

# La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación

Manuel Martín Algarra

Universidad de Navarra  
Facultad de Comunicación  
31080 Pamplona  
mmalgarra@unav.es

Data de recepció: 25/7/2008  
Data d'acceptació: 29/11/2008

## Resumen

---

La comunicación es el principal objeto de estudio de la teoría de la comunicación. Secundariamente las diferentes explicaciones que se han dado sobre esa realidad forman también parte del objeto de estudio. Sin embargo, los últimos años, al crecimiento del campo y la importancia que en él se ha dado a la reflexión teórica, han convertido a las teorías en el principal objeto de estudio para los teóricos de la comunicación: la sistematización y la evaluación de las teorías se ha convertido en la primera actividad en la reflexión teórica en comunicación. El artículo presta especial atención a una de ellas, la de Robert Craig, posiblemente la más influyente en nuestro campo en los últimos años. El autor discute críticamente la posición de Craig, que incide en la función metateórica de la teoría de la comunicación e ignora su papel principal en la definición y la caracterización de la realidad de la comunicación.

**Palabras clave:** comunicación, teoría de la comunicación, objeto de estudio, teorías de la comunicación.

## Abstract. *Communication as the Object of Study in Communication Theory*

---

Communication is the first object of study of communication theory. Secondly, the different explanations about this reality become part of the object of study. Nevertheless, the growth of the field and the importance of the theoretical reflections in it, have turned communication theories into the main object of research for communication theorists: the systematization and evaluation of theories has become the first activity in the theoretical reflection in the Field. These systematizations try to offer a coherent and unitarian articulation of theoretical advances in communication research. The article pays special attention to Robert Craig's proposal, one of the most influential in the field in the last few years. The author critically discusses Craig's position that stresses the meta-theoretical function of communication theory and ignores its first role in defining and characterizing the reality of communication.

**Key words:** communication, communication theory, object of study, communication theories.

---

### Sumario

- |  |   |
|--|---|
| A. Clasificaciones de las teorías de la comunicación | C. Para una visión disciplinar de la comunicación |
| B. Tradiciones y teorías de la comunicación en Craig | Bibliografía                                      |

Es casi un lugar común la afirmación de que las ciencias de la comunicación tienen problemas de comunicación. La equívocidad de la palabra *comunicación*, que designa el objeto y el ámbito del saber, hace problemático hablar de una ciencia de la comunicación. Para referirse a nuestro campo de estudio se utiliza con frecuencia el plural (ciencias de la comunicación, teorías de la comunicación), no tanto porque exista una diversidad de modos de aproximarse a la realidad estudiada —eso ocurre en la totalidad de los saberes— sino porque el propio objeto estudiado es en realidad un conjunto diverso de fenómenos, aparentemente sin características comunes y, por eso mismo, difícilmente agrupables. La teoría de la comunicación debiera ocuparse de describir, analizar y definir con detalle la realidad compleja que es objeto de la ciencia de la comunicación. Renunciar a ese cometido sería también renunciar al desarrollo del campo, dificultar la discusión científica y condenar el saber sobre la comunicación a la irrelevancia<sup>1</sup>.

La pluralidad de aproximaciones a la realidad de la comunicación ha hecho que la teoría de la comunicación se estudie a sí misma al incorporar esas mismas aproximaciones —ciencias o teorías de la comunicación— a su objeto de estudio<sup>2</sup>. Y resultan ser un objeto mucho más concreto —aunque en mi opinión también menos interesante— que la realidad —para muchos indefinible— de la que se ocupan. Esta mirada reflexiva que invade la teoría de la comunicación produce el efecto del espejo que refleja la imagen de otro espejo repitiéndola hasta el infinito. Es un efecto que inicialmente fascina, pero que a la larga aturde e incluso llega a aburrir, pues en el fondo no permite «entrar en materia», tocar esa realidad que merece miradas sin cuento. La teoría de la comunicación, en buena medida, ha perdido su entidad primordial

1. Donsbach ofrece al respecto claves de gran interés (Donsbach, W. (2006). «The Identity of Communication Research». *Journal of Communication*, 56, p. 437-448). Señala que la comunicación es un campo de estudio que ha experimentado el mayor crecimiento en los últimos decenios, junto con la biotecnología y las ciencias de la computación. Sin embargo, afirma, seguimos debatiendo «si la comunicación es una disciplina» (p. 439). En estos años se han acumulado muchas evidencias empíricas que nos permiten hablar con conocimiento de la realidad de la comunicación, pero el campo sufre de una constante erosión epistemológica: «este cuerpo de conocimiento sigue estando hipotecado por planteamientos que se hacen dentro y fuera de la disciplina» (p. 444).
2. Craig consagra esta idea al afirmar que la teoría de la comunicación es en realidad un metadiscurso: el discurso que hay que construir con los discursos sobre la comunicación. Cfr. CRAIG, R. T. (1999). «Communication Theory as a Field». *Communication Theory*, 9, p. 119-161.

—conocer la realidad— y se ha convertido, en acumulación que requiere una sistemática.

Los intentos de sistematizar las teorías de la comunicación son ya abundantes<sup>3</sup>. Ciertamente, ninguno de ellos hace total justicia a la realidad, ya que cualquier sistematización deja necesariamente de lado los matices que hacen única una mirada concreta frente a las demás: la ciencia, en muchos casos, no consiste en otra cosa que ordenar, sistematizar, clasificar. Sin ese ejercicio de sistematización el conocimiento no sería posible. Pero no deja de ser paradójico que la abundancia de aportaciones teóricas sea uno de los grandes problemas de la teoría de la comunicación<sup>4</sup> y que, simultáneamente, la búsqueda de una sistematización que recoja las peculiaridades de cada teoría se haya convertido en la prioridad para nuestro campo del saber. Es obvio que necesitamos conocer qué se ha dicho y cuáles son las grandes líneas o perspectivas desde las que se ha afrontado el estudio de la comunicación, pues, sin lugar a dudas, todas ellas arrojan luz sobre el objeto de estudio. Sin embargo, reducir la teoría de la comunicación a una mera recopilación, a un catálogo es caer en un sin sentido, en una erudición poco útil o, lo que es peor, en un constructivismo engañoso<sup>5</sup>. Sin duda, el estudio de las teorías de la comunicación es importante pero lo esencial es conocer la realidad de la comunicación.

## A. Clasificaciones de las teorías de la comunicación

Precisamente porque la reflexión sobre la comunicación se ha centrado más en las teorías que en la realidad de la comunicación, la búsqueda de una sistemática con la que ordenar los hallazgos teóricos en el campo es una tarea importante de los teóricos. Ya en los años cuarenta del siglo XX Lazarsfeld propuso la conocida distinción entre teorías críticas y administrativas a partir de las diferencias de metodología y de posición ideológica desde las que se reflexiona sobre la comunicación<sup>6</sup>. A partir de entonces han sido numerosas las

3. Por ejemplo, LAZARSFELD, P. F. (1941). «Remarks on Administrative and Critical Communications Research». *Studies in Philosophy and Social Science*, 9, p. 2-16; DANCE, F. E. X., «The "Concept" of Communication», en *Journal of Communication*, 20, 1970, p. 201-210; DANCE, F. E. X.; LARSON, C. E. (1976). *The Functions of Communication: A Theoretical Approach*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston; DELIA, J. G. (1987). «Communication Research: A History». BERGER, C. R. y CHAFFEE, S. H. (eds.). *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage, p. 20-98; ANDERSON, J. A. (1996). *Communication Theory: Epistemological Foundations*. Londres: Guilford Press, o las más recientes recogidas en sendos volúmenes especiales de *Journal of Communication* titulados «Special Issue on the State of the Art in Communication Theory and Research» (Part 1: *Journal of Communication* (2004), 54 y Part 2: *Journal of Communication* (2005), 55), por no mencionar los manuales de la materia.
4. Cfr. MARTÍN ALGARRA, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos, p. 30 y s.
5. Cfr. MYERS, D. (2001). «A Pox on All Compromises: Reply to Craig (1999)». *Communication Theory*, 11, p. 218.
6. Cfr. LAZARSFELD, P. F. (1941).

propuestas de clasificación de las teorías de la comunicación. Trataremos aquí de algunas de ellas.

