

COMUNICACIÓN, CULTURA E IDENTIDAD. REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS

Gilberto Giménez

Como “ciencia de encrucijada”, la ciencia de la comunicación tiene un estatuto paradójico en el campo de las ciencias sociales, debido por una parte a su carácter híbrido y plural, y por otra, al hecho de que todo acto de comunicación constituye un “fenómeno social total” por el que no se transmite sólo un mensaje, sino también una cultura, una identidad y el tipo de relación social que enlaza a los interlocutores. De aquí la dificultad de definir de modo unívoco qué es la comunicación. John Fiske distingue *grosso modo* dos escuelas a este respecto: la “escuela del proceso”, basada en el clásico modelo lineal, y la “escuela semiótica” que concibe la comunicación como producción y recepción de significados en un contexto cultural. Hoy en día, los teóricos de la comunicación se arriman cada vez más a esta última “escuela” o tendencia, en la medida en que siempre tienden a ir mucho más allá del simple intercambio de mensajes en sus investigaciones, para adoptar lo que llaman una “concepción transaccional” que incorpora la relación con la cultura y la identidad como capítulos centrales de la teoría de la comunicación. *Palabras clave: comunicación, cultura, identidad, epistemología de las ciencias sociales.*

Abstract: As a "crossroads science" communication science has a paradoxical statute in the field of social sciences, owed on the one hand to its hybrid and plural character, and on the other, to the fact that any act of communication constitutes a "social total phenomenon" by which not only a message is transmitted but also a culture, an identity and the type of social relation that connects the speakers. That is why it is difficult to define, in a univocal way, what communication is. In this respect John Fiske distinguishes, in a broad sense, two schools: the "process school", based on the classic linear model, and the "semiotic school" that conceives communication as the production and reception of meanings in a cultural context. Nowadays, the scholars of communication increasingly adhere to the latter "school" or trend, since in their researches they tend to go far beyond the simple exchange of messages and adopt what they called a "transactional conception" that incorporates the relationship to culture and identity as central chapters of the theory of the communication.

* Investigador titular del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México



Estatuto paradójico de la ciencia de la comunicación en el campo de las ciencias sociales

No se ha reflexionado suficientemente sobre el estatuto paradójico de la ciencia de la comunicación en el campo de las ciencias sociales. En efecto, por una parte su objeto propio —la comunicación— es coextensiva a la sociedad, y en cuanto tal es ubicua, es decir, está presente en todas partes, en todas las manifestaciones de la vida social. O dicho de otro modo: la sociedad, en cualquiera de sus escalas y en cualquiera de sus instancias, es simplemente impensable sin la comunicación. Y bajo este aspecto, ella interesa directa o indirectamente, explícita o implícitamente, a todas las disciplinas sociales, y no sólo a la llamada ciencia de la comunicación.

Pero, por otra parte, la comunicación se presenta como objeto específico de una disciplina particular —la ciencia de la comunicación— que reivindica una tradición propia, precursores y “padres fundadores” propios, esquemas explicativos propios y fronteras disciplinarias propias que la distinguen y la contraponen a las demás disciplinas sociales.

Según mi interpretación, esta situación paradójica se explica por el carácter híbrido de la disciplina y por su vocación natural a la pluralización, lo cual explica, a su vez, los interminables debates sobre la definición de la comunicación dentro del propio ámbito de la disciplina a la que nos estamos refiriendo.

Para ilustrar esta interpretación, nada mejor que revisar la genealogía o, como diría Foucault, la “arqueología” de esta disciplina, es decir, el proceso histórico de su formación y consolidación como disciplina científica en el campo de las ciencias sociales.

Genealogía de la ciencia de la comunicación

Según Jean-Michel Berthelot (2001), las divisiones disciplinarias no resultan de una segmentación “natural” del orden de cosas, ni de un plan racional de trabajo para el conocimiento de los hechos sociales. Son producto de una *historia* contingente: de una historia de ideas (por ejemplo, la filosofía social), de producción social de conocimientos y saberes, y de construcción de dispositivos prácticos de conocimiento que, a pesar de su constante renovación, siguen estando vivos en la tradición de la disciplina.

Según el mismo autor, el desarrollo genético de las disciplinas está condicionado por tres contextos: un contexto pragmático, relacionado con intereses prácticos; un contexto metodológico relacionado con la elaboración progresiva de procedimientos técnicos y esquemas de pensamiento; y un contexto normativo, constituido por el conjunto de debates que acompañan siempre el desarrollo de una disciplina.

A pesar de la enorme diversidad de las genealogías en el campo de las ciencias sociales, todas las disciplinas pasan siempre por un momento fundacional en el que se fijan los núcleos disciplinarios iniciales (cristalización de prácticas y de dispositivos de investigación en el primer momento de la consolidación científica de una disciplina) según un modelo de cientificidad común, que en el caso de las disciplinas sociales fue, en su primer momento, *la razón experimental*, derivada del positivismo, a la que se añadirá muy pronto *la razón hermenéutica* y, en el caso de las ciencias de comunicación, *la razón crítica*.

En su última fase, el desarrollo de las disciplinas sociales se caracteriza por la ampliación de sus respectivos dominios y, sobre todo, por su incontenible diversificación y pluralización, sea por especialización, sea por hibridación o amalgama, conceptos que explicaremos más adelante.

Apliquemos este esquema de análisis histórico al caso específico de la ciencia de la comunicación.



