



REFLEXIÓN SOBRE EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN ARGENTINA REFLECTION ABOUT ACADEMIC FIELD OF SOCIAL COMMUNICATION IN ARGENTINA

María Laura Schaufler *

RESUMEN

El ensayo realiza un pasaje por algunos debates acerca de la conformación del campo de estudios de la comunicación social, los desarrollos en Estados Unidos y Europa, las recepciones y producciones en Latinoamérica y su institucionalización en Argentina. En este sentido, recorre las posiciones teórico-metodológicas que han hegemonizado las discusiones del campo, así como las disputas por disciplinar un área heterogénea de estudios.

La configuración del campo de la Comunicación Social se ha constituido de manera inter-transdisciplinar, implicada en la transformación de la jerarquización disciplinar, basada en la especificidad y unidad del objeto de 'la ciencia'. La propia noción de "campo disciplinario" no proviene de la epistemología, sino de la sociología de la ciencia. Ubicar en este marco a la comunicación social implica una definición de la especificidad de los estudios de comunicación por vía de condiciones sociales e institucionales.

El artículo se enmarca en el Proyecto de Investigación y Desarrollo "Las prácticas en los itinerarios de formación y en las experiencias laborales del comunicador social" de la Facultad de Ciencias de la Educación, de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina. Tiene por objetivo relevar los diferentes sentidos de las prácticas, profesionales y académicas, que se juegan en el campo de la Comunicación Social.

Palabras clave: comunicación social, campo de estudio, disputas disciplinares, comunicación en Argentina.

Recibido: Junio 24, 2014 - Aceptado: Julio 8, 2014

SUMMARY

The essay takes a passage by some debates about the formation of the field of study of social communication, developments in the US and Europe, and reception and production in Latin America and its institutionalization in Argentina. In this sense, it covers the theoretical-methodological positions that have hegemonized field discussions and disputes to discipline a heterogeneous field of study.

The configuration of the field of Social Communication has become inter-disciplinary way, involved in the transformation of the hierarchical discipline, based on the specificity and unity of the object of 'science'. The notion of "disciplinary field" doesn't come from epistemology, but the sociology of science. Locate in this framework to the social communication involves a definition of the specificity of communication studies by way of social and institutional conditions.

The article is part of the Research and Development Project "Practices in the itineraries of training and work experiences of social communicator" of the Faculty of Education Sciences, of University Nacional de Entre Ríos, Argentina. It aims to collect the different senses of the internship, professional and academic, who stakes in the field of Social Communication.

Keywords: social communication, field of study, disciplinary disputes, communication in Argentina.

Received: June 24, 2014 - Accepted: July 8, 2014

* Doctoranda en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario. Argentina. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Docente Investigadora. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. Becaria Doctoral Tipo 2 - Consejo de Investigaciones Científicas y Técnicas-CONICET - Centro de Investigaciones en Mediatizaciones - CIM, Universidad Nacional de Rosario. Email: mlaura31@gmail.com

*PhD student in Social Communication, University Nacional of Rosario. Argentina. Degree in Social Communication from the University Nacional of Entre Ríos. Teaching Research. Faculty of Education Sciences, University Nacional of Entre Ríos. Doctoral Fellow Type 2 - Council of Scientific and Technical Research CONICET - Research Center mediations - CIM, University Nacional of Rosario. Email: mlaura31@gmail.com



INTRODUCCIÓN

El artículo se enmarca en el Proyecto de Investigación y Desarrollo *“Las prácticas en los itinerarios de formación y en las experiencias laborales del comunicador social”*[1]. Pretende recuperar las referencias a las prácticas, tanto en el recorrido de formación como en el campo profesional del comunicador social. Se trata de un cruce interdisciplinario entre las Ciencias de la Educación y la Comunicación Social, con un equipo de docentes y estudiantes de ambos campos.

La indagación de los sentidos de las prácticas se centra en las realizadas por los profesionales de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos, en la zona de Paraná y Santa Fe, ambas capitales provinciales, linderas, a escasos kilómetros, separadas por el río Paraná. Asimismo, pretende analizar las prácticas en el itinerario de formación de los estudiantes según las orientaciones de la tecnicatura, las licenciaturas y profesorado en Comunicación Social.

El relevamiento de las significaciones de las prácticas apunta a profundizar en las relaciones que se juegan entre saberes, lenguajes, constricciones institucionales, particularidades locales que intervienen o inciden y singularizan las prácticas en comunicación social. Se parte del presupuesto de que tales configuraciones de sentidos se encuentran atravesadas por las significaciones imaginarias y simbólicas en relación a las condiciones socio-económicas, políticas, culturales, institucionales y tecnológicas variables; la estructuración curricular y las variaciones y posiciones que singularizan los enfoques de las cátedras y la relación entre los itinerarios académicos, laborales y las opciones individuales de los estudiantes; las inserciones profesionales en las que intervienen requerimientos particulares -empresariales, tecnológicas, relaciones con las audiencias, destinatarios- y según la especificidad de los lenguajes y las apuestas políticas y éticas de la comunicación.

Estas diferencias están atravesadas por la propia configuración del campo de la comunicación social, las discusiones sobre

su ‘identidad’, la distinción y relación entre el “campo académico” y los “diferentes perfiles profesionales”; su vinculación con las Ciencias Sociales y los diferentes objetos de estudio y enfoques que hacen imposible una definición unívoca. La especificidad del campo se encuentra históricamente tensionada por la convergencia y diversidad de articulaciones teóricas y las vertiginosas transformaciones tecnológicas que conllevan cambios profundos en las prácticas y requerirían repensar la relación tradicional teoría -aplicación, teoría - práctica, y la significación de sus términos.