La propuesta de Katz y otros<sup>7</sup> aplica el criterio geográfico para determinar las diversas escuelas teóricas. Éstas con frecuencia se han formado y adquirido fuerza en algunas universidades en las que se han dado condiciones adecuadas para el estudio de la comunicación con un cariz peculiar. Katz y sus colegas señalan cinco universidades con importantes escuelas en nuestro campo: Chicago, donde sitúan la primera investigación en comunicación; Columbia, donde Lazarsfeld y otros desarrollaron estudios sobre los efectos persuasivos y de gratificación de los medios en el público; Frankfurt, donde surge la investigación crítica; Toronto, donde Innis y McLuhan desarrollaron la corriente del determinismo tecnológico; y Birmingham, donde aparecen los estudios culturales. También mencionan París, con su gran tradición de estudios semióticos del cine y la cultura y la Universidad de Yale, donde Hovland dirigió un importante grupo de investigación sobre la persuasión de masas<sup>8</sup>.

Rogers, en su clásica historia del campo de la comunicación<sup>9</sup>, utiliza un criterio histórico-biográfico para estudiar el desarrollo de la investigación en comunicación. El propósito de la obra es descriptivo e historiográfico y muy centrado en los Estados Unidos, por lo que no se detiene demasiado en los criterios de sistematización de las teorías<sup>10</sup>. Hay, además, un buen grupo de autores —Hardt, Kutsch, León, Duarte, Dennis y Wartella, Rodrigo, Mattelart, etc.— que han estudiado las teorías de la comunicación en determinadas épocas y lugares<sup>11</sup>. A pesar del carácter más historiográfico que estrictamente teórico

7. Cfr. KATZ, E.; PETERS, J. D.; LIEBES, T.; ORLOFF, A. (eds.) (2003). *Canonic Text in Communication Research. Are There any? Should There Be? How about These?* Cambridge: Polity Press.
8. Cfr. *Ibid.*, p. 6. Tal vez la tradición empírica de Yale se haya extendido por muchos centros de investigación en comunicación del mundo, pero París —Francia en general— sigue siendo un lugar de referencia para los estudios de comunicación desde una perspectiva semiótica y crítica con autores tan influyentes y populares como Baudrillard, Foucault o Virilio.
9. Cfr. ROGERS, E. M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. Nueva York: The Free Press.
10. Cfr. BUXTON, W. (1996). «The Emergence of Communications Study. Psychological Warfare or Scientific Throughfare?». *Canadian Journal of Communication*, 21, en <http://www.wlu.ca/~wwwpress/jlrs/cjc/ BackIssues/21.4/buxton.html>.
11. Cfr., por ejemplo, HARDT, H. (1979). *Social Theories of the Press: Early German and American Perspectives*. Beverly Hills: Sage; HARDT, H. (1988). «Communication and Economic Thought: Cultural Imagination in German and American Scholarship». *Communication*, 10, p. 141-163; y KUTSCH, A. (1988). «Foundations of German Press Research: The Fate of Max Weber's Suggestions». *Communication*, 10, p. 165-183. LEÓN DUARTE, G. A. (2001). «Teorías e investigación de la comunicación en América Latina. Situación actual». *Ámbitos*, 7-8, p. 19-47 es una buena aproximación a la cuestión en América Latina. Rodrigo Alsina hace un recorrido por la investigación en comunicación e información en Estados Unidos, Europa, España y Cataluña: Cfr. RODRIGO ALSINA, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions, p. 79-118. MATTELART, A.; MATTELART, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, hacen una revisión de corte histórico, aunque no biográfico como Rogers, de las teorías de la comunicación. DENNIS, E. E.; WARTELLA, E. (eds.)

de buena parte de las obras citadas, todas ellas ofrecen en mayor o menor medida la posibilidad de rastrear los orígenes intelectuales de las teorías que presentan. Su limitación no viene tanto por el método histórico que utilizan cuanto por no ser exposiciones de la totalidad de las teorías existentes.

Con pretensiones y extensiones diversas, son clásicos los intentos realizados por Moragas, Delia y Littlejohn. *Sociología de la comunicación de masas*<sup>12</sup> de Miquel de Moragas es un clásico de la bibliografía sobre comunicación en español. Parte de la convicción del carácter eminentemente sociológico de la comunicación. El trabajo, que tiene una clara pretensión de totalidad, consiste en una importante labor de recopilación y sistematización de las aportaciones realizadas en el campo de la comunicación.

Es de una naturaleza y extensión muy diversa, pero también de gran interés por su amplitud conceptual *Communication Research: A History* de Delia<sup>13</sup>. Se ocupa del tema con gran amplitud, tanto desde el punto de vista histórico como disciplinario, lo que permite obtener una visión bastante completa de los orígenes conceptuales de las diversas corrientes de investigación en comunicación, así como de la configuración del campo de estudio.

El libro de Littlejohn *Theories of Human Communication*<sup>14</sup> posiblemente sea la recopilación más completa y sistemática de teorías de la comunicación publicada hasta el momento. Se trata de un manual —ya con nueve ediciones y al que puede darse por tanto carácter de fuente— que incluye exhaustivamente teorías, autores y referencias bibliográficas. Tan ingente cantidad de información precisa para ser útil de una sistemática de presentación, que es lo que nos ocupa ahora. La de Littlejohn es compleja, pues utiliza por una parte los géneros teóricos (teorías estructurales y funcionales, teorías cognitivas y del comportamiento, teorías interaccionistas, teorías interpretativas y teorías críticas) y por otra los contextos de la comunicación (interpersonal, grupal, organizacional y de masas). El resultado son las nueve categorías en las que agrupa las teorías de la comunicación<sup>15</sup>. Desde su octava edición la sistematización de la obra de Littlejohn añade a los criterios de géneros teóricos y contextos el de las tradiciones a las que hace referencia Craig en su trabajo de 1999.

Ninguno de los autores mencionados se propone primariamente con sus obras ofrecer una sistemática para la ordenación de las teorías de la comunicación. Ésta es más bien una necesidad para exponer de manera comprensible

---

(1996). *American Communication Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates se ocupan de la investigación en los Estados Unidos Estados Unidos, si bien incorporan un capítulo de Kurt Lang titulado «The European Roots».

12. Cfr. MORAGAS, M. de (ed.) (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.

13. Cfr. DELIA, J. G. (1986).

14. LITTLEJOHN, S. W. (1989). *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 3ª edición. Desde la 8ª edición, en la que figura como coautora Karen A. Foss, la obra de Littlejohn ha experimentado una profunda reelaboración. La 9ª edición se ha publicado en 2008.

15. Cfr. *Ibid.*, p. 13-18.

y accesible la información que aportan. Para ello utilizan criterios cronológicos, biográficos, temáticos, etc., solos o combinados. Como son sistematizaciones puramente instrumentales su envergadura es diversa, pero todas ofrecen ideas de interés.

Los numerosos intentos de sistematización han hecho que sea necesario a su vez sistematizar las sistematizaciones de las teorías de la comunicación. Rodrigo<sup>16</sup> y Cisneros<sup>17</sup> coinciden en parte en sus propuestas. Ambos coinciden en señalar los enfoques funcionalistas y críticos, a los que cada uno de ellos añade un tercero. Cisneros, que abandona el criterio metodológico seguido en los dos primeros enfoques, lo esboza a partir de las ideas de Habermas, Pasquali y Paoli, y que incorpora las corrientes teóricas que implican voluntad de entenderse en mutuo respeto. Por su parte, Rodrigo añade la perspectiva interpretativa, más comúnmente aceptada.

Pero la gran propuesta de sistematización de las sistematizaciones es la que acomete Robert Craig en su artículo «Communication Theory as a Field»<sup>18</sup>. Va más allá que las anteriores pues su propuesta parte de un posicionamiento epistemológico explícito: la teoría de la comunicación tiene como objeto de estudio los discursos que sobre ella se producen. Es, por tanto, una metateoría, y no propiamente una teoría. Para construir ese discurso sobre los discursos acerca de la comunicación incluye todas las teorías de la comunicación en siete grandes tradiciones intelectuales de las que proceden: retórica, semiótica, fenomenológica, cibernética, sociopsicológica, sociocultural y crítica<sup>19</sup>.