Arqueología

Según Judith Lazar (1992), la genealogía más próxima de la ciencia de la comunicación se remonta a las dos primeras décadas del siglo XX y nos remite a la Escuela de Chicago de esa época, en la que tres autores fundamentales, relacionados con el interaccionismo simbólico y el pragmatismo —George Herbert Mead, Charles Cooley y John Dewey— pueden considerarse como los precursores inmediatos de la disciplina. En efecto, estos autores se interesaban por el papel de la comunicación en la vida social, y se proponían beneficiar los estudios sobre comunicación con los aportes de la sociología aplicada. Además, concebían la comunicación no como simple transmisión de mensajes, sino como un proceso simbólico a través del cual se construye y se mantiene una cultura.

Anclaje y formación del núcleo disciplinario

El momento fundacional en que se fija el núcleo disciplinario inicial de la ciencia de la comunicación se sitúa entre los años 30 y 40, que es cuando entran en escena los “padres fundadores” de la disciplina, constituidos por el cuarteto: Paul Félix Lázarsfeld (austríaco, sociólogo-matemático), Kurt Lewin (alemán, psico-sociólogo), Carl Hovland (Yale, psicólogo experimental) y Harold Lasswell (político).

El dispositivo básico de investigación es el modelo de comunicación elaborado a partir de la teoría de la información de C.E. Shannon¹ en 1948, y perfeccionado por Shannon y Weaver en 1949. Se trata del modelo: fuente – mensaje – canal – receptor, donde el concepto central es el de intercambio de mensajes (*messaging*) y sus efectos sobre los receptores. Por eso suele llamarse también “paradigma de los efectos” (*effects tradition*). El tipo de efectos buscados por los comunicólogos en la perspectiva de este modelo son los cambios directos de actitudes, emociones y comportamientos causados por los mensajes. Este modelo de base va a ser objeto de reformulaciones

1 C.E. Shannon, 1948, “The mathematical theory of communication”, *Bell System Technical Journal*, 27 (10), 379-423, 623-656.

sucesivas prácticamente hasta nuestros días, dando lugar a lo que John Fiske (2002) denomina “escuela del proceso”.

El contexto

El contexto predominante es el pragmático, y se relaciona inicialmente con los intereses de las compañías que manejan las nuevas tecnologías de comunicación a distancia como fueron en su época el teléfono de línea (compañía Bell) y el telégrafo.

El contexto normativo es muy reciente en ciencias de la comunicación: sin embargo, son cada vez más frecuentes los debates de este tipo en las revistas especializadas.²

La razón experimental

Al igual que las demás ciencias sociales, en este momento de anclaje y definición de su núcleo disciplinario inicial, la ciencia de la comunicación responde al modelo empirista, objetivista y cuantitativista de la *razón experimental*.³ Es decir, la ciencia de la comunicación se consolida fundamentalmente como una ciencia empírica y cuantitativista, bajo el liderazgo de Paul Lazarsfeld. Pero después de la segunda Guerra mundial aparece un nuevo modelo de cientificidad que podríamos llamar la “razón crítica”, a raíz de la entrada en escena de la “escuela crítica”, de inspiración marxista, constituida por los miembros de la escuela de Frankfurt: Horkheimer, Adorno, Marcuse y Eric Fromm, entre otros. Estos autores critican el

2 Véase, por ejemplo, el debate sobre la cientificidad de las investigaciones que se realizan en este campo en la revista *Communication Theory*, 5: 3, ago. 1995, pp. 273. El debate se da entre W. James Potter, Roger Cooper y Michel Dupagne, por un lado; y Glen G. Sparks y colegas, por otro. Los primeros afirman el carácter pre-científico de la mayor parte de las investigaciones empíricas realizadas por los comunicólogos (sólo el 4.3 % tendrían carácter científico), debido a que no se basan sobre muestras estadísticamente representativas y por lo tanto no son generalizables. El segundo responde que eso depende de los criterios de cientificidad que se asuman, y defiende, según ciertos criterios considerados mínimos, la cientificidad de la mayor parte de los estudios criticados por los primeros.

3 “The transmission model reflects an empirical, science-oriented tradition” (Carey: 1989)



lado administrativo y cuantitativista de la escuela empírica. Critican igualmente el olvido del contexto histórico y cultural, y plantean una serie de preguntas básicas como éstas: ¿quién controla la comunicación?; ¿para qué?; ¿en beneficio de quién o de quiénes?

La pluralización

Posteriormente, estas dos orientaciones básicas se pluralizan y se diversifican en forma incontrolada, hasta el punto de que el gran sociólogo norteamericano Berelson anunciaba hacia fines de los años 1950 la desaparición de la ciencia de la comunicación como resultado de su fragmentación anárquica.

El panorama se complica aún más con la entrada en escena, también en los años 60, de la semiología y del estructuralismo (por no hablar del post-estructuralismo), que impactan profundamente a la ciencia de la comunicación. Este nuevo paradigma introduce una perspectiva diferente sobre la comunicación, que se define ahora como producción de significados a propósito de los mensajes y de los textos, como resultado de la interacción dinámica entre éstos y la cultura productora y receptora. En efecto, en la perspectiva semiológica, tanto los significados como los significantes son productos de una cultura particular.

En prolongación de estas ideas, Roland Barthes introduce la distinción entre “significados de primer orden” y “significados de segundo orden” —la denotación y la connotación—, indisociables del contexto cultural. Levi-Strauss concibe la sociedad como un proceso general de comunicación por el que se intercambian palabras, bienes materiales y mujeres, entreviendo una posible relación entre lingüística, ciencia económica y comunicación. Y Roman Jakobson le hace eco avizorando en el futuro una “ciencia integrada de la comunicación que abarcaría la antropología social, la sociología y la economía”.