En este artículo se hace el planteamiento conceptual de las disputas teórico-metodológicas del campo de la comunicación social en general y en especial en Argentina.

1. TRADICIONES CONFLUYENTES

Si hablamos de la configuración del campo de la Comunicación Social, debemos decir que la propia noción de “campo disciplinario” no proviene de la epistemología, sino de la sociología de la ciencia (Bourdieu, et.al., 1975). Ubicar en este marco a la comunicación social implica una definición de la especificidad de los estudios de comunicación por vía de condiciones sociales e institucionales (Sandoval, 2013). Los estudios de la comunicación se han desarrollado nutriéndose de otros y heterogéneos campos de estudios, por tanto, como campo, la comunicación no cuenta con modalidades teórico-metodológicas exclusivas y que no puedan encontrarse en otras ciencias sociales. Es por esta razón, que la comunicación social desmiente en sí misma y con más fuerza que las otras ciencias sociales, la afirmación empirista ingenua según la cual las llamadas disciplinas, se caracterizan por el monismo de una teoría, un objeto y un método.

Desde una perspectiva kuhniana podemos decir que las disciplinas tradicionales que cuentan con una historia institucional para haber logrado el consenso necesario, son capaces de trazar tales fronteras disciplinares, que son a la vez fronteras políticas. La propia heterogeneidad del campo de estudios de la comunicación social hace que las fronteras paradigmáticas sean, al menos, borrosas. Sus tradiciones



de estudios han sido transdisciplinarias por definición. Si bien, la comunicación es un problema antiquísimo del cual tenemos noticia ya con Aristóteles y su “Retórica” -obra en la cual el autor desarrolla conceptos acerca de cómo el arte de hablar interviene en la persuasión del interlocutor respecto del otro, un típico problema teórico del campo de la comunicación-, lo que es joven, es la decisión político-académica de fundar un campo de estudio. Y esta fundación se ha realizado de una manera retroactiva, lo cual hace que la carrera tenga una tendencia a la enciclopedia.

Coexisten los aportes de la antropología, la etnografía, la sociología, los estudios culturales, la lingüística, la semiótica, la filosofía, entre otras. Aunque esta coexistencia ocurre en buena parte de las disciplinas de las ciencias sociales, en el caso de los estudios en comunicación la heterogeneidad ha sido constitutiva. Al mismo tiempo, las tradiciones y vertientes teóricas y metodológicas que concurrieron a su fundación como tal, provenían de distintas disciplinas. He aquí la transdisciplina resultante. Existe, por tanto, cierto pluralismo epistemológico y metodológico.

Ahora bien, no debemos olvidar la tendencia que ha intentado de manera diversa con el paso de cada década, disciplinar y normalizar el campo de estudios. En este sentido, es menester preguntarnos acerca de qué áreas de conocimientos y prácticas fueron ganando terreno, y en detrimento de qué otras. Para ello realizaremos un pasaje por las diversas tradiciones que confluyeron en la conformación del campo y las disputas teóricas-epistemológicas y metodológicas que han suscitado.

1.1 La preocupación por la comunicación de masas

Desde la década de 1920, la aparición de las tecnologías de comunicación de masas –prensa comercial, cine, radio, televisión–, habilitó un campo de estudios propio que paulatinamente fue ganando espacio dentro de las ciencias sociales.

La tradición de la llamada Mass Communication Research (en adelante, MCR) en Estados Unidos, que cabe considerarse como uno de los lugares de fundación del campo, constituyó por entonces un programa de investigación que congregaba investigadores de distintas corrientes teóricas, preocupados por los problemas de la comunicación masiva.

El desarrollo vigoroso de la MCR se dio fundamentalmente en los años 30 y los primeros años de la década del 40. Fue un punto de convergencia, en primer término, del conductismo y luego del funcionalismo. La hegemonía intelectual fue conductista, aunque nunca fue excluyente -pues ninguna hegemonía lo es-. La gran hipótesis que respaldaba la mayor parte de estas investigaciones era que los mensajes se entendían como estímulos que producían efectos. Se denominó “teoría de los efectos”. Cabe aclarar que estos nunca fueron entendidos como efectos “automáticos”, aunque posteriormente se haya difundido un sentido común académico que asignó a los investigadores conductistas de los años 30, la presuposición de una teoría de la manipulación bajo la supuesta hipótesis de la aguja hipodérmica [2].



Los conductistas tenían sin duda una mirada que hoy podemos comprender como un poco esquemática o incompleta, pero nunca supusieron un efecto directo que condicionaban a las audiencias en un necesario mismo sentido. Esta simplificación



es impensable desde la propia teoría, pues el conductismo supone una suerte de mediación para que se dé respuesta a un estímulo. Nunca se trata de una respuesta automática [3].

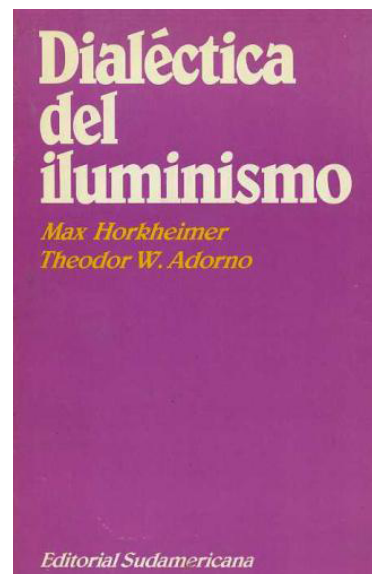
A fines de los años 40 y a lo largo de los 50 y 60 se inició un segundo momento teórico de la MCR donde los postulados conductistas perdieron fuerza explicativa-aunque siguieron operando-, para dar lugar a nuevas hipótesis que venían asociadas al funcionalismo. Convivían tendencias diversas dentro del mismo programa de investigación: tanto la que atendía a los efectos de los medios de comunicación sobre el comportamiento de los individuos, como la que estudiaba las funciones de los medios en la sociedad.