Tampoco es el objetivo primario de Craig la sistematización de las teorías de la comunicación. Craig se propone la búsqueda de la ansiada unidad del campo de estudio de la comunicación a través de la articulación de esas tradiciones entre sí por medio de una matriz que establezca los temas de contacto, las bases comunes. Tradicionalmente las teorías de la comunicación se han clasificado según las disciplinas desde las que se formulan (psicología, sociología, retórica, etc.), por el grado de integración social que implican (interpersonal, grupal, organizacional, de masas), o por su orientación epistemológica (empírica, interpretativa, crítica). Sin embargo, la propuesta de Craig «divide el campo de acuerdo con las concepciones subyacentes de práctica de la comunicación. Un efecto de este cambio en la perspectiva es que las teorías de la

16. Cfr. RODRIGO ALSINA, M. (2001), p. 161-207.

17. Cfr. CISNEROS, J. (2001). «El concepto de comunicación: el cristal con que se mira». *Ámbitos*, 7-8, p. 49-82.

18. Cfr. CRAIG, R. T. (1999), p. 132-149. A partir de esta propuesta ha preparado con Heidi Muller una antología de textos de autores de las diversas tradiciones: CRAIG, R. T.; MULLER, H. L. (eds.) (2007). *Theories of Communication*. Thousand Oaks: Sage.

19. En 2007, como fruto de la discusión académica suscitada por su artículo de 1999, el propio Craig añadió una octava tradición: la del Pragmatismo. Cfr. RUSSILL, C. (2004), *Toward a pragmatist theory of communication*. Tesis doctoral, The Pennsylvania State University, University Park, PA. (ProQuest Information and Learning Company, UMI n. 3140078. Ann Arbor, MI) y CRAIG, R. T. (2007). «Pragmatism in the Field of Communication Theory». *Communication Theory*, 17, p. 125-145.

comunicación ya no se evitan unas a otras en sus diferentes paradigmas o en sus diferentes niveles. Las teorías de la comunicación tienen ahora algo en lo que estar de acuerdo o discrepar, y ese “algo” es la comunicación, no la epistemología»<sup>20</sup>.

El importante impacto que el artículo de Craig ha tenido en la comunidad académica se debe más a lo instrumental que a lo sustancial, es decir, a la determinación de las tradiciones que a la propuesta de transformar la teoría de la comunicación en un modo de diálogo metateórico para un campo del saber con un amplio rango de visiones de la comunicación. El propio Craig se ha encargado de recordar que su propósito es alcanzar un instrumento para pensar en el campo como un todo y que, por tanto en ella sólo una pequeña parte de la investigación en teoría de la comunicación puede aparecer explícitamente representada<sup>21</sup>. Esto, en mi opinión, expresa la paradoja de la insatisfacción que produce el ya mencionado efecto especular que se da cuando la teoría de la comunicación se incorpora a sí misma como su propio objeto de estudio. Para Craig la comunicación se entiende de maneras muy diversas; de ahí que la teoría de la comunicación no pueda considerarla como objeto de estudio: al menos pasa de puntillas sobre esta cuestión. Por eso la teoría de la comunicación consiste en el establecimiento de un diálogo entre esas visiones diversas. Las teorías de la comunicación son el objeto de estudio: así surge su interesante y elaborada propuesta de redefinición metateórica del campo<sup>22</sup>.

## B. Tradiciones y teorías de la comunicación en Craig

Son siete las grandes tradiciones en la teoría de la comunicación que señala Craig: la retórica, la semiótica, la fenomenológica, la cibernética, la sociopsicológica, la sociocultural y la crítica. Vamos a ocuparnos brevemente de cada una de ellas.

Para la *retórica* la comunicación es el arte práctico del discurso. La retórica es «la fuente primaria de ideas acerca de la comunicación, antes de este siglo, y que data en los tiempos antiguos»<sup>23</sup>. Desde la Antigüedad hasta nuestros días no ha habido época histórica que no haya cultivado el arte y el estudio de la retórica y que no haya tenido sus grandes maestros.

«Formalmente hablando, la retórica es el arte de dirigirse a alguien y guiar las decisiones y los juicios, normalmente juicios públicos que no pueden decidirse por la fuerza o por el conocimiento del tema»<sup>24</sup>. Implica, por tanto, la vida social y la necesidad de deliberación para llegar a un acuerdo de entre los posibles acuerdos en los temas que exigen tomar una decisión. La retórica,

20. CRAIG, R. T. (1999), p. 135.

21. Cfr. CRAIG, R. T. (2007), p. 139.

22. Cfr. CRAIG, R. T. (1999), p. 121-124.

23. LITTLEJOHN, S. W. (1996). «Communication Theory». ENOS, T. (ed.), *Encyclopedia of Rhetoric and Composition: Communication from Ancient Times to the Information Age*. Nueva York: Garland, p. 117.

24. FARRELL, T. B. *Norms of Rhetorical Culture*. New Haven: Yale University Press, 1993, p. 1.

como saber teórico, se ha ocupado principalmente de la composición eficaz del discurso, pero no cabe duda de que la misma claridad de sus objetivos plantea profundas cuestiones teóricas que van desde lo puramente funcional a lo estético, lo ético y lo metafísico. Esta tradición identifica el discurso público para la defensa de algo como «una más de las múltiples áreas de la práctica comunicativa»<sup>25</sup> y aporta al campo su conocimiento teórico sobre ese fenómeno comunicativo concreto.

Ciertamente la retórica como campo de reflexión se ha ocupado principalmente de la composición eficaz del discurso, pero no cabe duda de que la misma claridad de sus objetivos plantea cuestiones de hondo calado teórico, yendo de lo puramente funcional a lo estético, lo ético y lo metafísico. Por otra parte, el discurso público para la defensa de algo «es una más de las múltiples áreas de la práctica comunicativa, como la conversación interpersonal, la información periodística, el diseño de CD-ROM, etc., lo que muestra que toda comunicación puede ser teorizada como un arte práctico y estudiada en buena medida de la misma manera que se ha estudiado tradicionalmente la retórica»<sup>26</sup>.

Como señala Farrell, «la investigación retórica, más comúnmente conocida como el estudio de la comunicación pública, es una de las pocas áreas de investigación que está todavía activamente informada por sus propias tradiciones»<sup>27</sup>.

También la *semiótica* tiene raíces antiguas<sup>28</sup>, aunque la tradición semiótica de la teoría de la comunicación suele mencionar a un autor moderno, John Locke, como su punto de partida<sup>29</sup>. Efectivamente, en el libro tercero de su *Ensayo sobre el entendimiento humano*, plantea sus dudas sobre la posibilidad del entendimiento entre los hombres. Con esta duda reaparece una vez más la cuestión de la intersubjetividad y de la mediación como un punto clave para reflexionar sobre la comunicación<sup>30</sup>. La semiótica contemporánea tiene como principales puntos de referencia en el siglo XIX a Peirce y a Saussure, que dieron origen a dos enfoques diferentes de la disciplina. En nuestros días el estudio de los signos continúa en las teorías del lenguaje, del discurso, de la interpretación, de la comunicación no verbal, de la cultura y de los medios<sup>31</sup>.

Retórica y semiótica tienen elementos que las hacen cercanas y lejanas a un tiempo. Por una parte ambas se asemejan en su objeto, puesto que propia-

25. CRAIG, R. T. (1999), p. 136.

26. CRAIG, R. T. «Communication Theory as a Field», *op. cit.*, p. 136.

27. FARRELL, T. B. *Norms of Rhetorical Culture*, *op. cit.*, p. 1.

28. Cfr. MANETTI, G. (1993). *Theories of the Sign in Classical Antiquity*. Bloomington: Indiana University Press.

29. Cfr. PETERS, J. D. (1986b). «John Locke, the Individual and the Origin of Communication». *Quarterly Journal of Speech*, 75, p. 387-399 y STEINER, P. (1989). «Semiotics». E. BARNOUW; G. GERBNER, W. SCHRAMM; T. L. WORTH; L. GROSS (eds.). *International Encyclopedia of Communications*. Nueva York: Oxford University Press, volumen 4, p. 46-50.

30. Cfr. el Libro III de LOCKE, J. (1980). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Madrid: Editora Nacional (original de 1690).

