenciado, en su esencia, por los estudios culturalista de Raymond Williams, Alan Swingewood y Daniel Bell.⁵

A partir de la reflexión anterior, algunas hipótesis a propósito de la crisis de las ciencias de la comunicación parecen sugerentes e incluso dignas de mencionarse. Por ejemplo:

1. No se puede decir que las llamadas “ciencias de la comunicación” estén en crisis, pues en ella nacieron y así siempre han permanecido. La razón de lo anterior se fundamenta en la dificultad –casi imposibilidad– que tiene esta disciplina para conformar un marco conceptual propio a partir del cual pueda abordar su objeto de estudio. Al no tener marco

⁵ Cfr. Williams, Raymond, *Culture and society*, Londres, 1965. Swingewood, Alan, *El mito de la cultura de masas*, México, Premia Edit., 1979; Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza Edit., 1985.

conceptual y tener que recurrir al de otras disciplinas, las “ciencias de la comunicación”, como tales, no existen.

Si bien la comunicación es un conjunto de fenómenos y procesos sociales, grupales e individuales, su estudio no se ha desarrollado a partir de una teoría particular, y mucho menos ha sido posible construir una meta-teoría propia para el análisis de estos fenómenos. Al contrario, las llamadas “ciencias de la comunicación” han tenido que recurrir a modelos disímbolos para explicar los fenómenos que a ella le competen, como los provenientes de la biología, la físico-matemática, hasta la filosofía y la lingüística, pasando por la sociología, la politología, la economía, la antropología, etc.

2. El surgimiento de la investigación en comunicación aparece más como una necesidad refuncionalizadora de los procesos y los fenómenos propios de la sociedad de masas, que como la búsqueda de alternativas para explicar, entender, teorizar y resolver problemas que los mismos medios de comunicación y la cultura de masas generan y resemantizan.

Si bien el origen de los famosos “esquemas” propios de la teoría norteamericana parten de la *retórica* aristotélica, la verdad es que fue a partir de la cibernética que se elaboró un primer modelo acabado para explicar —a partir de la teoría matemática— el flujo de información y los componentes de todo proceso comunicacional. Ello, al menos dentro del campo que las “ciencias de la comunicación” consideraron tradicionalmente como propio. Curiosamente, este modelo matemático-informacional de Shannon y Weaver coincide en gran medida con aquél planteado por el modelo lingüístico de la comunicación de Roman Jakobson quien, a diferencia de los primeros, definió las funciones propias de cada uno de estos componentes del proceso de la interacción a partir de los usos del lenguaje.

3. El avance y desarrollo de la investigación en comunicación, al menos de aquella que se desarrolla fuera de los círculos académicos, se ha enmarcado dentro de una concepción meramente empírica y cuantitativa para fortalecer la eficacia de los mensajes en áreas estratégicas para la expansión del capitalismo: publicidad, propaganda política, estrategia militar, nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

4. Actualmente los esfuerzos por desarrollar una verdadera teoría de la comunicación están completamente apartados de lo que tradicionalmente se ha enseñado e investigado en “ciencias de la comunicación”, e incluso fuera de la dinámica esquematizadora de los enfoques tradicionales (marxismo, estructuralismo y funcionalismo) tal y como se les ha venido concibiendo. Podría, a manera de un intento probablemente discutible, ubicárseles de la siguiente manera:

- la pragmática anglosajona: los actos del discurso tal y como lo concibieron Austin y Searle.
- la lingüística contemporánea y la nueva racionalidad: la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas.
- la microfísica de la vida cotidiana, de Abraham Moles.
- la semiótica europea: la semiótica de la acción y la semiótica de la manipulación, como parte de una teoría de la significación, de A.J. Greimas y, por otro lado, la teoría de los códigos y de la producción de signos, de Umberto Eco.

Como puede observarse, el camino de la investigación en comunicación ha sido de un permanente diletantismo intelectual. Esto se debe –quizá– a la carencia absoluta de un planteamiento teórico y filosófico consistente desde el surgimiento académico y administrativo de la propia disciplina. Quizá por ello la enseñanza y el estudio de las ciencias de la comunicación en los círculos universitarios tienda en la actualidad, como en sus inicios lo sugiriera CIESPAL, a responder a una lógica eficientista e instrumental de formación de cuadros que respondan al uso y acción de los medios de comunicación y la cultura de masas, más que al conocimiento crítico y analítico de los mismos. Al parecer, una vez más, las leyes del mercado se imponen a las leyes de conocimiento científico.