Fue entonces cuando Paul Lazarsfeld cobró un papel protagónico. Lazarsfeld produjo un cimbronazo en la historia interna de la MCR, al exponer, en una investigación conocida en español como *El pueblo elige* (1944), una variable que limitaba y daba forma a los efectos que suponían que tenían los mensajes sobre la audiencia. Esta variable tenía que ver con las relaciones interpersonales, con las influencias del tejido social en el que el miembro de la audiencia se involucraba o quería pertenecer. Matizada la ley del efecto mediático, se consolidaba entonces la teoría de los efectos limitados, que debilitaba las ideas acerca de la manipulación, si bien, el modelo comunicacional siguió comprendiéndose dentro de un esquema lineal [4], ya en los años 50, se incorporaron las teorías informáticas o cibernética y los primeros desarrollos del cognitivismo.

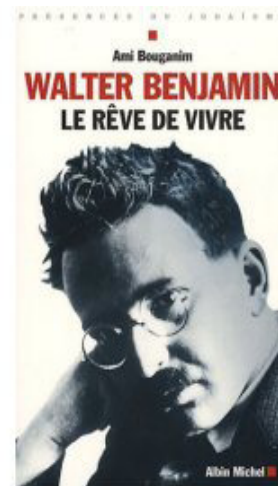
1.2 La crítica de la cultura

También en 1944 se publicaba una obra que marcaría los estudios de la comunicación y la cultura: *Dialéctica del Iluminismo*. Theodor Adorno y Max Horkheimer presentaban una contundente crítica al orden social y a la industria cultural. Esta tradición teórica posteriormente llamada como la Escuela de Frankfurt, influida por el marxismo y también el psicoanálisis, pensó, entre los 40 y los 60, los problemas de la cultura, y entre ellos, las industrias de los medios masivos. La Escuela de Frankfurt contribuyó a la formación de una tradición de pensamiento que, partiendo

de la crítica de la razón moderna, difundió la crítica de la industria cultural y la cultura de masas, caracterizadas por la eterna repetición de lo mismo y la reproducción del orden social.



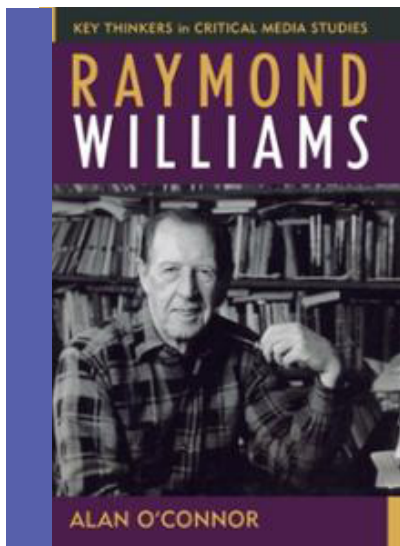
Las reflexiones acerca de la sociedad, la cultura y la política, el problema de la subjetividad y la conciencia, caracterizaron las preocupaciones de la teoría crítica. Muchos estudios acerca de la cultura de masas y la industria cultural continuaron esta línea teórica, ya conformada en una tradición de peso, compuesta también por los aportes principales de Herbert Marcuse, tangencialmente Walter Benjamin y posteriormente Jürgen Habermas.



Ya hacia 1960, se desarrolló en Inglaterra el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham. La primera generación de esta Escuela estuvo formada por Edward P. Thompson, Raymond Williams y Richard Hoggart. A fines de la década se sumó otro



miembro al grupo que pronto asumió una posición protagónica: Stuart Hall. Desde la mirada de estos autores, autoproclamados marxistas de la Nueva Izquierda -*New Left*- de Inglaterra, opositora al Partido Comunista Inglés y al Stalinismo, los problemas de la cultura tenían un peso muy importante en la historia social y política. Sin embargo, advertían que el marxismo carecía de un desarrollo en torno a una teoría de lo cultural.



La tradición marxista, por tanto, debía nutrirse de elementos teóricos para poder entender los procesos culturales (Williams, 1980). Fundados en la recuperación de autores de corte marxista como Louis Althusser, Antonio Gramsci, Valentín Voloshinov, Roland Barthes, entre otros, los Estudios Culturales procuraban evitar caer en los determinismos propios del marxismo ortodoxo.

Estos Estudios fueron representativos de un momento relevante de la investigación en comunicación. Con la entrada de la semiótica en la mirada teórica, la relación entre los medios de comunicación y las audiencias comenzó a indagarse en torno a la circulación del sentido, lo cual supuso un horizonte de visibilidad muy distinto de aquel que trataba de medir los comportamientos y protocolizar las regularidades en relación a los “efectos”[5].

1.3 Culturalismos y Latinoamérica como contexto

En los 80 y 90, con el auge del pensamiento posmodernista se difundió una mirada reduccionista de los estudios de comunicación de décadas anteriores, asociados a las hipótesis de la manipulación. Devenida un sentido común académico, desde una perspectiva evolucionista, esta postura criticaba la inocencia e infantilidad de aquellas teorías [6]. Tal es el caso de David Victoroff que a fines de los 70 escribía:

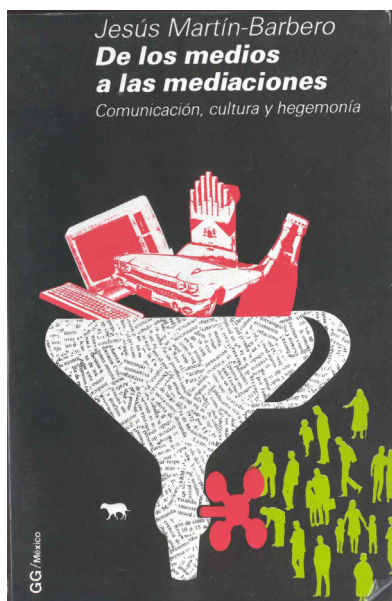
“En suma, hoy distamos mucho de la idea que se apresuraron a propalar ciertos ensayistas de los años sesenta, según la cual habría una publicidad omnipotente capaz de adecuar el consumo a su modo, de crear toda clase de necesidades y de lograr la venta de cualquier cosa. A la luz de recientes trabajos, descubrimos unos efectos de la publicidad mucho más circunscritos, más modestos y también más equívocos” (Victoroff, 1985: 23).

