

De las “teorías de la comunicación” a una “semiótica psico-socio-cultural”: reflexión teórico-curricular sobre la educación superior en comunicación

JORGE BELMONTE AROCHA

Universitat Jaume I, Valencia (Spain)

Abstract

El presente texto contempla las «Teorías de la Comunicación», como campo de conocimiento, materia de estudio, asignatura de los programas universitarios, «Ciencia» y «Curriculum» a la vez, dentro de paradigmas cambiantes que modelan la docencia, la investigación y la reflexión sobre «la Comunicación» a lo largo de la historia y la geografía del conocimiento, como formaciones discursivas que construyen su objeto académico basándose en intereses, ideologías y presupuestos no siempre lo debidamente explícitos. Asimismo, las expone, interpreta y relaciona, de manera parcial y particular, agrupándolas en «perspectivas», con la intención expresa de conectarlas con los enfoques alternativos que se han ido desarrollando en el campo de la Psicología Social, y plantear así la propuesta de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural». De acuerdo con Talens (2003), la Semiótica en su sentido más plural y heterodoxo, el que conecta con el postestructuralismo, el psicoanálisis y los estudios de género —ejemplo de la cual podemos encontrar en la obra de Colaizzi (2006, 2007)—, ha podido echar raíces con gran fuerza en los últimos tiempos en el campo transdisciplinar de los Estudios Culturales. La Semiótica así, en su vertiente postestructuralista, psicoanalítica, feminista... alcanza a plantear de forma radical la relación entre los textos y las identidades, pudiendo funcionar como revulsivo del enfoque psicosocial de la comunicación, y redefinir la presencia de la Psicología Social en el análisis de la comunicación, llevándola del planteamiento cuantitativo y positivista, predominante en las primeras épocas, hasta un enfoque transdisciplinar, discursivo, crítico y construccionista. Partiendo de lo anterior, se plantearía la posibilidad de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural», centrada en la construcción textual y multidiscursiva de la subjetividad, como puente transdisciplinar entre «Humanidades» y «Ciencias Sociales».

1. LAS «TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN»: PARADIGMAS, DISCURSOS Y PERSPECTIVAS

Si partimos de la base de que no existen realidades universales y absolutas, sino contingentes y relativas, aceptaremos que tanto los acercamientos «científicos» como los «legos» a «la realidad», la construyen en el momento en que la perciben, conciben y representan. Los sujetos (individuales y colectivos) de conocimiento construyen por tanto sus objetos al representárselos a sí mismos y a los demás, «representaciones» que no lo son en el sentido de «reflejos fieles y objetivos de la realidad» (acepción realista), sino en el de «construcciones o versiones (inter)subjetivas y convencionales» (acepción construccionista).

Así, las diferentes «Teorías de la Comunicación», como dispositivos retórico-discursivos de los sujetos que las enuncian, desde distintas posiciones materiales, históricas e ideológicas, construyen diferentes «objetos de conocimiento» o concepciones de «la Comunicación». De igual modo, las distintas «Historias de las Teorías de la Comunicación», construyen diferentes sucesiones de paradigmas y corrientes teóricas, de clasificaciones, conexiones y relaciones entre teorías. En ninguno de los casos se trata de procesos/productos incuestionables o unívocos, ni «las teorías» ni «las historias» responden a «realidades objetivas» sino a «posiciones subjetivas», son pues «saberes situados».

Desde este punto de vista, el presente texto contempla las «Teorías de la Comunicación», como campo de conocimiento, materia de estudio, asignatura de los programas universitarios, «Ciencia» y «Curriculum» a la vez, dentro de paradigmas cambiantes que modelan la docencia, la investigación y la reflexión sobre «la Comunicación» a lo largo de la historia y la geografía del conocimiento, como formaciones discursivas que construyen su objeto académico basándose en intereses, ideologías y presupuestos no siempre lo debidamente explícitos. Asimismo, las expone, interpreta y relaciona, de manera parcial y particular, agrupándolas en «perspectivas», con la intención expresa de conectarlas con los enfoques alternativos que se han ido desarrollando en el campo de la Psicología Social, y plantear así la propuesta de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural».