31. Cfr. CONESA, F.; NUBIOLA J. (1999). *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Herder.



mente estudian el lenguaje aunque con perspectivas distintas: desde su estructura argumental la primera y desde su capacidad representativa la segunda. Sin embargo, las diferencias entre ellas tienen importantes consecuencias concretas en el cultivo teórico y práctico de la comunicación. Para la semiótica, los signos son una especie de vehículos de «transporte», y permiten una concepción clara y nítida de la comunicación como transferencia de significado. La semiótica adopta por tanto una posición moderna, científica, de la comunicación que contrasta con la concepción —en parte estereotipada— que nos ha dejado la práctica de la retórica acerca de sí misma como el discurso cargado de artificio, que provoca más la confusión que la transmisión y que se usa más para la manipulación que para el entendimiento. Concluye Craig: «El debate entre la retórica y la semiótica es en la práctica importante porque en última instancia trata sobre las bases normativas de nuestro uso cotidiano de conceptos como juicio, significado y verdad en el metadiscurso práctico»<sup>32</sup>.

La semiótica se ha ocupado con atención de la transferencia de los significados y por ello ha desarrollado un vocabulario que se adapta bien a los usos de los estudiosos de la comunicación<sup>33</sup>. Pero la aportación de la tradición semiótica al estudio de la comunicación va más allá del préstamo de un vocabulario. En esta tradición se conceptualiza la comunicación como mediación intersubjetiva a través de signos lingüísticos o de otro tipo. Como señala Craig, «los problemas de comunicación en la tradición semiótica son primariamente problemas de (re)presentación y transmisión de significado, de brechas entre subjetividades que pueden ser superadas, aunque sólo de manera imperfecta, por el uso de sistemas de signos compartidos»<sup>34</sup>.

La *fenomenología* es un intento de superar las paradojas existentes en el pensamiento moderno desde la formulación del *cogito* cartesiano<sup>35</sup>, entre ellas la de la imposibilidad de dar razón del mundo social desde el yo. A lo largo de la historia, la filosofía ha intentado dar solución al problema de la intersubjetividad con el fin de explicar filosóficamente —racionalmente— el mundo de la interacción social y de la comunicación<sup>36</sup>. La fenomenología es el más logrado de esos intentos. Se ocupa de manera especial de la esfera de lo cotidiano en la que vive el hombre común y que vuelve así al foco de la reflexión filosófica del que había sido desplazada desde Descartes. En la vida cotidiana transcurre la existencia humana real, es el mundo de las apariencias, de la acción y de la comunicación.

La fenomenología ha sido muy fértil pues ha inspirado las reflexiones de autores de disciplinas variadas, como Alfred Schutz en la sociología o Carl

32. CRAIG, R. T. (1999), p. 138.

33. Cfr. LEEDS-HURWITZ, W. (ed.) (1995). *Social Approaches to Communication*. Nueva York: Gifford, p. xv.

34. CRAIG, R. T. (1999), p. 136-137.

35. Cfr. HUSSERL, E. (1985). *Meditaciones cartesianas. Introducción a la fenomenología*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

36. Cfr. MARTÍN ALGARRA, M. (1993). *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*. Pamplona: Eunsa.

Rogers en la psicología, y también de diversas corrientes de pensamiento como la hermenéutica, el existencialismo o el personalismo. Desde todos esos ámbitos la fenomenología hace aportaciones a la teoría de la comunicación, constituyendo así una tradición fecunda. Al ocuparse del mundo de lo fenoménico, del mundo tal como se nos presenta, la fenomenología ofrece a la teoría de la comunicación una puerta abierta hacia la reflexión sobre el significado y la comprensión de lo otro y de los otros. La tradición fenomenológica ha conceptualizado la comunicación como «diálogo o experiencia de la alteridad. La comunicación teorizada de ese modo explica el juego de la identidad y la diferencia en las relaciones humanas auténticas y cultiva las prácticas de comunicación que permiten y sostienen las relaciones auténticas»<sup>37</sup>.

Así, el diálogo, que implica la experiencia del otro adquiere una dimensión paradigmática en la fenomenología de la comunicación. Como afirma Díaz «en la comunicación personal lo absurdo sería pretender la ausencia de proximidad o respectividad, pues, al fin y al cabo, ¿qué significa etimológicamente el término “absurdo” sino una sencilla traducción de *ab-surdus*, sordo respecto de lo otro y respecto del otro?»<sup>38</sup>. Ciertamente el diálogo es un tema central en esta tradición que entiende la comunicación como el descubrimiento del otro, aunque la cuestión de la intersubjetividad es previa al diálogo. Éste implica la existencia del otro, no sólo de lo otro, y supone una interacción.

Si el diálogo se entiende al modo estratégico, ocurre que «la búsqueda consciente de objetivos, por muy buenas que las intenciones de uno puedan ser, aniquila el diálogo interponiendo los propios objetivos y estrategias como barrera contra la propia experiencia de uno mismo y la del otro»<sup>39</sup>. Sin duda, la «materialidad» de los productos y estrategias de la comunicación hacen correr el riesgo de olvidar que esos productos y esas estrategias son *para* la comprensión, *para* la comunión, *para* la superación de la brecha que existe entre las personas por su condición individual sin pérdida de la propia identidad<sup>40</sup>.

A veces se ha descrito la tradición fenomenológica de la teoría de la comunicación como algo idealista. Pero «la tradición fenomenológica, a pesar del lenguaje arcano que utiliza a menudo, puede ser interesante para la gente corriente a través de las apelaciones retóricas a las creencias comunes según las cuales debemos tratarnos como personas (Yo-Tú) no como cosas (Yo-Ello), y que es importante reconocer y respetar las diferencias, aprender de los otros, buscar el substrato común, y evitar la polarización y la deshonestidad estratégica en las relaciones humanas. Todos tenemos experiencia de encuentros con otros en los que parece que descubrimos una comprensión inmediata más allá de las palabras. Todos sabemos (...) que las relaciones humanas más satisfactorias se caracterizan por la reciprocidad y la no dominación»<sup>41</sup>. Ciertamente la

37. CRAIG, R. T. (1999), p. 138.

38. DÍAZ, C. (2000). *Emmanuel Mounier. (Un testimonio luminoso)*. Madrid: Palabra, p. 244.

39. CRAIG, R. T. (1999), p. 139.

40. Cfr. MARTÍN ALGARRA, M. (2003), p. 164-172.

41. CRAIG, R. T. (1999), p. 139.

tradición no esquiva las cuestiones filosóficas, antropológicas, éticas, de teoría social y política, etc., implicadas en toda acción humana<sup>42</sup>.

La *tradición cibernética* entiende la comunicación como el procesamiento de la información. Los procesos se explican especialmente bien con esquemas, y por eso Ludwig von Bertalanffy y su teoría general de sistemas<sup>43</sup> encajan en esta tradición y conviven con la escuela propiamente cibernética, representada principalmente por Wiener<sup>44</sup> y Shannon y Weaver<sup>45</sup>.

Esta tradición, que introdujo la idea de proceso en la comunicación, estudia por qué funcionan —o por qué no— los sistemas complejos, vivos o no, grandes o pequeños... Si la comunicación se reduce al cumplimiento del proceso, la investigación sobre la comunicación consistirá en el análisis de las razones de su buen o mal funcionamiento.

El éxito de los modelos cibernéticos en todos los ámbitos del saber es justamente su flexibilidad y versatilidad: ser adaptables a cualquier realidad y, por tanto, útiles y muy usados para la explicación y la generalización, especialmente en las humanidades. De ahí que casi cualquier realidad pueda explicarse con los esquemas y el vocabulario de la teoría de la información<sup>46</sup> y que se consideren entre las teorías de la comunicación aportaciones de áreas tan diversas como la teoría de sistemas y la teoría de la información, la inteligencia artificial, las ciencias cognitivas, la teoría social funcionalista, el análisis de redes o las propuestas sobre la comunicación interpersonal de Palo Alto<sup>47</sup>.