Victoroff retoma la cuestión de los efectos postulada varias décadas atrás. Podemos discutirle al autor que la idea de una publicidad omnipotente, si es que existió en estos términos, lo hizo en las primeras décadas del siglo XX, antes de las reformulaciones de la MCR.





La noción de omnipotencia -que podría ligarse a la idea de la “aguja hipodérmica”- quizá tampoco haya sido sistematizada en una teoría. Más bien se creía en una cierta influencia por parte, sobre todo, de la propaganda; idea que dista bastante de pensar la publicidad como omnipotente. A fines de la década del 70, cuando Victoroff publicaba esta obra, no eran recientes los trabajos que cuestionaron las hipótesis de los poderosos efectos del mensaje mediático sobre la audiencia [7]. Como vimos, tras la investigación de Lazarsfeld en la década del cuarenta, se difundió, dentro de aquella tradición teórica, la noción de efectos limitados. Con el auge de los Estudios Culturales, los medios de masas fueron perdiendo centralidad como objeto de análisis y los estudios de comunicación se convirtieron, en gran parte, en estudios de la cultura. En esta etapa se popularizó en la academia el slogan que proponía “el paso de los medios a las mediaciones” (Diviani, 2010).



Esta corriente de estudios tuvo como obras paradigmáticas a *De los medios a las mediaciones* (1987) de Jesús Martín-Barbero y *Culturas Híbridas* (1990) de Néstor García Canclini. Martín-Barbero sistematizó esta perspectiva:

“Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevo, en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política, y

en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo -los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación-, sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave la comprensión de su naturaleza comunicativa.

Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también. Es en el cruce de esas dos líneas de renovación -la que viene a inscribir la cuestión al interior de lo político y la comunicación en la cultura- donde aparece en todo su espesor el desafío que representa la industria cultural” (Martín-Barbero; 1987: 228).

1.4 Tecnologismos y fascinación

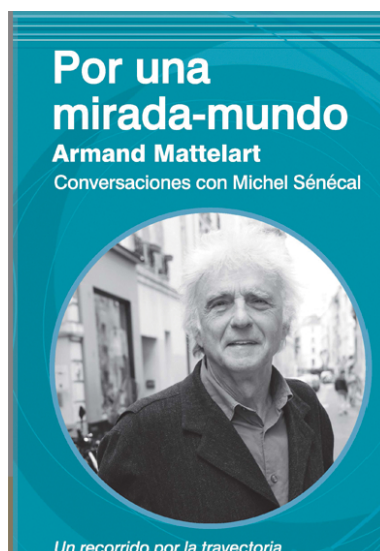
Aunque los estudios de las “nuevas tecnologías de la comunicación” puedan remontarse a las investigaciones de la *Mass Communication Research* en relación a los efectos de las por entonces nuevas tecnologías -sobre todo la radio-, en la actualidad los estudios de comunicación y tecnologías se han desarrollado y multiplicado intensamente.

Los órdenes teóricos y metodológicos en el campo de la comunicación social se han ido desarrollando, tanto por la incorporación de matrices teóricas y metodológicas de diversas ciencias sociales y de las humanidades, por el interés político por ciertas problemáticas específicas e históricas, como por la aparición y desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación, que con sus características particulares han ido generando nuevas modalidades de relación entre los medios y el público y trastocando aquellos órdenes teóricos y metodológicos.



Como sucedió con la prensa a principios del siglo XX, la radio en los 20, la televisión en los 60, los incipientes estudios se hallaron muchas veces cooptados por una mirada aplicada al mercado, desde las visiones del marketing y la tecnofilia, la fascinación tecnológica (o su reverso, la tecnofobia). La tendencia a pensar la comunicación de modo instrumental en términos de gestión y marketing se remonta a los años 60, cuando este concepto se extendió por el mundo de los negocios, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial. Una concepción teleológica apoyada en la concepción ingenua de que “todo se comunica”, implicó el auge de un enfoque instrumental que apuesta al dominio de las herramientas como única vertiente que garantiza la eficacia de la comunicación. Al respecto, ha sostenido Armand Mattelart (1990):

“La sociedad del marketing -término que designa, según estos autores, a nuestra sociedad contemporánea- corresponde a un modelo cibernético de organización de las relaciones sociales. A ejemplo de la vieja filosofía del sofisma, el marketing y su proyección en la sociedad están regidos por el empirismo como método, por la retórica como medio y por el pragmatismo como finalidad” (Mattelart, 1990: 120, 121).



En la actualidad, una cierta tendencia a analizar las providencias de las nuevas tecnologías, los nuevos dispositivos, las redes sociales en relación a la construcción colaborativa de conocimientos, o las llamadas comunidades creativas, convive con una tendencia a desestimar la teoría crítica en los estudios de comunicación. El concepto de industria cultural ha perdido en muchos estudios su valor crítico, para asociarse a las famosas “industrias creativas”.