Concretamente, a partir de las diferentes clasificaciones paradigmáticas que variados textos sobre «Teorías de la Comunicación» proponen, plantearé la distinción entre tres grandes perspectivas: la «funcionalista», la «interpretativa» y la «crítica». El entrecomillado reconoce la cuestionabilidad y contingencia tanto de la denominación como del contenido de las mismas. La tríada propuesta no implica la correspondencia de las perspectivas con paradigmas cerrados e internamente homogéneos, aunque sí la consideración de elementos definitorios comunes entre las teorías de cada perspectiva (más allá de su heterogeneidad) que encuentro relevantes para mis planteamientos. De hecho, más adelante argumentaré la refundición de las tres perspectivas en dos enfoques: el «positivista» y el «alternativo», al hilo de su relación con la investigación en Psicología Social.

La perspectiva «funcionalista» engloba los acercamientos empiristas, positivistas y cuantitativos a la comunicación, que partiendo de planteamientos iniciales propios de la Psicología Conductista, irían siendo sustituidos por teorías derivadas de la Psicología Social Experimental y Aplicada, de la Sociología Funcionalista y de la «Investigación Administrativa».

La perspectiva «interpretativa» se refiere no sólo a las teorías sociológicas norteamericanas interesadas por la intersubjetividad, como la Etnometodología, el Interaccionismo Simbólico

y el Construccionismo Social (en su versión original de la Sociología del Conocimiento), sino a los planteamientos filosóficos y pragmáticos interesados por la acción interpretativa de los receptores sobre los textos comunicativos, resultando por tanto una oposición epistemológica/metodológica al positivismo.

La perspectiva «crítica» incluye los planteamientos teóricos contrarios no sólo a la epistemología/metodología positivista, sino a la ideología capitalista que ésta contribuye a reproducir, propios de la «Escuela de Frankfurt», del «Estructuralismo/Post-estructuralismo Francés», y de los «Estudios Culturales Británicos», junto a otros enfoques de talante profundamente cuestionador del «status quo», tanto sociopolítico como teórico-científico.

Cabe recordar que, desde el ámbito de la Teoría Curricular, Da Silva (2001) nos recomienda la distinción entre perspectiva «crítica» y «poscrítica», ya que pese al común interés por la cuestión política y el rechazo del funcionalismo-positivismo, son muy relevantes las diferencias marcadas por el Post-estructuralismo, el Posmodernismo, y los más recientes Estudios Culturales. No obstante, aunque comparto su criterio, en este caso mi movimiento llevará al planteamiento mínimo de dos enfoques claramente enfrentados.

En definitiva, simplificando intencionadamente el complejo panorama teórico, podemos hablar de «enfoques positivistas» frente a «enfoques alternativos» (de diverso signo) en las «Teorías de la Comunicación», lo cual me resultará muy útil en mi propuesta de conexión con la «Psicología Social», en cuyo campo la divergencia entre una «Psicología Social Positivista», cuya dominación hegemónica de la disciplina es ostensible, y una «Psicología Social Alternativa», opuesta al «mainstream» en lo metodológico y (en muchos casos) en lo ideológico, resulta radical.

2. «TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN» Y PSICOLOGÍA(S) SOCIAL(ES)

En el sistema universitario español, la asignatura «Teorías de la Comunicación» aparecía vinculada a ciertas áreas de conocimiento: además de a las propias de las «Ciencias de la Comunicación» (Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo), a la de Sociología y, cómo no, al área que aquí se trata, la Psicología Social.

Esto denota una orientación hacia las «Ciencias Sociales» en detrimento de las «Humanidades», fruto de una elección convencional y contingente, ya que si bien es cierto que las «Teorías de la Comunicación» se han desarrollado ampliamente en el territorio de las «Ciencias Sociales» (Psicología Social, Sociología, «Mass Communication Research»...) también lo es que han sido objeto de constante reflexión desde las «Humanidades» (Semiótica, Análisis del Discurso...), como refleja la existencia de asignaturas optativas como «Semiótica de la Comunicación Social», vinculadas además de a las áreas de las «Ciencias de la Comunicación», a las «humanísticas» de Teoría de la Literatura y Lingüística General.