Como resultado de este vertiginoso proceso de pluralización y dispersión, la ciencia de la comunicación se presenta en nuestros días como una disciplina esencialmente híbrida, descentrada, sin

fronteras precisas y sin esquemas explicativos propios. En efecto, debido a su posición de encrucijada de todas las disciplinas sociales, la ciencia de la comunicación ha recibido el impacto simultáneo o sucesivo de la mayor parte de los paradigmas y esquemas explicativos que han atravesado a las disciplinas sociales. Es esto lo que se refleja en la sucesión de los modelos de comunicación y de influencia en la historia de la disciplina.⁴

En general, las teorías de la comunicación se han apropiado de paradigmas y esquemas explicativos tan variados, como la cibernética, la teoría crítica marxista, la teoría de la cultura, la teoría de los sistemas, la lingüística, la semiótica estructural, el análisis del discurso, la argumentación, la hermenéutica, las ciencias cognitivas, y el interaccionismo simbólico, entre otros. Y uno se pregunta al final si la ciencia de la comunicación constituye todavía un solo país, con un centro y una periferia bien integrada, o más bien un archipiélago disperso de disciplinas y sub-disciplinas que sólo tienen en común el membrete de “comunicación”, un concepto no unívoco sino más bien análogo debido a la enorme variedad de sus manifestaciones en las diferentes escalas e instancias de la sociedad.

El concepto de hibridización o amalgama

Pero con lo dicho no estamos denigrando o descalificando el estatus epistemológico de la ciencia de la comunicación, como parecería primera vista, dada la connotación negativa que suele tener la idea de hibridación o mestizaje en nuestra cultura racista. Por el contrario, nosotros vamos a sostener que la pluralización y la hibridación son signos de vitalidad y de buena salud en el campo de las ciencias sociales; y que Berelson se equivocó en su apreciación sobre el futuro de la ciencia de la comunicación, porque interpretó como signo de “crisis” lo que en realidad era un signo de vitalidad y de fuerza germinativa.

4 V.g., el célebre modelo “agenda-setting” de Mc Combs y Shaw (1972), es un modelo de influencia o efectos a largo plazo. Los autores aplicaron este modelo al caso Watergate.



Para comenzar, el fenómeno de la hibridación afecta en mayor o menor grado al conjunto de las ciencias sociales, y no sólo a la ciencia de la comunicación. Y lejos de ser una tacha negativa, constituye una de las claves del dinamismo, de la creatividad y de la capacidad de innovación dentro de las disciplinas sociales.

El concepto de hibridación o amalgama ha sido propuesto por Mattei Dogan y Robert Phare (1991) en el marco de su teoría del “ciclo vital” de las disciplinas sociales. Para estos autores, la última fase de ese ciclo es precisamente la de la pluralización y fragmentación de las ciencias sociales por vía de amalgama. Se entiende por amalgama la fusión, recombinación o cruzamiento de las especialidades o de sectores de disciplinas vecinas, que tienen por efecto principal la circulación de conceptos, teorías y métodos de una disciplina a otra, sin importar las fronteras. No es lo mismo que “multidisciplinaridad” o “pluridisciplinaridad”, términos que evocan la mera convergencia o yuxtaposición de mono-disciplinas en torno a un objeto de estudio común, pero conservando celosamente cada una de ellas sus presuntas fronteras. La amalgama, en cambio, supone y demuestra precisamente la permeabilidad de las fronteras disciplinarias.

Tampoco debe confundirse con especialización, que supone la segmentación del objeto de estudio de una disciplina según diferentes criterios: de escala, de instituciones específicas, de hechos sociales particulares, etc. Por ejemplo, en ciencias de la comunicación existen especializaciones según las escalas (comunicación de masa, comunicación organizacional, comunicación inter-grupal, comunicación interpersonal...); o también, según ámbitos institucionales, como, por ejemplo, la comunicación científica, que en nuestros días se ha autonomizado en forma espectacular, hasta el punto de tener revistas propias y una organización internacional también propia que organiza congresos cada tres años. La hibridación, en cambio, implica la recombinación de segmentos de diferentes disciplinas, incluyendo las especialidades.

Según una investigación de Mattei Dogan (2000), la mayoría de las disciplinas sociales son hoy en día disciplinas híbridizadas.⁵ La configuración de los campos híbridos varían constantemente: algunos se han estabilizado y han sido reconocidos incluso institucionalmente: v.g. la psicología social, la sociología política, la ecología humana, la economía política; pero otros no han sido reconocidos todavía: v.g.: la ciber-cultura, la psiquiatría social. La red de combinaciones entre disciplinas y sub-disciplinas es tal, que parece borrar la vieja clasificación institucional de las ciencias sociales.

Pero lo que quiero destacar a propósito de todo esto son tres consideraciones básicas:

1. La hibridación o amalgama es una consecuencia natural, por una parte, de la complejidad de la sociedad, y por otra, de una característica de los hechos sociales ya señalada por Marcel Mauss: todo hecho social es siempre un “fenómeno social total”, en el sentido de que remite de un modo u otro a todas las instancias de la sociedad global.⁶
2. Según Mattei Dogan, el doble movimiento de especialización y amalgama se da en todas las ciencias, y constituye una condición necesaria para su desarrollo.⁷
3. La hibridación o amalgama pone de manifiesto la permeabilidad de las fronteras disciplinarias en el campo de las ciencias sociales, ya que implica la circulación de conceptos, teorías y paradigmas de una disciplina a otra.

5 Si consideramos –dice– 12 de las disciplinas sociales más consolidadas y las cruzamos entre sí, obtendríamos 144 celdas. Pues bien, las $\frac{3}{4}$ partes de esas celdas ya están ocupadas por especialidades híbridas que gozan de cierta autonomía. Hay recombinaciones de segunda, de tercera y hasta de cuarta generación. Basta con considerar, por ejemplo, los orígenes disciplinarios múltiples de la ciencia cognitiva, de la investigación ambiental y de la planificación urbana.