En este punto, como plantea Susana Frutos (2003), parece insoslayable retomar la cuestión de los lenguajes y la especificidad de los estudios sobre comunicación para abordar los nuevos escenarios vinculados al uso de los “TIC”, las redes sociales y la conectividad, y evitar caer en un determinismo tecnológico.

2. LOSESTUDIOSDECOMUNICACIÓN EN ARGENTINA

En Argentina, la formación de los estudios de comunicación se dio entre los años 60 y 70. En un campo intelectual atravesado por una dimensión fuertemente política (Gilman, 2003), en la época se gestaron líneas de investigación ligadas al problema de lo ideológico, lo político y los medios de comunicación de masas.

La convergencia de un proceso de modernización y renovación cultural, la aparición de un núcleo nuevo de intelectuales de izquierda y la radicalización política, constituyeron las condiciones de emergencia de un incipiente campo de estudios de la comunicación. (Diviani, 2010) Héctor Schmucler, Armand Mattelart, Aníbal Ford, Heriberto Muraro, Oscar Masotta, Oscar Steimberg y Jorge Rivera, fueron exponentes de este desplazamiento de las **inquietudes literarias o psicosociológicas** de la conducta hacia el interés por ciertos “artefactos” culturales relacionados a los medios masivos y los productos simbólicos denominados populares y de masas.

En torno a la televisión, que era la tecnología de la comunicación de masas en auge en aquel momento, se desarrolló una perspectiva bastante apocalíptica que la asociaba a la cultura norteamericana, entendida como sinónimo de la cultura de masas y opuesta



a la cultura nacional, relacionada al arte o a una cultura popular auténtica (Varela, 2005). Juzgada como mediocre, la cultura de masas parecía exigir una toma de posición por parte de los intelectuales del campo cultural, “así como la búsqueda de caminos alternativos o directamente oposicionales a los medios de comunicación” (Varela, 2005: 212).

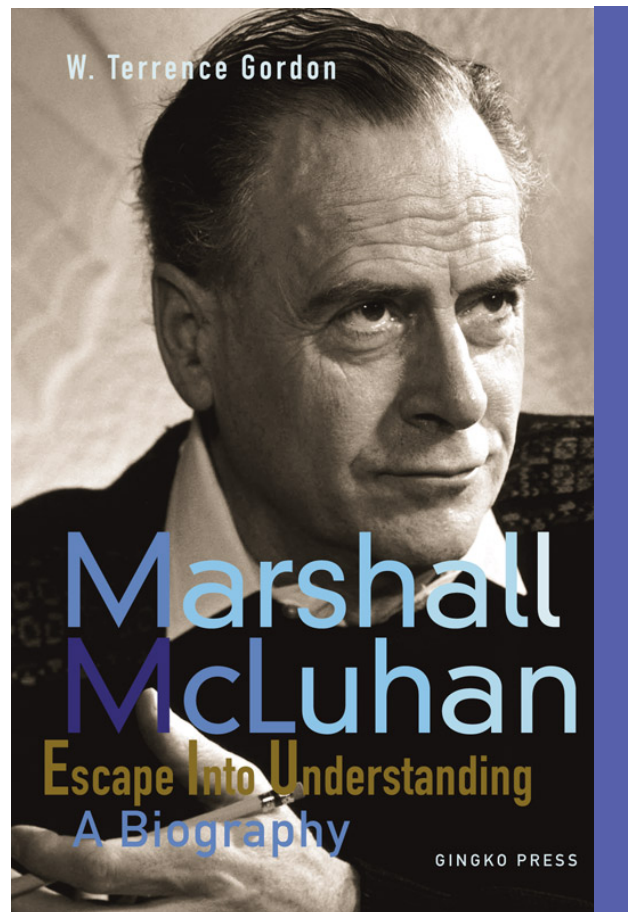
Debemos indicar que los estudios de comunicación en Argentina se enmarcaban en un contexto regional más amplio, evitando, no obstante, caer en una reducción de América Latina como entidad única. En este marco en la década del 80, cobró fuerza un movimiento intelectual que revalorizaba la dimensión cultural de las prácticas de los sectores populares y su capacidad para construir sentidos diferenciados de los mensajes mediáticos. Se desarrollaron dos tendencias de tipo **culturalista**: una de tradición crítica marxista y latinoamericanista que se expresaba en aquel tiempo a través de la Revista *Comunicación y Cultura*, y otra de “estirpe” nacional y popular donde se encolumnaban autores como Aníbal Ford, Eduardo Romano, Jorge Rivera y Heriberto Muraro, en publicaciones como la revista *Crisis* (Diviani, 2010).

Estos últimos encontraban en la cultura de masas, la presencia de una cultura nacional y popular que tanto el marxismo como la semiología habrían pasado por alto. La historiadora de los medios Mirta Varela (2005), advierte que es significativo que los objetos de indagación de este movimiento fueran el tango, el folletín y la radio; y no así la televisión, entendida como una expresión de la cultura transnacional.

Con la intención de alcanzar un determinado posicionamiento en un campo intelectual en transformación y dentro de un contexto social muy politizado, se desarrolló una **postura crítica frente a la cultura y la sociedad**, a la par de la adopción de teorías y métodos de diversas ciencias sociales cuyas reglas de cientificidad iban ganando espacio académico. En este marco se difundió la lectura y apropiación de autores de diversas corrientes, tanto europeos como estadounidenses (Diviani, 2010).

La ideología fue una preocupación central de los estudios de esa época. Los **estudios semiológicos** de entonces, en vinculación

con la filosofía, el estructuralismo y el marxismo, daban un lugar central a la política, con las recepciones teóricas de Althusser y de Gramsci (Verón, 1984). Para ese entonces había cobrado un fuerte valor el trabajo empírico ligado a la expansión de las Ciencias Sociales y ya se habían incorporado lecturas de la MCR, también de Marshall McLuhan, donde los medios pasaban a ser percibidos como ambientación antes que instrumento de información o difusión (Varela, 2005).