Así pues, aunque nuestro sistema universitario ha reconocido la existencia e importancia del binomio: Teorías de la Comunicación/Psicología Social, lo que queda pendiente de aclarar es la forma concreta que tomaría, en función de la pluralidad de la sólo aparentemente singular Psicología Social.

Tanto la «Psicología Social Dominante» (positivista) como la «Alternativa» podrían acordar que su objeto de estudio es la articulación entre los aspectos sociales e individuales

del ser humano, y que dicha articulación se produce en lo que se denomina la «Interacción Social», que a su vez sería imposible sin la «Comunicación» en sus diversos planos (interpersonal, grupal, organizacional, mediática...).

De este modo tendríamos situadas la «Interacción Social» y la «Comunicación» como objetos propios de estudio psicosocial, pero mientras que la aproximación positivista utilizaría para ello conceptos operativos centrales como: actitudes, percepción, cognición e influencia social, liderazgo y clima de opinión, etc., que la encuadraría entre las «Ciencias Sociales» más convencionales, los planteamientos alternativos propondrían conceptos temáticos como: discurso, poder, resistencia, ideología, identidad/subjetividad, construcción del sentido, género (tanto sexual, «gender», como textual, «genre») etc., que manteniendo lo «Social» en un primer término, les acercaría también a las teorías y métodos de las «Humanidades».

Por lo tanto, desde el punto de vista de la Psicología Social dominante, de corte netamente positivista, la adscripción de las «Teorías de la Comunicación» a las «Ciencias Sociales» resulta aceptada y celebrada, y la propia disciplina psicosocial en su versión más convencional y cientificista, encuentra su sitio cómodamente en la «perspectiva funcionalista». Sin embargo, una Psicología Social alternativa, partidaria de cuestionar las fronteras entre «Ciencias Sociales» y «Humanidades», y de la transdisciplinariedad teórica y metodológica, problematizaría dicha elección excluyente, y se localizaría entre las perspectivas «interpretativa» y «crítica».

Esta ubicación de la «Psicología Social Alternativa» (en realidad una pluralidad de corrientes, que singularizo aquí por la convergencia de todas en su oposición al positivismo dominante), si ésta se enfoca hacia las «Teorías de la Comunicación», en el territorio de las perspectivas «interpretativa» y «crítica», se debería a la afinidad en sus fuentes, argumentos y autores de referencia.

En efecto, en el marco más amplio del interés por lo cualitativo frente a lo cuantitativo, por la construcción intersubjetiva de significados, tanto la «Psicología Social Alternativa» como las «Teorías Interpretativas de la Comunicación», beberían de la Etnometodología y del Interaccionismo Simbólico, del Construccionismo Social inaugurado por la sociología del conocimiento, del enfoque sistémico de la «Escuela de Palo Alto» y de la dramaturgia social de Goffman, así como de los planteamientos pragmáticos de la filosofía del lenguaje de la «Escuela de Oxford», entre otros.

De forma semejante, en su común oposición tanto al positivismo como a las consecuencias negativas del capitalismo, la «Psicología Social Alternativa» y las «Teorías Críticas de la Comunicación» podrían converger en el interés por la crítica de la «Escuela de Frankfurt» a la sociedad, la cultura y el individuo moderno, en el interés por el legado del Estructuralismo, la Semiótica y el Post-estructuralismo en su mirada hacia la relación entre discursos y sujetos, y en el interés por la fértil combinación de arsenales teóricos previos recogida por los Estudios Culturales en sus planteamientos sobre la construcción cultural de las identidades.

La definición general de la «Psicología Social Alternativa/Crítica», siguiendo a Ibáñez (1997), vendría determinada por los parámetros de su antipositivismo, que a nivel ontológico y epistemológico implicaría un giro construccionista y antiesencialista, y a nivel metodológico un giro discursivo e interpretativo. Una Psicología Social, crítica y autocrítica, que considera la «realidad» social y discursivamente construida, y que parte de la Reflexividad y del Análisis del Discurso como armas fundamentales.