6 En cierto sentido, en una formación social “todo está en todo”, y las distinciones que hacemos son casi siempre distinciones analíticas.

7 Para las “ciencias naturales”, por ejemplo, es un proceso obvio. Hoy en día casi ya no encontramos tratados generales de Química o de Biología, sino sólo textos de disciplinas híbridas como bioquímica, neurofisiología, neuro-endocrinología, biología genética, etc. Pero en las ciencias sociales este proceso es reciente y se produce de manera diferente y peculiar.



Tomar conciencia de esto último es de gran trascendencia para la investigación, porque alienta la creatividad y la capacidad de innovación de los científicos sociales, sin el tabú de las fronteras disciplinarias. Dogan y Pahre (1991) sostienen que en las últimas décadas la mayor parte de las innovaciones científicas se han realizado en las fronteras entre disciplinas, en sus intersticios, en los puntos de cruce entre especialidades. Y en efecto, hoy en día la mayor parte de los científicos sociales trabajan en las zonas fronterizas, que se han vuelto fluidas, de las diferentes disciplinas sociales, y no en el centro de supuestas mono-disciplinas con fronteras inviolables. Por eso, la tendencia actual en el campo de la investigación social es plantear y definir primero un problema, y sólo después preguntarse qué disciplinas podrían ser convocadas para abordarlo en forma adecuada.

¿Qué es entonces la comunicación?

Una de las consecuencias de la pluralización por especialización, pero sobre todo por hibridación, es la dificultad de definir precisamente qué es la comunicación. El problema radica, en parte, en la circunstancia ya señalada de que la comunicación, en cualquiera de sus manifestaciones, constituye siempre un “fenómeno social total” (Mauss) que moviliza todas las instancias de la sociedad global. En efecto, en cualquier acto de comunicación no se transmite sólo un mensaje, sino también una cultura, una identidad y el tipo de relación social que enlaza a los interlocutores.

El más banal acto de comunicación entre mesero y cliente en un restaurante moviliza no sólo mensajes entre un emisor y un destinatario, sino también aspectos de la identidad de los interlocutores —por lo menos su identidad de rol: mesero / cliente; una cultura gastronómica compartida, plasmada en un menú, que a su vez forma parte de una cultura regional o nacional más amplia; la relación social disimétrica, de tipo servidor / servido, entre el mesero y el cliente; y una transacción económica (el servicio se paga); todo ello en el contexto de una sociedad capitalista en la que existe una red de

organizaciones comerciales específicas del sector servicios llamadas “restaurantes”.

El problema se complica en los procesos de comunicación diferida, en los que los mensajes son textos complejos y polifónicos —v.g., una novela, una película, una obra de teatro— que en cierto modo se autonomizan de la instancia de la producción adquiriendo, por así decirlo, vida propia al circular dentro de la cultura receptora, y endosando múltiples significados en su interacción con la misma, al ser susceptible de lecturas diferentes y hasta contrapuestas en la instancia de la recepción. Y para complicar las cosas todavía más, seguimos hablando de comunicación aún en los casos en que no existe un emisor intencional, como cuando decimos, por ejemplo, que las ruinas de Teotihuacán “comunican algo” acerca de una civilización desaparecida.

En todos estos casos se diluye el polo emisor —juntamente con el modelo lineal de comunicación que le sirve de soporte—, y entran en escena con todos sus fueros la semiótica y la teoría de la recepción. Así, en su esquema semiótico Charles Sanders Peirce confiere el papel central en la producción de signos al “interpretante”, y no al emisor de los mismos. Esto significa, según un comentario de Umberto Eco, que la garantía última de la existencia de un proceso de significación —esto es, de una función semiótica establecida por un código—, no es la presencia de un emisor intencional, sino la de un “interpretante” o destinatario humano. No dice otra cosa Charles Morris cuando afirma que “algo es un signo sólo porque un intérprete lo interpreta como signo de algo”.⁸

Pero entonces, ¿cómo podemos definir la comunicación si queremos tomar en cuenta todas estas complicaciones semióticas, culturales y situacionales? En su texto *Introduction to communication* (2002), John

8 John B. Thompson (1995) recoge en el fondo esta misma tesis al conferir una importancia decisiva a la instancia de la recepción en el proceso de comunicación. Así, refiriéndose a los productos culturales globalizados, afirma que no existe una pauta globalmente uniforme de interpretación cultural, ya que un mismo producto visual o musical no provoca la misma respuesta en todos los lugares donde se lo ve o se lo oye: “La globalización de las comunicaciones —dice— no ha eliminado el carácter localizado de la apropiación. Más bien ha generado un nuevo eje simbólico en el mundo moderno que describiré como el eje de la difusión generalizada y de la apropiación localizada”.



Fiske trata de arreglárselas del siguiente modo. Comienza con una definición muy general y abstracta afirmando que la comunicación “es la interacción social a través de mensajes”. Pero de inmediato distingue dos grandes escuelas en el tratamiento de la comunicación así definida: la “escuela del proceso” y la “escuela semiótica”. La primera, que sería la heredera de los modelos lineales clásicos, concibe la comunicación como *transmisión de mensajes* y corresponde, según el autor, al punto de vista de los ejecutivos de publicidad y de *marketing*. La segunda, en cambio, concibe la comunicación como producción y / o intercambio de significados, y enfatiza la interacción entre texto y cultura. En esta perspectiva, el emisor pierde importancia y el foco se concentra sobre el mensaje-texto que, al interactuar con los receptores dentro de una cultura determinada, es susceptible de lecturas diferentes y hasta contrapuestas. Por lo tanto, el problema que aquí se plantea es cómo respondemos o reaccionamos frente a los textos dentro de nuestra cultura. Leer, por ejemplo, sería el proceso de descubrir los significados que se producen cuando el lector interactúa o negocia con el texto. Y esta negociación tiene lugar cuando el lector moviliza aspectos de su experiencia personal para interpretar los códigos y signos que constituyen al texto.