La pretensión de universalidad de la teoría general de sistemas o de la teoría de la información está construida sobre la base de una renuncia a conocer lo que las cosas son: basta el conocimiento de cuál es su función. Esto plantea problemas de carácter epistemológico pues, en última instancia, al renunciar al ser se renuncia al distinguir, y así ocurre que en el concepto de comunicación formalizado al modo cibernético cabe todo: «Para la cibernética, la distinción entre mente y materia es sólo una distinción funcional como la distinción entre *hardware* y *software*. El pensamiento no es más que procesamiento de información, y por eso tiene perfecto sentido decir que el pensamiento individual es comunicación “intrapersonal” y que los grupos y las organizaciones también piensan, las sociedades todas piensan, y los robots y

42. Cfr. PETERS, J. D. (1999). *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. Londres: The University of Chicago Press, p. 10.

43. Cfr. BERTALANFFY, L. von (1976). *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.

44. Cfr. WIENER, N. (1948). *Cybernetics*. Nueva York: John Wiley.

45. Cfr. SHANNON, C.; WEAVER, W. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

46. Cfr. ROGER, J. (a cura di) (1974). *La Teoria dell'Informazione*. Bologna: Società Editrice Il Mulino, p. 5 y PETERS, J. D. (1986a). «Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research». *Communication Research*, 13, p. 528 y s.

47. Cfr. WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D. (1967). *The Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*. Nueva York: W. W. Norton.

los organismos artificiales pensarán finalmente»<sup>48</sup>. No es posible distinguir, separar, organizar, clasificar... En una palabra, no es posible hacer ciencia si el objeto de estudio se constituye funcionalmente. Por eso frecuentemente esta tradición sobre la comunicación resulta «inaceptable para el sentido común porque señala sorprendentes analogías entre los sistemas vivientes y los no vivientes, desafía las creencias comunes sobre el significado de la conciencia y la emoción, y cuestiona nuestras distinciones habituales entre mente y materia, forma y contenido, lo real y lo artificial»<sup>49</sup>.

Desde la tradición cibernética, la «información» (*lo que* un mensaje significa) no es más que una función (como la de *feedback* o la reducción de la incertidumbre). En la teoría matemática de la comunicación no existe propiamente el mensaje sino la función de mensaje. No interesa el contenido, puesto que lo que importa es la realización del proceso. En realidad la teoría matemática de la comunicación es más un esquema que una propuesta teórica: es ciertamente abstracta, pero no teórica.

En suma, en la cibernética, los problemas de comunicación son interrupciones en el flujo de información debido al ruido, a la sobrecarga de información o a la inadecuación entre estructura del sistema y las funciones que cabe esperar de él. Las soluciones para los problemas de comunicación son fundamentalmente tecnológicas: procesado de información y métodos de diseño de sistemas, análisis y gestión y, en última instancia, la reparación o terapia de esos problemas.

Hay quienes consideran que la teoría de la comunicación es la teoría de la información e identifican el concepto de comunicación con el de transmisión. También hay autores que sostienen que, propiamente hablando, en la tradición cibernética está el origen de la teoría de la comunicación: «La teoría de la comunicación moderna surge del vínculo cibernético entre la estadística y la teoría del control»<sup>50</sup>. Parecen afirmaciones exageradas, aunque ciertamente cibernética tuvo a mediados del siglo XX un gran impacto en todos los campos del saber<sup>51</sup>, especialmente en el nuestro por su estado todavía naciente, por la pobreza de su configuración como disciplina y porque la propuesta de la teoría matemática de la comunicación ofrecía unos instrumentos de trabajo (vocabulario, metodología, etc.) y una apariencia científica (con su consiguiente dosis de respetabilidad) de los que hasta entonces había carecido la investigación de la comunicación<sup>52</sup>.

Podría añadirse que la tradición cibernética ha encontrado una revitalización con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comu-

48. CRAIG, R. T. (1999), p. 141.

49. *Ibid.*

50. KRIPPENDORFF, K. (1989). «Cybernetics». En: E. BARNOUW; G. GERBNER, W. SCHRAMM; T. L. WORTH; L. GROSS (eds.). *International Encyclopedia of Communications*. Nueva York: Oxford University Press, volumen 4, p. 444.

51. Cfr. ROGER, J. (a cura di) (1974), p. 6.

52. Cfr. CRAIG, R. T. (1999), p. 122; FISHER, B. A. (1978). *Perspectives on Human Communication*. Nueva York: MacMillan, p. 18 y PETERS, J. D. (1986a), p. 528.

nicación. Ciertamente los fundamentos de la teoría de la información no aparecen entre los conceptos básicos a los que apelan los nuevos autores, pero sí nos recuerdan que el interés de la tradición cibernética en la comunicación no fue algo circunscrito a un determinado momento de la historia de nuestro campo. La tecnología se revela como elemento trascendental en la comunicación, que estimula reflexiones teóricas sobre ella de gran calado y repercusión en muchos otros ámbitos del saber. Algunas de esas reflexiones advierten sobre las consecuencias sociales, culturales y para la convivencia de una consideración de la comunicación que entroniza la tecnología. Tal es el caso de autores como Paul Virilio, que desde el ensayo, con obras como *El ciber mundo, la política de lo peor* o *La bomba informática* que, sin proceder de nuestro campo teórico, reflexiona sobre las repercusiones morales, políticas y culturales de las tecnologías de la comunicación en las sociedades modernas y en la configuración de las comunidades de un modo democrático (o antidemocrático)<sup>53</sup>. En este mismo campo, pero a diferencia de Virilio, desde la misma teoría de la comunicación, autores como Pierre Levy y Daniel Holmes arrojan reflexiones interesantes sobre la comunicación. El primero de ellos, Levy<sup>54</sup>, desarrollando las ideas de Deleuze, se anticipa a los grandes cambios que Internet introduce en el mismo concepto de comunicación. *L'intelligence collective* anticipa la nueva idea de hombre que el mundo virtual e interconectado tiene gracias a la red. El individuo omnipotente de la Ilustración da paso a un hombre en red y transforma la realidad en algo virtual que puede ser compartido a través de ella. El mundo se convierte de nuevo en un mundo de comunidades, de hombres que interactúan (en la red) sobre realidades (virtuales) accesibles. Esta es, precisamente, la aportación que Holmes<sup>55</sup> hace desde su teoría de la comunicación a partir del protagonismo comunicacional de las nuevas tecnologías: la vuelta a la comunidad es posible por el nuevo concepto de comunicación que Internet permite formular.

La tradición *sociopsicológica* del estudio de la comunicación se denomina habitualmente *mass communication research*. Como señala Delia, tras la Segunda Guerra Mundial «el estudio de la comunicación encontró sus principales modelos en los estudios de Lazarsfeld y Berelson sobre el voto y en los estudios experimentales de Hovland sobre la persuasión. A mediados de los años cincuenta, el estudio sobre comunicación de corte teórico se interesó sobre temas relacionados con los efectos. Este trabajo recreaba en líneas generales el marco de la mediación de la psicología social que ya había puesto de manifiesto en los años treinta (...) los roles mediadores en la comunicación de las predisposiciones del receptor y los procesos sociales, y (...) la posibilidad de efectos diferenciados»<sup>56</sup>.

53. Cfr. VIRILIO, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1997; y del mismo VIRILIO (1999). *La bomba informática*. Madrid: Cátedra.

54. Cfr. LEVY, P. (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte, 1994 y (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?* París: La Découverte.

55. Cfr. HOLMES, D. (2005). *Communication Theory. Media Technology and Society*. Londres: Sage.

56. DELIA, J. G. (1987), p. 63.

Esta tradición es muy relevante en los estudios sobre comunicación. En ella la comunicación se conceptualiza como un proceso de expresión, interacción e influencia. En este proceso, afirma Craig, «el comportamiento de los humanos, o de otros organismos complejos, expresa mecanismos, estados y rasgos psicológicos y, a través de la interacción con las expresiones similares de otros individuos, produce una gama de efectos cognitivos, emocionales y de comportamiento»<sup>57</sup>.

Desde el punto de vista sociológico, los procesos de comunicación pueden ser diversos: de uno a otro, de uno a muchos, de muchos a muchos... Cuando en el proceso están implicados muchos serán necesarias las tecnologías de la comunicación de masas. En cualquier caso la comunicación habrá de contar siempre con las características sociológicas del entorno y los grupos en los que tiene lugar el proceso así como con las predisposiciones psicológicas de los que participan en él, es decir, sus actitudes, estados emocionales, personalidad, etc., que podrán ser a su vez modificadas por los efectos de la misma interacción social, esté o no mediada por la tecnología.