En el campo más concreto de la «Psicología Social de la Comunicación», Pujol y Román (2003) plantean la necesidad, desde un planteamiento crítico y alternativo, de sustituir la concepción de la comunicación como procesamiento y transmisión de la información, propia del positivismo y el funcionalismo, por su comprensión como práctica cultural de construcción significativa. Así, la ascendencia en el estudio psicosocial de la comunicación de los autores de la «Teoría Matemática de la Información», y de los padres fundadores de la «Mass Communication Research», se vería gratamente sucedida por la consideración de Saussure, Peirce, Eco... y los distintos desarrollos semióticos, de Batjin y su semiótica social translingüística con claro énfasis en el conflicto social e ideológico, de Bourdieu y su concepto de «hábitus» en convergencia con la noción de «bio-poder» de Foucault, de Althusser y su afirmación de la interpelación de los sujetos por los AIE, de Gramsci y su teoría de la hegemonía, y de Butler y su atención a la construcción de normas sociales y subjetividades, entre otros autores y fuentes, enriquecedores e inspiradores del debate psicosocial alternativo sobre la comunicación.

Son aproximaciones psicosociales a las «Teorías de la Comunicación» como la citada de Pujol y Román, propias de una «Psicología Social Alternativa», las que acercan el campo a los planteamientos propios de la Semiótica y los Estudios Culturales, favoreciendo las condiciones previas para que pueda surgir la propuesta de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural».

3. ELEMENTOS PARA UNA «SEMIÓTICA PSICO-SOCIO-CULTURAL»

Llegamos al punto en el que el interés por las «Teorías (y las prácticas) de la Comunicación» desde una «Psicología Social Crítica», nos lleva a plantear la posibilidad de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural», la cual se ocupe de analizar la construcción multidiscursiva de la (inter)subjetividad.

La Semiótica, especialmente en su vertiente postestructuralista, psicoanalítica, feminista... alcanza a plantear de forma radical la relación entre los textos y las identidades, pudiendo funcionar como revulsivo del enfoque psicosocial de la comunicación, y aportando gran parte de la base teórica de los recientes Estudios Culturales.

En efecto, de acuerdo con Talens (2003), la Semiótica en su sentido más plural y heterodoxo, el que conecta con el postestructuralismo, el psicoanálisis y los estudios de género —ejemplo de la cual podemos encontrar en la obra de Colaizzi (2006, 2007)—, ha podido echar raíces con gran fuerza en los últimos tiempos en el campo transdisciplinar de los Estudios Culturales.

Y los Estudios Culturales, con su amplia atención tanto al texto como al contexto, sustentada por la «Semiótica Postestructuralista» y otros enfoques críticos diversos, por su especial atención a los discursos sociales y culturales, y a la construcción del sentido y de la identidad de los receptores, puede redefinir la presencia de la Psicología Social en el análisis de la comunicación, llevándola del planteamiento cuantitativo y positivista, predominante en las primeras épocas, hasta un enfoque transdisciplinar, discursivo, crítico y constructorista.

Casetti y di Chio (1999) afirman que el análisis de la TV realizado por los Estudios Culturales, y fuertemente informado por la Semiótica y el Post-estructuralismo, gira alrededor de tres ideas básicas: el texto televisivo es un evento producido en un contexto que lo influye y

a la vez es influido por él; el texto televisivo es una propuesta polisémica, con múltiples significados previstos por el emisor, y múltiples sentidos interpretables por los receptores; y el texto televisivo es un recurso, una herramienta, tanto para el emisor como para los receptores.

Asimismo, estos autores plantean cuatro temas fundamentales para los Estudios Culturales de la TV: la construcción social del sentido en los textos televisivos, la relación entre los discursos televisivos y las redes de discursos sociales, las funciones sociales de la TV, y el papel de la TV en la construcción social de la identidad. Los cuatro temas están íntima e indisolublemente relacionados, y desde este trabajo planteo como tema fundamental, y vertebrador de la propuesta de convergencia entre Semiótica, Estudios Culturales y Psicología Social Crítica en una «Semiótica Psico-Socio-Cultural», el papel de los discursos mediáticos en la construcción social de las identidades.