La situación actual

Los teóricos actuales de la comunicación recogen la idea de que la comunicación implica la construcción de significados mediante una especie de negociación o trato entre emisores y receptores que va más allá del simple intercambio de mensajes literales. Es lo que llaman concepción transaccional de la comunicación, y entienden por

transacción la construcción de significados compartidos.⁹ Tomemos como referencia el gran manual de comunicación de Steve Duck (Universidad de Iowa) y David T. McMaha (Universidad estatal de Missouri), de reciente publicación, titulado *The Basics of Communication. A Relational Perspective* (2008, London: Sage). Al igual que la tradición semiótica, estos autores también incorporan la relación con la cultura como un capítulo central de la teoría de la comunicación (Cap. 8 del libro citado: “Sociedad, cultura y comunicación”). Y en verdad, en el estado actual de la reflexión internacional sobre la comunicación ya resulta imposible disociarla de la cultura.

Comunicación y cultura

En efecto, viendo las cosas desde la perspectiva de la cultura, podemos decir que ésta se confunde totalmente, de cabo a rabo, con la comunicación. La cultura no sólo presupone la comunicación, sino también *es* comunicación. Si asumimos, por ejemplo, la definición antropológica de la cultura como “pautas de significados” —que es la llamada concepción simbólica de la cultura, hegemónica en nuestros días—, nos percatamos de inmediato que hablar de “significados” implica automáticamente hablar de comunicación, porque los significados se generan siempre para alguien y en vista de alguien, —como afirma la semiótica norteamericana—; es decir, en vista de un destinatario real o potencial capaz de interpretarlos. Ningún poeta, por narcisista que sea, escribe poesías sólo para sí, o para declamarlas en un bosque solitario. Y ningún fotógrafo, sea profesional o aficionado, toma fotografías sólo para su consumo personal, sin la intención de exhibirlas aunque sea en la intimidad de su círculo personal. Por eso se puede reformular la definición de la cultura en

9 En su contribución al volumen colectivo *Cibercultur@ e iniciación a la investigación*, Margarita Maass (2007: 237 ss.) define la comunicación, inspirándose en el concepto amplio de Maturana, en términos de “coordinación de acciones”. Allí donde no existe una coordinación de acciones entre dos o más individuos de una misma unidad social, no existiría comunicación, sino una simple trasmisión de información. Para evitar problemas de homologación principalmente con las concepciones semióticas, nosotros preferiríamos decir que la comunicación es el presupuesto y la condición necesaria para coordinar acciones, pero sin reducir la comunicación sólo a esto último.



términos comunicacionales afirmando, con Stuart Hall (1997: 13-94), que la cultura tiene que ver principalmente con...

... la producción e intercambio de significados —es decir, con dar y recibir significados— entre los miembros de una sociedad o de un grupo. [...] Es así como la cultura depende de los que participan en ella interpretando su entorno y confiriendo 'sentido' al mundo de modo semejante.

Por eso, cualquier producto cultural —una obra literaria, una película, un repertorio cancionero, una obra de teatro, una emisión televisiva— puede ser analizado siempre según el eje de la comunicación.

Viendo las cosas desde la perspectiva de la comunicación, ésta se desarrolla siempre dentro de un universo cultural compartido en mayor o menor medida por los participantes en el proceso comunicativo. Este universo cultural opera bajo la forma de pre-construidos culturales, de presupuestos dados por descontado, de protocolos de respeto y de diferencia de status reconocidos por los interlocutores, en fin, de sistemas de códigos que determinan lo que es correcto o incorrecto en los comportamientos interactivos, en el manejo de las emociones, en la apertura de la propia intimidad a otros, en la distancia física que debe existir en la comunicación cara a cara, etc.

En resumen, la comunicación se realiza siempre a partir de las pertenencias socio-culturales tanto del emisor como del receptor. Por eso, el fracaso de una comunicación no es imputable sólo a los llamados “ruidos” en el canal, sino sobre todo a diferencias y disimetrías culturales.

Identidad y comunicación

Lo que John Fiske ha olvidado en su esfuerzo de teorización, quizás debido al sesgo un tanto estructuralista de su enfoque, es el papel de la identidad en los procesos de comunicación. En cambio, los manuales recientes, como el ya citado de Duck y McMaha, ya incorpo-

ran este tópico como otro de los capítulos centrales de la teoría de la comunicación. Así, en el Capítulo 5 de su libro, intitulado *Self and Identity*, estos últimos autores plantean la tesis central de que *la comunicación implica también una transacción o negociación de identidades*. Esta tesis está estrechamente conectada con lo que acabamos de decir acerca del papel de la cultura en la comunicación, porque después de todo la cultura es indisoluble de la identidad, en la medida en que ésta se construye siempre a partir de materiales culturales.

No podemos desarrollar aquí una teoría de la identidad. Nos bastará con decir que la identidad puede ser individual o colectiva. La primera se relaciona, *grosso modo*, con la idea que tenemos acerca de la clase de persona que somos y de nuestra diferencia con respecto a los demás; a lo que corresponde simétricamente la idea que los demás tienen de nosotros. Nuestra identidad real resulta de la negociación entre ambas perspectivas, es decir, de la intersección entre identidad autodefinida e identidad reconocida. De modo análogo, la identidad colectiva implica la diferenciación entre los grupos y los colectivos con base en la diversidad y especificidad de sus respectivos proyectos y legados culturales compartidos.