Las disyuntivas intelectuales de la época se centraban, por una parte en la producción de conocimiento: se postulaba el conocimiento institucionalizado versus un saber que se producía por fuera de las instituciones formales. Por otra, en las prácticas académicas: la escritura de ensayos se posicionaba frente a la investigación empírica. Pero además tenía relevancia la disyuntiva propiamente althusseriana de ciencia versus ideología y el rol del intelectual entre la intervención política y el trabajo investigativo.



El terreno propiamente de los estudios de comunicación, todavía no institucionalizados en la academia, estuvo en disputa entre **dos perspectivas: una más cercana a la de las ciencias sociales** (especialmente en relación a la semiología estructuralista) y otra ligada a las **disciplinas humanísticas**, que provenían del análisis y la crítica literaria, con el tiempo convertido en análisis y crítica cultural. Esta segunda línea se asoció más tarde, en los años 80, con los Estudios Culturales (Diviani, 2010).

Los aportes de la **semiótica-semiología**, fundaron una articulación interdisciplinaria que posibilitó la indagación de las significaciones (Frutos, 2013). En este sentido, las producciones de Eliseo Verón se orientaron, ya a fines de los 60, al análisis del discurso, fundamentalmente de la prensa escrita y desde una perspectiva semiológica. Para el propio Verón, lo que caracterizó a la reflexión sobre los medios en un primer periodo es haberlos interpretado desde una concepción representacional. Es decir, fueron entendidos como instrumentos orientados a la comunicación que funcionaban como espejos, más o menos deformantes, de un "real" exterior a ellos. Frente a esta interpretación, Verón propuso una visión de los medios como dispositivos de producción de sentido.

La etapa se destacó por la progresiva **institucionalización de la semiología-semiótica** en la investigación de las comunicaciones de masas. Los análisis orientados a interpretar en términos semióticos los fenómenos de comunicación masiva, como ejemplo paradigmático, los análisis de la publicidad (Peninou, 1972; Barthes, 1985), apuntaron a estudiar la vida social de las significaciones desde su producción, su circulación y consumo. En el país, varios autores siguieron esta línea (Victoroff, 1978; Marafioti, 1990; Magariños de Morentín, 1991; Block de Behar, 1992), cuya heterogeneidad teórica y metodológica se vislumbraba en investigaciones que aunaban la mirada semiótica con esquemas comunicacionales y conceptos de la teoría de los efectos propia de la MCR. Reaparecían los modelos lineales y las categorías empiristas, al tiempo que estos estudios remarcaban la tarea de interpretación y la importancia de los lenguajes y los discursos sociales.

CONSIDERACIONES FINALES

Las diversas posiciones que disputan la hegemonía del campo, conviven de modo heterogéneo y con cierta dispersión en las propias prácticas académicas, tanto en las de investigación, como en las de extensión. Cada período histórico y cada localización particular han privilegiado algunas posturas teórico-metodológicas frente a otras. Inscriptas dentro de una relación política de fuerzas y en la disputa por dirimir el sentido de la comunicación social, conforman imaginarios [8], que muchas veces entran en tensión con las prácticas locales de los comunicadores.

En este sentido, Martín-Barbero (1990), ha sostenido que en la orientación y redefinición del currículum de Comunicación Social en América Latina se articula la lógica disciplinar y la dinámica de la sociedad, los modelos y las configuraciones profesionales del mercado de trabajo. Para el autor, a falta de una tradición académica y al estudiar procesos estratégicos de la vida política y cultural, los estudios en comunicación se ven permanentemente desgarrados entre la tendencia fundamentalista y otra practicista. El cruce de tradiciones y enfoques exceden el campo particular y se dirimen, en algunos casos, en torno al peso relativo de la teoría y la práctica, en sus diferentes relaciones y significaciones.

Decimos que la comunicación social es un campo indisciplinado, pues, en primera instancia se mueve tanto en la interdisciplina como en la transdisciplina:

"en los dos casos aparece la comunicación como caso, pero con una diferencia importante: el enfoque 'interdisciplinario' supone la negación de la 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 la condición de un saber nuevo" (Sandoval, 2013: 16).

En ocasiones se recurre a la interdisciplina, como un sector del conocimiento que puede (y necesita) ser explicado desde más de un enfoque disciplinario; y, muchas otras veces a la transdisciplina, es decir a nuevos enfoques que eliminan la compartimentación



heredada e integran marcos de análisis, donde la especificidad está dada por el propio campo de estudio.

La indisciplina surge también porque las problemáticas y modalidades de investigación se anclan fuertemente a los contextos políticos e históricos y a sus acontecimientos. Asimismo, se ven movilizadas y trastocadas por los avances en materias de tecnologías de la comunicación. En este sentido, la indisciplina o transgresión disciplinaria, no deja de sostener los marcos disciplinares para diferenciarse de ellos. Podría asociarse el trabajo de buena parte de la investigación en comunicación a lo que Jacques Derrida (1989) define en *La escritura y la diferencia* como un bricolaje. Lejos de una lógica ingenieril que se supondría como origen y constructor de todo discurso, el investigador en comunicación se mueve a la manera del bricoleur:

“El ‘bricoleur’ es aquel que utiliza ‘los medios de a bordo’, es decir, los instrumentos que encuentra a su disposición alrededor suyo, que están ya ahí, que no habían sido concebidos especialmente con vistas a la operación para la que se hace que sirvan, y a la que se los intenta adaptar por medio de tanteos, no dudando en cambiarlos cada vez que parezca necesario hacerlo, o en ensayar con varios a la vez, incluso si su origen y su forma son heterogéneos, etc.” (Derrida, 1989: 391).