Como señala Craig, «al entender así la comunicación, la tradición socio-psicológica explica las causas y efectos de los comportamientos individuales y sociales y cultiva los modos de utilizar el control de esos efectos»<sup>58</sup>. La modificación de comportamientos y conocimientos y la medición de esos cambios es uno de los objetivos fundamentales de la comunicación y de su investigación en esta tradición<sup>59</sup>: sus resultados son abundantes en todos los niveles y especialmente en la comunicación de masas.

Aunque está impregnada de positivismo metodológico y de un cierto mecanicismo psicológico, la *mass communication research*, lleva a cabo una aproximación bastante certera a la comunicación como realidad. Ha sabido combinar el estudio de los elementos de la comunicación con los procesos que ponen en relación esos elementos y con el resultado de esa relación (en este sentido es deudora de la teoría general de sistemas). Sin embargo en esta tradición se da un papel pasivo al que recibe la influencia<sup>60</sup>. En buena medida ésta es su mayor debilidad, pues quienes son objeto de la influencia no son en absoluto pasivos. En la comunicación no hay sólo un actor: cada partícipe en la situación de comunicación lo es. La comunicación pierde su razón de ser cuando abando-

57. CRAIG, R. T. (1999), p. 143.

58. *Ibid.*

59. Cfr. DONSBACH, W. (2006), p. 443.

60. Prueba de ello es la propia evolución histórica de la *mass communication research* que, de manera especialmente manifiesta desde la publicación de *Personal Influence*, tendió a dar cada vez menor relevancia a los medios como principales causantes de los efectos en la audiencia (cfr. KATZ, E.; LAZARSFELD, P. F. (1955). *Personal Influence*. Nueva York: Free Press). La investigación empírica más reciente —la *agenda-setting* es un ejemplo ampliamente replicado y especialmente importante en nuestro país— parece haber resituado los efectos de los medios en un justo medio. Cfr., por ejemplo, LÓPEZ-ESCOBAR, E.; MCCOMBS, M.; REY, F. (1996). «Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: *agenda-setting* y consenso». *Comunicación y Sociedad*, 9, p. 91-125.

## Conceptualización de la comunicación en las siete tradiciones teóricas

	<b>Comunicación</b>	<b>Problemas de comunicación</b>
<b>Retórica</b>	El arte práctico del discurso	Exigencia social que requiere deliberación y juicios colectivos
<b>Semiótica</b>	Mediación intersubjetiva por signos	Mala comprensión o brecha entre puntos de vista subjetivos
<b>Fenomenológica</b>	Experiencia del otro; diálogo	Ausencia de, o fallo para mantener, auténtica relación humana
<b>Cibernética</b>	Procesamiento de la información	Ruido; sobrecarga; infracarga; disfunción o fallo en un sistema
<b>Sociopsicológica</b>	Expresión, interacción e influencia	Situación que requiere manipulación de las causas del comportamiento para alcanzar resultados específicos
<b>Sociocultural</b>	(Re)producción del orden social	Conflicto; alienación; mala alineación; fallo de coordinación
<b>Crítica</b>	Reflexión discursiva	Ideología hegemónica; situación de habla sistemáticamente distorsionada

Elaboración propia a partir de Craig, R. T. (1999).

na esa orientación social, cuando no es necesaria la participación del otro para completar la acción, el proceso, sino que hay un simple contacto entre individuos que no se exigen mutuamente para alcanzar un fin común<sup>61</sup>. La consabida falta de fundamentación teórica de esta tradición hace en ocasiones contradictorios sus avances. Parte, como es habitual en la tradición liberal, de una concepción exclusivamente individualista del ser humano. Pero si se entiende al hombre sólo como individuo no cabe la acción social, la interacción.

En todo caso, podría decirse que la tradición sociopsicológica supera la concepción de la comunicación como mero proceso, como mero contacto de la tradición cibernética. En ella además importan los contenidos simbólicos y las acciones. Y, frente a la tradición semiótica, la sociopsicológica sostiene que la comunicación no son sólo signos (contenidos) sino signos que afectan, que están en alguien, que llegan a alguien, que proceden de alguien. En ese sentido puede afirmarse que es una visión que humaniza la comunicación.

La *tradición sociocultural* se centra también en los efectos de la comunicación más que en su naturaleza. Frente a la tradición sociopsicológica, al hablar de efectos esta tradición se refiere al orden social que resulta de la comunicación, específicamente de la comunicación de masas. Así, James Carey define

61. Cfr. MARTÍN ALGARRA, M. (2003), p. 71.

la comunicación como «un proceso simbólico por medio del cual la realidad es producida, mantenida, reparada y transformada»<sup>62</sup>. También se alejan ambas tradiciones desde el punto de vista de la metodología utilizada<sup>63</sup> y de sus conexiones ideológicas, pues la teoría sociocultural de la comunicación es en parte heredera del pensamiento marxista a través de los autores de la Escuela de Frankfurt, y también de la semiótica, especialmente de Roland Barthes, del pensamiento de antropólogos como Geertz y de filosofías de corte radical como la del francés Michel Foucault o la de Noam Chomsky.

Craig afirma que en los distintos planteamientos de esta corriente la comunicación se concibe como un proceso simbólico que produce y reproduce pautas socioculturales compartidas. La comunicación, por tanto, explica cómo se crea, se realiza, se sostiene y se transforma el orden social (un fenómeno de nivel macro) en los procesos de interacción de nivel micro.

Esta tradición entiende que el ambiente sociocultural está constituido y mantenido en buena parte por códigos simbólicos y medios de comunicación. El proceso de producción del ambiente social está dominado por el choque dialéctico de lo ya establecido (el orden social) y la novedad introducida por la interacción. En ese sentido el proceso de «producción» y «reproducción» que propone la tradición sociocultural sugiere la paradójica naturaleza reflexiva del proceso: por una parte, nuestras interacciones cotidianas con los otros dependen y están condicionadas intensamente por las pautas culturales y, por otra, las estructuras sociales preexistentes son producidas por nuestras interacciones cotidianas previas. Pero, al mismo tiempo, la interacción social es también un proceso creador que permite e incluso requiere una buena cantidad de improvisación y que, colectivamente y a largo plazo, produce el mismo orden social que hace posible la interacción en primera instancia y al que se opondrá dialécticamente después<sup>64</sup>. Se da, pues, la paradoja de que las posiciones rupturistas, opuestas a las hegemónicas, acabarán convirtiéndose en sistemas que se imponen, y que se convertirán con el tiempo en «el orden establecido hegemónico». Éste, a su vez, será combatido por posiciones revolucionarias y rupturistas que anteriormente fueron contrarrevolucionarias.

La tradición *crítica* (considerada en sentido amplio) se relaciona estrechamente con la anterior, y va desde Marx, a través de la Escuela de Frankfurt o de otras líneas del marxismo tardío o del postmarxismo hasta las teorías actuales de la economía política, los estudios culturales, el feminismo y escuelas de pensamiento más recientes inspiradas, por ejemplo, en el indigenismo, la transgresión, el independentismo o la globalización. Como todo pensamiento dialéctico, esta tradición hunde sus raíces en las ideas de Platón sobre la dialéctica como método para alcanzar la verdad por medio de preguntas que provocan la

62. CAREY, J. (1992). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Nueva York: Routledge, p. 23.

63. Cfr. HALL, S. (ed.) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage.

64. Cfr. CRAIG, R. T. (1999), p. 144-145.



reflexión crítica al descubrir las contradicciones de las posiciones previamente asumidas. Pero la teoría crítica es fundamentalmente heredera del marxismo. No obstante, ya la primera Escuela de Frankfurt cultivó un marxismo heterodoxo al sustituir la crítica de la economía política cultivada por el marxismo clásico por la de la estructura social, en la que interactúan los individuos y en la que se produce su auténtica opresión. «Para la tradición crítica el problema de comunicación básico en la sociedad surge de las fuerzas materiales e ideológicas que impiden o distorsionan la reflexión discursiva. La comunicación así concebida explica cómo la injusticia social se perpetúa por las distorsiones ideológicas y cómo la justicia puede ser en teoría potenciada a través de prácticas comunicativas que hagan posible la reflexión crítica o la toma de conciencia con el fin de desenmascarar esas distorsiones y así hacer posible la acción política para liberar de ellas a los implicados»<sup>65</sup>.