Hall (1996), uno de los autores más importantes de los Estudios Culturales británicos, argumenta la trascendencia del tema de la identidad partiendo de dos premisas: en primer lugar, la necesidad de superar los viejos enfoques esencialistas de la identidad, que la consideran algo dado, permanente y natural; y en segundo lugar, la importancia del concepto de identidad para abordar temas tan diversos y trascendentes como la integración racial, la multiculturalidad, o el género, entre otros.

La superación del enfoque esencialista de la identidad por parte de los Estudios Culturales de la Comunicación, y su sustitución por un planteamiento que prima lo contextual, relacional, sociocultural, histórico y discursivo (totalmente convergente con los planteamientos construccionistas en Psicología Social y en Semiótica Feminista), sitúa en un primer plano la importancia de los medios de comunicación, aplicando unos análisis de textos abiertos a la importancia del contexto, tanto de la producción como de la recepción, y unos análisis cualitativos y etnográficos de las audiencias que, complementando a los análisis textuales y contextuales, permitan comprender la «aportación mediática» a la construcción de la subjetividad.

Rose (1996), autor de orientación foucaultiana que conjuga el interés por la Psicología Social y los Estudios Culturales, plantea la necesidad de una «genealogía de la subjetividad» que contemple el papel que las actividades sociales, históricas y culturales (la comunicación mediática incluida) desempeñan en la formación de la identidad. En nuestro país, autores partidarios de una Psicología Social Crítica como Cabruja (1996), mantienen la misma orientación antiesencialista hacia la identidad/subjetividad. Esto apoya la pertinencia, en el campo de la Psicología Social, de plantear enfoques que analicen los medios de comunicación, no desde los métodos cuantitativos de la Psicología Social tradicional, sino desde la convergencia con la Semiótica y los Estudios Culturales, en un planteamiento psicosocial discursivo y construccionista (en sentido amplio) que «exige una actitud de duda metódica de toda atribución de realidad a los fenómenos u objetos» (Ibáñez 1997: 34).

Partiendo de lo anterior, se plantearía la posibilidad de una «Semiótica Psico-Socio-Cultural» que recoja, profundice y desarrolle dichas conexiones o puntos de encuentro teóricos, ideológicos, epistemológicos, metodológicos y temáticos, centrándose en la construcción textual y multidiscursiva de la subjetividad y de la realidad social, en la relación mutuamente constituyente entre textos/discursos y sujetos/sociedades, como puente transdisciplinar entre «Humanidades» y «Ciencias Sociales».

BIBLIOGRAFÍA

- Cabruja, Teresa (1996): «Posmodernidad y subjetividad: construcciones discursivas y relaciones de poder», en A.J. Gordo y J.L. Linaza (Comps.) *Psicología, discursos y poder*. Madrid: Visor.
- Cassetti, Francesco y di Chio, Francesco (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Colaizzi, Giulia (2006): *Genero y Representación. Postestructuralismo y Crisis de la Modernidad*. Madrid: Biblioteca Nueva
- Colaizzi, Giulia (2007): *La Pasión del Significante. Teoría de Género y Cultura Visual*. Madrid: Biblioteca Nueva
- Da Silva, Tomas Tadeo (2001): *Espacios de Identidad*. Barcelona: Octaedro
- Hall, Stuart (1996): «Introduction. Who needs identity?», en S. Hall y P. Du Gay (Eds.) *Questions of cultural identity*. Londres: Sage.
- Ibáñez, Tomás (1997): «Why a critical social psychology?», en T. Ibáñez y L. Íñiguez (Eds.) *Critical social psychology*. Londres: Sage.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michelle (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Pujol, Joan y Román, José (2003): «Repensando la comunicación: desde el procesamiento de la información a la práctica cultural», *Encuentros en Psicología Social*, 1 (2): 308-311
- Rodrigo Alsina, Miquel (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: UAB
- Rose, Nikolas (1996): «Identity, genealogy, history», en S. Hall y P. Du Gay (Eds.) *Questions of cultural identity*. Londres: Sage.
- Talens, Jenaro (2003): *Negociaciones para una poética dialógica*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Wolf, Mauro (1987): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.