Si admitimos que todo discurso finito está sujeto a un cierto bricolaje, también debemos hacernos cargo de que, como dice Derrida en *De la Gramatología* (2005 [1967]), la propia debilidad del bricoleur es la de no poder justificarse completamente en su propio discurso. En el mejor de los casos el discurso bricoleur puede confesarse a sí mismo, es decir, confesar en sí mismo su deseo y su derrota.

Los estudios de comunicación, al no estar integrados por una disciplina sino por un conjunto de saberes y prácticas presentan dispersiones y amalgamas. En las discusiones sobre la definición de la identidad de la comunicación social se plantea una *zona de encuentro y choque de distintas configuraciones imaginarias* (Caletti, 1991), en especial entre el “campo

académico” y los “diferentes perfiles profesionales”, condicionados por las ‘demandas’ y condiciones laborales locales, regionales, nacionales. Desestimado un abordaje monológico del devenir histórico, de la cultura, de la práctica, de la formación, los diferentes desarrollos teóricos y metodológicos han socavado desde sus comienzos las pretensiones de imágenes unificadoras del campo, más allá de las tendencias por normalizarlo y regularlo.

Para la investigación de “Las prácticas en los itinerarios de formación y en las experiencias laborales del comunicador social”, el trabajo de indagación conformado por entrevistas en profundidad realizadas a estudiantes, graduados y docentes de la región de Paraná y Santa Fe, tiene en cuenta las tensiones y la complejidad que acarrea un campo con delimitaciones imprecisas pero con ciertas orientaciones de saberes y prácticas.

Ni “todo es comunicación”, que vendría a ser lo mismo que “nada es comunicación”, ni hay orientaciones estancadas que tracen caminos prefijados en las prácticas de los comunicadores. Este desdibujamiento de los modelos como poseedores del sentido objetivo de las prácticas permite la resignificación de ellas y la construcción de itinerarios diversos en torno a la formación y las experiencias laborales. Puede suponerse que la propia diversidad y heterogeneidad teórica y metodológica permite y alienta estas prácticas al modo del bricoleur.

Teniendo en cuenta que las prácticas se vinculan a sentidos y conductas ritualizadas o espontáneas, que acompañadas de discursos o no, manifiestan relaciones con ‘identidades’ profesionales y académicas, entendemos que los modos de apropiación conllevan fisuras, fugas, asociaciones y relaciones no contenidas en las pretensiones de enseñanza, en las constricciones institucionales, sociales, culturales y profesionales. En fin, en los modos de prácticas singulares, resistentes e inventivos.



BIBLIOGRAFÍA

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana, 1987 (Versión original: 1944).
- Althusser, L. *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1984 (Versión original: 1970).
- Barthes, R. *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 1993 (Versión original: 1985).
- Block de Behar, L. *El lenguaje de la publicidad*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1992.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J. C., Passeron, J. C. *El oficio de sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1975.
- Caletti, S. (1991) "Profesiones, historia y taxonomías: algunas discriminaciones necesarias". Revista Diálogos N° 31. Lima. Septiembre 1991. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/31-revista-dialogos-profesiones-historia-y-taxonomia.pdf> [Consultado el 08 de diciembre de 2014].
- Castoriadis, C. *La institución Imaginaria de la Sociedad*. Vol. I. Buenos Aires: Tusquets, 1993 (Versión original: 1975).
- Derrida, J. "La estructura, el signo y el juego en el discurso de las ciencias humanas", en *La escritura y la diferencia*. Barcelona: Anthropos, 1989 (Versión original: 1966).
- Derrida, J. *De la gramatología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005 (Versión original: 1967).
- Diviani, R. "Ciencias sociales y comunicación de masas. Algunos apuntes sobre la constitución del campo de estudio sobre comunicación en Argentina y sus derivas" en Revista *Question*, Vol 1, No 26, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2010.
- Foucault, M. *La hermenéutica del sujeto*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Frutos, S. "Tradiciones, límites y tensiones en las nuevas tramas del estudio de la comunicación" en Raimondo, N.; Reviglio, M. (edit.) *Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo*. Quito: Ciespal. pp. 13-26, 2003.
- García Canclini, N. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1990.
- Gilman, C. "Los sesenta / setenta considerados como época" en: *La pluma y el fusil*. Buenos Aires, Siglo XXI. Pp. 35-56, 2003.
- Hall, S. "Codificar/decodificar". En *Culture, Media y Lenguaje*. Hutchinson. Londres. Traducción: Silvia Delfino, 1980.
- Homans, G. "El conductismo y después del conductismo", en Giddens, A. (comp.), *La teoría social hoy*. Alianza: México, 1990.
- Kuhn, T. *La revolución de las estructuras científicas*. Madrid: FCE, 2005 (Versión original: 1962).
- Lasswell, H. "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en Muraro, H. *La comunicación de masas*. Buenos Aires: Cedral, 1977.
- Lazarsfeld, P. *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*. Buenos Aires: Ediciones 3, 1962 (Versión original: 1944).
- Lazarsfeld, P. "Los medios de difusión y las masas", en Horowitz, I. L. (compil), *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*, Vol. II. Buenos Aires: Eudeba, 1964.
- Magariños de Morentin, J. *El mensaje publicitario*. Buenos Aires: Edicial, 1991.
- Marafioti, R. *Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad*. Buenos Aires: Biblos, 1990.
- Martín Barbero, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- Martín Barbero, J. "Teoría, investigación, producción en la enseñanza de la comunicación", en Revista Diálogos de la comunicación, N° 28, Lima, 1990.
- Mattelart, A. *La Publicidad*. Barcelona: Paidós, 1991.