El marxismo pone un gran énfasis en los medios de comunicación. La comunicación es el resultado de la tensión entre la creatividad individual y la presión social sobre esa creatividad. Sólo cuando los individuos sean verdaderamente libres de expresarse a sí mismos clara y racionalmente quedarán liberados de la opresión, pero eso no es posible en la sociedad de clases. Por eso, el conflicto, la tensión, la contradicción son realidades inevitables en nuestra sociedad mientras perviva el orden social actual. La situación ideal es aquella en la que puedan oírse todas las voces de modo que ninguna de ellas se imponga a las demás.

En su *Teoría de la acción comunicativa*, Jürgen Habermas<sup>66</sup> enfatiza la inestabilidad intrínseca en los actos de comunicación, que en principio están orientados al logro de la comprensión mutua, pero en los que *de facto* existe una tendencia inherente a ser juzgados como no verdaderos, defectuosos, distorsionados, incompletos. «La auténtica comunicación se da sólo en el proceso de *reflexión discursiva* que mueve a una trascendencia que nunca puede ser completa y finalmente conseguida, pero el proceso reflexivo en sí mismo es progresivamente emancipatorio»<sup>67</sup>.

En toda la tradición crítica, pero especialmente en Habermas, junto con el marxismo —o tal vez como consecuencia de él— convive una postura ilustrada que confía en la posibilidad de un diálogo público racional e igualitario en el espacio público. En él se darían las condiciones de igualdad que posibilitarían la verdadera democracia gracias a una opinión pública regida por los verdaderos intereses públicos y ciudadanos<sup>68</sup>. Elisabeth Noelle-Neumann es muy crítica con esta postura habermasiana: en primer lugar porque la investigación histórica ha refutado la idílica visión de Habermas sobre la igualdad y la democracia en la Francia de la Ilustración<sup>69</sup>; y en segundo lugar porque considera

65. CRAIG, R. T. (1999), p. 147.

66. Cfr. HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus, 1998.

67. CRAIG, R. T. «Communication Theory as a Field», *op. cit.*, p. 147.

68. Cfr. HABERMAS, J. (1998). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.

69. Cfr. NATHANS, B. (1990). «Habermas "Public Sphere" in the Era of the French Revolution». *French Historical Studies*, 16, p. 620-644.

que la opinión pública es básicamente irracional y emocional, y responde a mecanismos de defensa o de miedo a la exclusión y no a la racionalidad de las decisiones libres<sup>70</sup>.

### C. Para una visión disciplinar de la comunicación

La riqueza que aportan las teorías de la comunicación al conocimiento de la realidad de la comunicación es evidente. Prescindir de ellas sería de presuntuosos o ignorantes. Es claro que ese patrimonio del que afortunadamente disponemos enriquece las posibilidades de conocimiento de nuestro objeto de estudio: esa realidad llamada comunicación, difícil de definir pero protagonista de la vida de cada ser humano en sociedad. Comprender la comunicación es el fin primordial de la teoría de la comunicación. Y el conocimiento de las teorías es un medio imprescindible para este fin.

El estudio de las teorías de la comunicación es, pues, un objeto de estudio secundario pero necesario para la teoría de la comunicación. Entre otras cosas porque ayuda a configurar disciplinariamente el campo abriendo las puertas al enriquecimiento mutuo de corrientes de estudio de la comunicación que han estado tradicionalmente aisladas.

Al considerar la teoría de la comunicación sólo como metadiscurso, Craig asimila la realidad de la comunicación y las teorías de la comunicación como objetos de estudio de nuestra disciplina. Sin embargo, ese diálogo de las teorías no se ocupa de los verdaderos problemas de la comunicación, que son principalmente los problemas de comunicación de los seres humanos y sólo secundariamente los problemas de los teóricos de la comunicación para configurar su campo de estudio. Pero, ciertamente, la aportación de Craig es, en general, muy positiva. No sólo porque lo es todo esfuerzo explicativo y sistematizador adecuadamente fundamentado (y sin duda estamos ante uno), sino porque aporta ideas de sumo interés. En primer lugar sostiene que la teoría de la comunicación debe y puede tener como objeto de estudio las teorías de la comunicación, con lo que además propone una solución para las tradicionales dificultades de comunicación existentes en nuestro campo. En segundo lugar, Craig apuesta por una versión disciplinar de la teoría de la comunicación: «La principal consecuencia de nuestra práctica disciplinar es que nosotros, los teóricos de la comunicación, tenemos ahora algo muy importante sobre lo que debatir —la práctica social de la comunicación—, de manera que debemos dejar de ignorarnos unos a otros y comenzar a orientar nuestro trabajo al campo de la teoría de la comunicación. De hacer esto el resultado será que habrá un campo de estudio de la teoría de la comunicación»<sup>71</sup>. Y en tercer lugar, Craig clama por la necesidad de hacer más comprensible el campo de estudio a los investigadores de la comunicación, dotándolo así de una «audiencia disciplinar»

70. Cfr. NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, p. 83-91.

71. *Ibid.*, p.152-153.

que acoja a todos los que se dedican a la investigación y docencia de la comunicación, lo que implica ampliar el campo más allá de las percepciones de cada corriente o escuela, definir las preocupaciones y temas para la investigación interdisciplinar, y formar a nuestros estudiantes en la misma existencia del campo de estudio.

La construcción de una comunidad disciplinar es una consecuencia directa de la efectiva comunicación dentro del campo. Por eso son de especial interés las reflexiones de Craig sobre la aplicación de la investigación a la docencia de la teoría de la comunicación: «Los que enseñamos teoría de la comunicación nos enfrentamos a retos únicos. Los alumnos de grado vienen a las clases de teoría de la comunicación en busca de algo práctico, y nosotros les ofrecemos teoría. Vienen a recibir algo comprensible, y les ofrecemos fragmentos de una materia que nadie puede comprender (...). Los análisis [metateóricos presentados] invitan a una pedagogía que se ocupa del campo entero como un recurso para reflexionar sobre problemas prácticos y, moviéndose desde la visión esquematizada más profundamente en el campo, no se alejan de las preocupaciones prácticas sino que se implican más profundamente en ellas»<sup>72</sup>. Reconoce, pues, la naturaleza instrumental de las teorías para enseñar la teoría, lo cual implica un reconocimiento de que la naturaleza metadiscursiva de la teoría de la comunicación no es el mejor modo de caracterizar el campo. El análisis metadiscursivo puede ser adecuado para ocuparse de las teorías como objeto de estudio, pero no de la comunicación como objeto de estudio.

Craig hace referencia también a los estudiantes de postgrado, es decir, a los que comienzan su actividad investigadora. Según él, con éstos conviene ir más allá, pues no les basta con conocer las teorías, sino que han de aprender a usarlas en su trabajo de indagación sobre la realidad de la comunicación. Por ello los estudiantes de postgrado que quieran llevar a cabo una investigación «no pueden ignorar la necesidad de especializarse metodológicamente y, por tanto, teóricamente»<sup>73</sup>. No obstante, Craig mantiene su idea de que «una visión panorámica del campo les puede capacitar para destacar las implicaciones del trabajo especializado a audiencias disciplinares, interdisciplinares o legas»<sup>74</sup>. A las sugerencias de Craig habría que añadir una aportación práctica interesante que la teoría de la comunicación puede hacer al resto del campo de estudio: comprender la unidad de la comunicación como campo de estudio en el que se articulan las diversas disciplinas que se ocupan de los fenómenos comunicativos.

La visión del campo de estudio realizada por Craig nos ofrece una panorámica excelente de lo que hay en la teoría de la comunicación. Al asumir que pueden surgir, y que de hecho surgirán, nuevas perspectivas teóricas, reconoce la riqueza del concepto de comunicación. También es una afirmación de

72. *Ibid.*, p. 154.

73. REEVES, B. (1996). «Standpoint: How we Study what we Study». *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36, p. 238.