Ahora bien, ¿cuál es la relación entre identidad y comunicación? En primer lugar, y viendo las cosas desde el punto de vista de la identidad, la revelación al menos parcial de la misma es la condición de posibilidad para que se produzca la comunicación. Yo no puedo comunicarme con un Sr. X totalmente desconocido, de quien no conozco ni su nombre ni su identidad de rol, salvo para solicitarle como condición previa un mínimo de identificación: ¿quién es usted?, o ¿con quién tengo el gusto de hablar? Ya los interaccionistas simbólicos habían anticipado que no es posible la interacción entre *ego* y *alter* sin la imputación recíproca de algún tipo de identidad o imagen. Un episodio de interacción —dice Ralph H. Turner— puede comenzar por un gesto realizado por una de las partes. “Pero la interpretación de ese gesto se basa generalmente en una idea o ‘ima-



gen' del que ha realizado ese gesto".¹⁰ Siguiendo esta misma línea, algunos comunicólogos afirman que la identidad de los participantes en una interacción constituye el marco (*frame*) requerido para la interpretación correcta de sus recíprocos mensajes.

En segundo lugar, y siempre desde la perspectiva de la identidad, ésta condiciona y modula los comportamientos comunicativos. No nos comunicamos de la misma manera con nuestra madre, nuestro maestro, nuestro amigo, nuestra novia, nuestro acreedor, nuestro jefe o nuestro psiquiatra.

En tercer lugar, la identidad limita los tópicos de la comunicación. No hablamos sobre cualquier cosa con cualquiera, sino que limitamos cuidadosamente los temas de nuestra conversación según la identidad de nuestro interlocutor o según la presencia / ausencia de terceros que fungen como testigos de la conversación. "No se lava la ropa sucia de la casa en público", dice un dicho popular. Y los esposos no hablan de ciertas cosas en presencia de los hijos.

Por último, la identidad puede ser en sí misma objeto de comunicación, bajo la forma de la auto-descripción (o *self-narration*) y de la auto-revelación (*self-disclosure*) que suele producirse en las llamadas "relaciones íntimas". Esta modalidad de la comunicación constituye por sí misma uno de los capítulos más apasionantes de la teoría contemporánea de la comunicación.

Si ahora nos colocamos en la perspectiva de la comunicación, la tesis fundamental es la de que la comunicación constituye la condición de posibilidad y a la vez el factor determinante en la construcción de la identidad social. En efecto, la identidad personal no debe concebirse según la metáfora de la cebolla, es decir, como una especie de núcleo estable y secreto de nuestra interioridad, constituido por capas sucesivas de profundidad que vamos revelando parcial y progresivamente según el grado de intimidad que nos une con nuestros interlocutores (*self-concept*). [El verdadero Obama, el verdadero Clinton]. Por el contrario, la identidad es siempre de naturaleza dia-

10 "Normalmente, un gesto es percibido como la acción de un tipo específico de persona. Y los tipos de gestos de respuesta y la interpretación para la que *ego* está preparado varían con base al tipo de persona que él imagina ser su potencial interlocutor" (p. 95).

lógica y relacional en cualquiera de sus aspectos y niveles, y es el resultado de las miríadas de interacciones que hemos tenido a lo largo de nuestra trayectoria en el proceso de socialización. “La identidad sólo es posible dentro de una red de vidas interconectadas” —dicen Owen Hargie *et al.* (2008)—, y se construye en permanente diálogo con los otros. (Goffman).

Cabe afirmar lo mismo de las identidades colectivas. En efecto, si éstas se definen prospectivamente por un proyecto compartido, y retrospectivamente por una memoria también compartida, resulta obvio que no se podría compartir nada si no existiera un proceso permanente de comunicación entre los miembros del grupo o de la colectividad considerada, incluso a través de rituales y celebraciones conmemorativas destinadas a mantener viva la memoria.

Ahora ya estamos en condiciones de entender un poco mejor por qué los comunicólogos actuales plantean la tesis de que la comunicación no implica sólo transmisión de mensajes o producción de significados dentro de un contexto socio-cultural determinado, sino también una transacción de identidades, o más precisamente, la transacción de algún aspecto de la identidad personal o social de los interlocutores.

Comunicación a través de tecnologías interactivas

Para terminar habría que señalar que lo dicho hasta aquí se aplica también a lo que Duck y McMahan llaman “comunicación mediada por las nuevas tecnologías interactivas”, como el teléfono celular y la Internet, que constituyen la última generación de tecnologías de comunicación a distancia. Se trata de otro capítulo apasionante de la teoría de la comunicación.

Según los comunicólogos contemporáneos, la Internet puede ser estudiada a la vez desde la perspectiva de los medios masivos de comunicación, y desde la perspectiva de su naturaleza interactiva, porque pertenece a la vez al sistema de los *mass-media* y al de las tec-



nologías relacionales e interactivas, como fue en su época el teléfono de línea.

Curiosamente, a lo largo de las “generaciones tecnológicas” se repiten las mismas críticas sobre la supuesta peligrosidad de las nuevas tecnologías. Así, en la época de la introducción del teléfono de línea se decía que iba a acabar con la “vieja costumbre de visitar a los amigos”. Hoy se dice que la Internet disminuye la actividad física, empobrece las relaciones entre los usuarios y reduce la red de relaciones personales en la vida cotidiana. Por el contrario, los comunicólogos han demostrado que, lejos de disminuir las relaciones personales y las redes sociales, las nuevas tecnologías interactivas las han ampliado y potenciado en forma inaudita. Más aún, los teléfonos celulares, la comunicación *on-line* y otros avances tecnológicos de última generación están cambiando la forma en que la gente se comunica entre sí y configura su relación con los otros, alterando las normas y los fines del relacionamiento social.