Merton, R.; Lazarsfeld, P. "Comunicación de masas, gusto popular y acción colectiva". En Muraro, H. *La comunicación de masas*. Buenos Aires: Cedral, 1997.

Péninou, G. *Semiótica de la Publicidad*. Barcelona: G. Gili, 1976.

Petrucci, L. "Las prácticas en los itinerarios de formación y en las experiencias laborales del comunicador social", Documento de Proyecto de Investigación y Desarrollo N° 3141. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos, 2011.

Sandoval, L. R. *Medios, masas y audiencias. Lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia: Universitaria de la Patagonia –EDUPA, 2013.

Varela, M. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna (1951-1969)*. Buenos Aires: Edhasa, 2005.

Verón, E. *Semiosis de lo ideológico y del poder. Espacios de crítica y producción*. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Pp. 43-51, 1984.

Victoroff, D. *La publicidad y la imagen*. México: G. Gili, 1985.

Williams, R. *Marxismo y Literatura*, Barcelona: Península, 1980.

NOTAS

[1] PID 3141, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina; compuesto por un equipo de docentes y estudiantes de las carreras de Ciencias de la Educación y Comunicación Social.

[2] Muchas recepciones de la MCR han vinculado a ésta a la famosa "teoría de la aguja hipodérmica". Valga señalar que tal teoría nunca existió. Hay una expresión literaria en un libro de Harold Lasswell, politólogo, que en 1927 publicó un libro sobre la técnica de propaganda en la primera guerra mundial y se refiere a cómo la propaganda termina siendo una aguja hipodérmica que penetra

en los corazones y las mentes. Ahora bien, Lasswell muchos años después se pondría en contacto con la MCR.

[3] Al respecto, se recomienda la lectura de un exponente contemporáneo del conductismo: George Homans. "El conductismo y después del conductismo", en Giddens, A. (comp.) *La teoría social hoy*, Alianza, México, 1990.

[4] Junto a Robert Merton -teórico del estructural-funcionalismo- escribió "*Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada*" (1948), texto en el cual, en un primer momento, estos autores relacionan a la propaganda con las técnicas para la manipulación de públicos de masas, es decir, donde un sector dominante logra una explotación psicológica mediante la diseminación de la propaganda: "Quienes desearían controlar las opiniones y creencias de nuestra sociedad recurren menos a la fuerza física y más a la persuasión masiva. El programa de radio y el anuncio institucional ocupan el lugar de la intimidación y la coerción." (Lazarsfeld y Merton, en Muraro, 1977: 25) Ahora bien, a continuación, en el mismo texto, estos autores postulan que el papel social de los mass-media fue en general sobreestimado: "El conocimiento de los datos de consumo en el campo de los mass-media dista de ser una demostración de su efecto neto sobre conducta, actitud y perspectiva" (Lazarsfeld y Merton, en Muraro, 1977: 27). Este texto fue publicado, junto con el de Lasswell, en Lyman Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, Institute for Religious and Social Studies Nueva York, Harper & Row, Nueva York, 1948. Ver al respecto, Muraro, H. Op. cit.

[5] Hall no dejó de plantear un modelo para comprender el proceso de comunicación, en "*Codificar/decodificar*" (1980), entendido como una estructura compleja de relaciones, producida y sostenida a través de la articulación de momentos relacionados pero distintivos: producción, circulación, distribución/consumo, reproducción. El esquema de Hall acerca de la producción discursiva en los sistemas de comunicación pone el foco en las 'prácticas' y los 'significados': "Una vez completado, el discurso debe entonces ser traducido-transformado, nuevamente, en prácticas sociales (...) Si no hay significado puede no haber 'consumo'. Si no se articula



el significado en la práctica, no tiene efecto”. (Hall, 1980: 129) Esta aproximación es homóloga a la descrita por Marx en *El Capital*, como circuito continuo que puede sostenerse a través del pasaje de formas.

[6] En la actualidad, la revisión de los estudios de los 60 y 70 adolece a veces de un carácter meramente divulgativo y propagandístico de los años previos a la última dictadura militar en el país, que aparece como un agujero, un hueco, un vacío en los estudios de comunicación.

[7] Podemos observar el uso de estas nociones de emisor-mensaje-receptor asociadas a las de interpretación y significación -que remiten a tradiciones teóricas diferentes-, cuando, por ejemplo, Magariños de Morentín habla de “(...) la génesis de la significación, por parte de un inicial perceptor-emisor, y a la interpretación del mensaje que la contiene, por parte de un posterior perceptor-receptor” (Magariños de Morentín, 1991: 17).

[8] La consideración de los imaginarios colectivos como fuerza reguladora que se articula y crea representaciones simbólicas específicas es y ha sido un lugar estratégico para el ejercicio del poder. Los mismos proveen de sentido y normas que configuran identidades, inciden en los modos de relación con los otros, en las significaciones de los acontecimientos, estableciendo ‘modelos formadores’, conductas, roles. Con imaginario no aludimos a la imagen en el espejo o a la mirada del otro. Más bien ‘el espejo mismo y sus posibilidades, y el otro como espejo, son obras de lo imaginario (Castoriadis, 1993). La configuración de los imaginarios está ligada a la institucionalización, en tanto operación política, histórica, social pretende detener el movimiento, las alteraciones y alteridad como modo de ser del tiempo, velando o pretendiendo cubrir el caos, el ‘magma de la sociedad’ (Castoriadis, 1993; Documento de Proyecto, 2011).

Para citar este artículo:

Schaufler, María Laura (2014). **REFLEXIÓN SOBRE EL CAMPO ACADÉMICO DE LA**

COMUNICACIÓN SOCIAL EN ARGENTINA. Revista Luciérnaga/Comunicación, Año 6, N12. Facultad de Comunicación Audiovisual-Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. ISSN 2027- 1557. Págs. 92-104.