74. CRAIG, R. T. (1999), p. 154.

que la capacidad humana de conocer es limitada y de que, a pesar de ello, existen maneras diversas pero igualmente adecuadas para explicar una realidad hasta cierto punto inefable como la de la comunicación. Siempre se podrán decir más cosas y mejor dichas sobre ella: por eso, en contra de lo vaticinado por Berelson<sup>75</sup>, la comunicación como campo de estudio nunca se agotará.

## Bibliografía

- ANDERSON, J. A. (1996). *Communication Theory: Epistemological Foundations*. Londres: Guilford Press.
- AUDI, R. (ed.) (1995). *The Cambridge Dictionary of Philosophy*. Nueva York: Cambridge University Press.
- BERELSON, B. (1959). «The State of Communication Research». *Public Opinion Quarterly*, 23, p. 1-6.
- BERTALANFFY, L. von (1976). *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo, aplicaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BUXTON, W. (1996). «The Emergence of Communications Study. Psychological Warfare or Scientific Thoroughfare?». *Canadian Journal of Communication*, 21, en <http://www.wlu.ca/~wwwpress/jlrs/cjc/BackIssues/21.4/buxton.html>.
- CARABAUGH, D. (1996). *Situating Selves: The Communication of Social Identities in America Scenes*. Albany: Suny Press.
- CAREY, J. (1992). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Nueva York: Routledge.
- CISNEROS, J. (2001). «El concepto de comunicación: el cristal con que se mira». *Ámbitos*, 7-8, p. 49-82.
- CONESA, F.; NUBIOLA, J. (1999). *Filosofía del lenguaje*. Barcelona: Herder.
- CRAIG, R. T. (1999). «Communication Theory as a Field». *Communication Theory*, 9, p. 119-161.
- (2007). «Pragmatism in the Field of Communication Theory». *Communication Theory*, 17, p. 125-145.
- CRAIG, R. T.; MULLER, H. L. (eds.) (2007). *Theories of Communication*. Thousand Oaks: Sage.
- DANCE, F. E. X. (1970) «The “Concept” of Communication». *Journal of Communication*, 20, p. 201-210.
- DANCE, F. E. X.; LARSON, C. E. (1976). *The Functions of Communication: A Theoretical Approach*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.
- DELIA, J. G. (1987). «Communication Research: A History». En: BERGER, C. R. y CHAFFEE, S. H. (eds.). *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage, p. 20-98.
- DENNIS, E. E.; WARTELLA, E. (eds.) (1996). *American Communication Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- DÍAZ, C. (2000). *Emmanuel Mounier. (Un testimonio luminoso)*. Madrid: Palabra.
- DONSBACH, W. (2006). «The Identity of Communication Research». *Journal of Communication*, 56, p. 437-448.
- FARRELL, T. B. (1993). *Norms of Rhetorical Culture*. New Haven: Yale University Press.

75. Cfr. BERELSON, B. (1959). «The State of Communication Research». *Public Opinion Quarterly*, 23, p. 1.

- FISHER, B. A. (1978). *Perspectives on Human Communication*. Nueva York: MacMillan.
- HABERMAS, J. (1982). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1998). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- HALL, S. (ed.) (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage.
- HARDT, H. (1988). «Communication and Economic Thought: Cultural Imagination in German and American Scholarship». *Communication*, 10, p. 141-163.
- (1979). *Social Theories of the Press: Early German and American Perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- HOLMES, D. (2005). *Communication Theory. Media Technology and Society*. Londres: Sage.
- HUSSERL, E. (1985). *Meditaciones cartesianas. Introducción a la fenomenología*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Journal of Communication* (2004). *Special Issue on the State of the Art in Communication Theory and Research*, Part 1, 54.
- (2005). *Special Issue on the State of the Art in Communication Theory and Research*, Part 2, 55.
- KATZ, E.; LAZARSFELD, P. F. (1955). *Personal Influence*. Nueva York: Free Press.
- KATZ, E.; PETERS, J. D.; LIEBES, T.; ORLOFF, A. (eds.) (2003). *Canonic Text in Communication Research. Are There any? Should There Be? How about These?* Cambridge: Polity Press.
- KRIPPENDORFF, K. (1989). «Cybernetics». BARNOUW, E.; GERBNER, G.; SCHRAMM, W.; WORTH, T. L.; GROSS, L. (eds.). *International Encyclopaedia of Communications*. Nueva York: Oxford University Press, volumen 1, p. 443-446.
- KUTSCH, A. (1988). «Foundations of German Press Research: The Fate of Max Weber's Suggestions». *Communication*, 10, p. 165-183.
- LAZARSFELD, P. F. (1941). «Remarks on Administrative and Critical Communications Research». *Studies in Philosophy and Social Science*, 9, p. 2-16.
- LEEDS-HURWITZ, W. (ed.) (1995). *Social Approaches to Communication*. Nueva York: Gilford.
- LEÓN DUARTE, G. A. (2001). «Teorías e investigación de la comunicación en América Latina. Situación actual». *Ámbitos*, 7-8, p. 19-47.
- LEVY, P. (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte, 1994.
- (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?* París: La Découverte.
- LITTLEJOHN, S. W. (1989). *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth Publishing Company (3ª edición).
- (1996). «Communication Theory». ENOS, T. (ed.). *Encyclopedia of Rhetoric and Composition: Communication from Ancient Times to the Information Age*. Nueva York: Garland, p. 117-121.
- LITTLEJOHN, S. W.; FOSS, K. A. (2008). *Theories of Human Communication*. Belmont: Wadsworth Publishing Company (9ª edición).
- LOCKE, J. (1980). *Ensayo sobre el entendimiento humano*. Madrid: Editora Nacional (original de 1690).
- LÓPEZ-ESCOBAR, E.; MCCOMBS, M.; REY, F. (1996). «Una dimensión social de los efectos de los medios de difusión: agenda-setting y consenso». *Comunicación y Sociedad*, 9, p. 91-125.
- MANETTI, G. (1993). *Theories of the Sign in Classical Antiquity*. Bloomington: Indiana University Press.
- MARTÍN ALGARRA, M. (1993). *La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schutz*. Pamplona: Eunsa.

- MARTÍN ALGARRA, M. (2003) *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- MATTELART, A.; MATTELART, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MORAGAS, M. DE (ed.) (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MYERS, D. (2001). «A Pox on All Compromises: Reply to Craig (1999)». *Communication Theory*, 11, p. 218-230.
- NATHANS, B. (1990). «Habermas “Public Sphere” in the Era of the French Revolution». *French Historical Studies*, 16, p. 620-644.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- PETERS, J. D. (1986a). «Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research». *Communication Research*, 13, p. 527-559.
- (1986b). «John Locke, the Individual and the Origin of Communication». *Quarterly Journal of Speech*, 75, p. 387-399.
- (1999). *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. Londres: The University of Chicago Press.
- REEVES, B. (1996). «Standpoint: How we Study what we Study». *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 36, p. 235-238.
- RODRIGO ALSINA, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions.
- ROGER, J. (a cura di) (1974). *La Teoría dell'Informazione*. Bolonia: Società Editrice Il Mulino.
- ROGERS, E. M. (1994). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. Nueva York: The Free Press.
- RUSSILL, C. (2004). *Toward a pragmatist theory of communication*. Tesis doctoral, The Pennsylvania State University, University Park, PA. (ProQuest Information and Learning Company, UMI n. 3140078. Ann Arbor, MI).
- SHANNON, C.; WEAVER, W. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- STEINER, P. (1989). «Semiotics». BARNOUW E.; GERBNER, G.; SCHRAMM, W.; WORTH, T. L.; GROSS, L. (eds.). *International Encyclopaedia of Communications*. Nueva York: Oxford University Press, volumen 4, p. 46-50.
- VIRILIO, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1997.
- (1999). *La bomba informática*. Madrid: Cátedra.
- WATZLAWICK, P.; BEAVIN, J. H.; JACKSON, D. D. (1967). *The Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*. Nueva York: W. W. Norton.
- WIENER, N. (1948). *Cybernetics*. Nueva York: John Wiley.

---

**Manuel Martín Algarra.** Es catedrático de universidad. Licenciado y doctor en Ciencias de la Información, enseña Teoría de la Comunicación en la Universidad de Navarra. Es autor de *Teoría de la comunicación: una propuesta* (Madrid: Tecnos, 2003. 3ª reimpresión, 2008).

---