Los comunicólogos contemporáneos han estudiado también las implicaciones culturales de la comunicación *on-line* y la construcción de identidades a través de la misma, llegando a la conclusión de que la representación de sí mismo y la auto-revelación personal se han vuelto un componente fundamental de las interacciones a través de las nuevas tecnologías, como son las discusiones en *chat-room*, los juegos colectivos *on-line*, los *blogs*, el You-Tube y los correos electrónicos, entre otras.

Con esto entramos en el campo de lo que suele llamarse “cibercultura”. Jorge González y colegas (2007) la definen, en sentido amplio, como el resultado de la sinergia, mediada por las nuevas tecnologías interactivas, entre tres culturas: cultura de conocimiento, de información y de comunicación. Los antropólogos, por su parte, la definen como una subcultura particular constituida por micro-sociedades virtuales que generan sus propios códigos, sus normas (“Netiquete”) y sus pautas de comportamiento, y que se manifiesta en forma idéntica en todas las sociedades, a pesar de la diversidad de las culturas nacionales. Es decir, la cultura ciber, transportada por la Internet, manifiesta siempre las mismas características independien-

temente de la localización física de los cibernautas. Por eso algunos sociólogos la consideran como una “superestructura pansocietal”.

Podríamos preguntarnos si la cibercultura, así entendida, ha alterado cualitativamente la naturaleza de las relaciones sociales a nivel de sociedad global. En la versión electrónica de su obra *La société* (2001), Robert Fossaert sostiene que no. Las nuevas tecnologías introducidas por la revolución informática (MT4) no habrían llegado a formar todavía “grupos de convivencia” radicalmente nuevos. En efecto,

... las vinculaciones a larga distancia que la Internet pueden establecer son más ricas que las del teléfono, pero no generan nuevas formas de convivencia (“*vivre ensemble*”), salvo la forma imaginaria de comunidades “virtuales” (*A propos du Tome 6*, p. 1)

La razón estriba, según Fossaert, en que dichas vinculaciones “no permiten una comunicación plena y completa”.¹¹

Pero entre los antropólogos, los sociólogos y los comunicólogos tiende a prevalecer cada vez más, en nuestros días, la opinión contraria. La cibercultura, esto es, el advenimiento de la computadora personal combinado con el desarrollo de la Internet y de los programas de uso fácil y generalizado fundados en ella, habría generado un nuevo entorno virtual en el que se producen nuevas formas de interacción y de relacionamiento social que han cambiado radicalmente a los individuos y a las culturas en el mundo entero. Según esta opinión, la cibercultura se distingue de las formas previas de desarrollo cultural por su naturaleza y su orientación. Su desarrollo es de naturaleza virtual y su orientación es la de ir englobando pau-

11 Sin embargo, según el mismo autor no se puede afirmar lo mismo de las transformaciones inducidas por las redes intra-net –es decir, en las relaciones internas de las empresas, de las administraciones y de otros colectivos de acción, especialmente en el caso de las firmas multinacionales y de las agencias y organizaciones, gubernamentales o no, establecidas en diversos países. “En efecto, estas instituciones reúnen efectivamente a hombres que cooperan durable y periódicamente en grupos, dentro de los cuales la convivencia no es ni plena, ni completa, ni perenne, pero es configurada, sin embargo, por vínculos más superficiales como los de la telecomunicación informatizada (*ibid.*, pp. 1-2).



latinamente a todos los individuos en el mundo entero. Por eso los antropólogos definen la cibercultura como...

... la transformación de los patrones de comportamiento, de las artes, de las creencias, de las instituciones y de todos los demás productos del trabajo y del pensamiento humanos, por la interacción de los humanos a través de computadoras y de redes de computadoras (Scott, 2005: p. 1).

No están muy lejos Jorge González y colegas de esta postura, cuando afirman que la cibercultura, entendida como el cultivo de las tres culturas potenciadas por las tecnologías de información y comunicación, implica un cambio en la estructura cognitiva del sujeto que conoce, y un cambio de actitud frente al conocimiento y el modo de construirlo, que desembocan en la transformación paulatina del *habitus* de origen, es decir, de los esquemas básicos de percepción y de acción.

Conclusiones

A modo de conclusiones, quisiéramos destacar algunas proposiciones que parecen derivarse de nuestra exposición.

En primer lugar, la ciencia de la comunicación es una disciplina situada en la encrucijada de todas las demás disciplinas en el campo de las ciencias sociales, en la medida en que la comunicación es co-constitutiva de la sociedad en cualquiera de sus escalas, en toda su extensión, y en todas sus instancias. En este sentido, interesa directa o indirectamente al conjunto de las ciencias sociales, y no sólo a una disciplina en particular.

En segundo lugar, la ciencia de la comunicación se ha pluralizado y diversificado enormemente, fragmentándose en diferentes direcciones, hasta el punto de que hoy en día ya no podemos hablar de ella en singular, sino en plural: *ciencias de la comunicación*. Sin embargo, esto no quiere decir que vaya a evaporarse por exceso de expansión centrífuga, como pensaba Berelson, ya que mantiene un principio

de convergencia y un punto de vista analítico propio: la dimensión simbólica o comunicativa de la sociedad. En efecto, si bien la comunicación no es un concepto unívoco, ciertamente es un concepto análogo que encierra un núcleo invariante: la producción de signos y de símbolos en cualquiera de sus modalidades.

Como dejamos dicho, la pluralización de la ciencia de la comunicación se ha realizado principalmente por vía de especialización y de hibridación o amalgama. Pero esta última, lejos de connotar debilidad científica o pérdida de identidad de una disciplina —como pensaba Berelson—, más bien constituye una condición de su desarrollo y un signo de vitalidad, de buena salud y de capacidad innovadora. Epistemológicamente hablando, la identidad de las disciplinas en el campo de las ciencias sociales no se define por una supuesta homogeneidad monolítica de su contenido, protegida por barreras infranqueables, sino por una unidad de convergencia de los más diversos paradigmas y enfoques teórico-analíticos en torno a un mismo objeto de estudio. Por eso sostenemos que, en el campo de las ciencias sociales, las fronteras son siempre móviles, provisionarias y fluidas.

Estas puntualizaciones parecen implicar al menos dos consecuencias prácticas para la enseñanza y la investigación en ciencias de la comunicación:

1. No se puede menos que aceptar, epistemológicamente hablando, la pluralidad explicativa y la diversidad de los enfoques teóricos en el ejercicio de esta disciplina, dando lugar a una sana competencia entre paradigmas y programas de investigación que permitirá la sobrevivencia de los más productivos y la eliminación progresiva de los estériles. De donde se sigue que no debería imponerse ni a los alumnos ni a los investigadores una sola perspectiva teórico-metodológica —v.g., el modelo del “proceso”— bajo el pretexto de un celo malentendido por defender una supuesta identidad disciplinaria amenazada.
2. La posición de encrucijada que ocupa la ciencia de la comunicación en el campo de las ciencias sociales debería estimular



el diálogo permanente y transdisciplinario entre los comunicólogos y los colegas de las demás disciplinas sociales, particularmente de los que están más próximos de los procesos de significación y de semiosis, como los sociólogos, los analistas de la cultura, los lingüistas, los semiólogos, los pedagogos y los psicólogos sociales. A veces los “colegas invisibles” que trabajan en otros campos están mucho más cerca de nosotros de lo que pensamos, y frecuentemente mucho más cerca que los “colegas visibles” de nuestra misma Facultad o Departamento.

Autores citados

- Barthes, Roland, 1957, *Mythologies*, Paris: Éditions du Seuil.
- Berelson, Bernard R, 1959, “The State of Communication Research”, *Public Opinion Quarterly*, n° 2, pp. 1-16.
- Berthelot, Jean-Michel, 2001, *Épistémologie des sciences sociales*, Paris: Presses Universitaires de France (PUF)
- Carey, James, 1989, *A Cultural Approach of Communication*, New York: Routledge.
- Curran, James y Morley, David (eds.), 2007, *Media and Cultural Theory*. London / New York: Routledge.
- Dogan, Mattei, 2000, “The Moving Frontier of the Social Sciences”, in: Stella R. Quah y Arnaud Sales, *The International Handbook of Sociology*, London: Sage Publications, pp. 35-49.
- Dogan, Mattei y Phare, Robert, 1991, *L’innovation dans les sciences sociales*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Duck, Steve Duck y David T. McMaha, David T, 2008, *The Basics of Communication. A Relational Perspective*, London: Sage.
- Eco, Umberto, 1978, *Tratado de semiótica general*, México: Nueva Imagen / Lumen.
- Fiske, John, 2002 [2a. ed., 1990], *Introduction to communication studies*, London / New York: Routledge.

- , 2002, *Introduction to Communication Studies*, 2nd edition, London / New York: Routledge
- Fossaert, Robert., 2004. *La société*. <http://www.macrosociologie.com> (Tomos 1 al 6).
- Gonzalez, Jorge A., 2007. *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. México: CONACULTA / UNAM.
- Hall, Stuart Hall, 1997, “Introduction”, en: Stuart Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage, pp. 13-74.
- Hargie, Owen *et al.*, 2008, “Communicating Social Identity: A Study of Catholics and Protestants in Northern Ireland”, *Communication Research*, Vol. 35, n° 6, pp. 792-821 (Sage Publications).
- Lasar, Judith, 1992, *La science de la communication*, Paris: Presses Universitaires de France (PUF)
- Maas, Margarita, 2007. “Por una cultura de comunicación”, en: Jorge A. González (coord.), *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*, México: CONACULTA / UNAM.
- McCombs, M.E. & Shaw, D.L., 1972, “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, 36, Summer, pp. 176-187.
- Morris, Charles, 1985, *Fundamentos de la teoría de los signos*, Barcelona: Paidós.
- Pearce, Charles Sanders, 1974, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Potter, W.J., Cooper, R., & Dupagne, M., 1993, “The three paradigms of mass media research in mainstream communication journals”, 3, 317-335. *Communication Theory*, 3, pp. 317-335.
- Potter, W.J., Cooper R., & Dupage, M., 1995, “Is Media Research Prescientific? Reply to Sparks’s Critique”, *Communication Theory*, Five: three, pp. 280-286.
- Scout, Shaun, 2005, art. “Cyber-culture”, en: *Encyclopedia of Anthropology*, SAGE Publications.
- Shanon, C.E., 1948, “The mathematical theory of communication”, *Bell System Technical Journal*, 27 (10), 379-423, 623-656.



- Sparks, Glen G., 1995, "Is Media Research Prescientific? A Final Reply to Potter, Cooper, and Dupagne", *Communication Theory*, Five: three, pp. 286-289.
- Sparks, Glen G., 1995, "Comments concerning the claim that Mass Media Research is 'prescientific': A Response to Potter, Cooper, and Dupagne", *Communication Theory*, Five: three, 273-280.
- Strinati, Dominic, 2004, *An Introduction to Theories of Popular Culture* (2a. Ed.), London / New York: Routledge.
- Thompson, John B., 1995, *The Media and Modernity*, Stanford: Stanford University Press.