

# Hacia un ordenamiento de los constructos de las “ciencias de la comunicación”

Towards an ordering of the theories of the “communication sciences”

Mario Buenaventura Castillo Hilario<sup>1</sup>

**RECIBIDO:** 15 DE ABRIL DE 2020

**ACEPTADO:** 25 DE JUNIO DE 2020

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue identificar y ordenar los constructos de la llamada “ciencias de la comunicación”. Para ello, se realizó una revisión sistemática de la bibliografía. Se concluye que existen cuatro tipos de constructos autónomos e independientes: técnicos, normativos, científicos y filosóficos.

**Palabras clave:** ciencia, comunicación, epistemología, ontología, constructo

---

<sup>1</sup> Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación (UNMSM), Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Docente, Universidad Nacional Agraria La Molina, Perú; mcastillo@lamolina.edu.pe, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2929-4677>  
Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=uoAvWxkAAAAJ&hl=es>



### ABSTRACT

The objective of the research was to identify and order the theories of the "communication sciences". For this, a systematic review of the bibliography was carried out. It is concluded that there are four types of autonomous and independent theories: technical, normative, scientific and philosophical.

**Keywords:** science, communication, epistemology, ontology, theories

### Introducción

Se suele pensar que las "ciencias de la comunicación" son un cuerpo de conocimientos conformado por los estudios de la comunicación y las profesiones como la publicidad, la comunicación organizacional, el periodismo, la producción audiovisual y todas las nuevas profesiones aparecidas debido a las innovaciones tecnológicas. Sin embargo, consideramos que existe una confusión en esa idea. Y ese pensamiento ayuda poco al avance científico, tecnológico, educativo y profesional. Así, existe la necesidad de ordenar los conocimientos, los constructos, de la denominada "ciencias de la comunicación". Y para esta tarea, consideramos pertinente hacerlo desde la epistemología y la filosofía de la tecnología de Mario Bunge.

Mario Augusto Bunge nació en Argentina en 1919. Estudió física y filosofía. Ha pasado la mayor parte de su vida en Montreal, Canadá. Falleció en 2020. Ha escrito por lo menos 53 libros a lo largo de vida. Casi toda su obra está dedicada a la filosofía de la ciencia y de la tecnología. Ha reflexionado sobre las ciencias formales y las ciencias fácticas, sobre las ciencias naturales y las ciencias sociales. Asimismo, sobre las tecnologías materiales y las tecnologías sociales. Ha demarcado la ciencia y la tecnología respecto de las pseudociencias y las pseudotecnologías. Ha expresado severas críticas a los filósofos idealistas, sobre todo a los fenomenólogos y los posmodernos, tanto como a los materialistas y los empiristas.

Su filosofía es realista y sistemista. Representa una posición intermedia entre dos extremos: el positivismo y la fenomenología. Se piensa que Bunge fue positivista, pero,

en verdad, fue crítico del naturalismo y el positivismo. Por ejemplo, cuestionó la sociobiología por considerarla inadecuada para tratar los hechos sociales. Afirmó:

Los hechos sociales se construyen, las relaciones sociales pasan por las cabezas de la gente, reaccionamos ante el mundo tal como lo percibimos más que ante el mundo mismo y esa percepción está modelada en gran medida tanto por la experiencia personal como por la sociedad. (Bunge, 1999, p.16).

Respecto al positivismo también ha expresado sus críticas, por empirista, por no reconocer la naturaleza simbólica del ser humano y no diferenciar las ciencias sociales de las ciencias naturales.

En cuanto al positivismo, también fracasa, por desechar la vida mental (aunque está centrado en el sujeto) y ser teóricamente timorato. El positivismo es empirista, mientras que yo abogo por una síntesis del empirismo y el racionalismo. El positivismo es antimetafísico, en tanto yo sostengo que la ciencia no puede prescindir de cierta metafísica (u ontología) –de un tipo inteligible y pertinente, sin embargo–. Además, el positivismo niega la diferencia entre las ciencias sociales y las naturales, mientras que yo hago hincapié. (Bunge, 1999, p.17).

Y contrariamente a lo que se dice, Mario Bunge valoró los aportes de los estudios culturales y la hermenéutica. Reconoció que la culturología y la hermenéutica hace bien en: hacer hincapié en las diferencias entre naturaleza y sociedad; subrayar la importancia de la creencia, la intención y la acción deliberada; sostener que los estudiosos de la sociedad deben interpretar; considerar que, en las sociedades estratificadas, los valores dominantes son los de las clases dirigentes; entre otros aportes (Bunge, 1999, pp. 33, 244). Ha afirmado: "la culturología sería es una ciencia social" (Bunge, 1999, p. 243).

Mario Bunge, quien ha defendido la unidad de la ciencia, ofrece un marco filosófico quizás completo para elucidar los problemas de las ciencias y las tecnologías, en general, y de las ciencias sociales, en particular. Y desde esa posición, proponemos responder: ¿Cuáles son los constructos de las "ciencias de la comunicación" y cuáles son sus características? ¿Cuál es la relación entre ellos? Y nos trazamos los siguientes objetivos: identificar y caracterizar los constructos que conforman las "ciencias de la comunicación" e identificar y caracterizar la relación entre ellos.

### Marco teórico y conceptual

Es importante recordar el marco teórico y conceptual que ofrece Mario Bunge, a fin de dar respuesta a las preguntas que formulamos. Él define constructo como un concepto, una proposición, un conjunto de proposiciones, una clasificación, una teoría<sup>2</sup> o un código legal. Se puede entender en oposición al hecho, a la realidad (Bunge, 2001, p. 36). Es decir, los constructos son los conocimientos que tienen la forma de conceptos, proposiciones, teorías, leyes, reglas, normas y códigos.

Mario Bunge diferencia tres grandes campos del conocimiento: la filosofía, la ciencia y la tecnología. La filosofía es una disciplina que estudia los conceptos y las hipótesis más generales sobre el ser, el devenir, la mente, el conocimiento y las normas. Sus principales ramas son: la lógica, la semántica, la ontología, la epistemología, la metodología, la praxiología y la ética (Bunge, 2001, p. 83).

La ciencia es un sistema de enunciados acerca de un determinado objeto; es decir, de conceptos, de teorías, leyes, hipótesis y proposiciones, obtenidos deductiva o inductivamente. En función de la naturaleza de sus objetos de estudio, las ciencias pueden clasificarse en formales y fácticas. Las primeras se ocupan de los objetos de existencia formal que carecen de propiedades físicas y sociales, que tienen propiedades conceptuales, que no cambian por sí mismos y que son creaciones humanas. Las segundas estudian los hechos de existencia material que tienen propiedades físicas o sociales y que cambian por sí mismos.

La ciencia fáctica logra ser tal si cuenta con los siguientes doce elementos: comunidad de investigadores, sociedad que apoya, dominio real, concepción general, fondo formal, colección de teorías, fondo de conocimientos acumulados, problemas, objetivos, metódica, parientes próximos y cambia.

Bunge define la tecnología como un campo de investigación, diseño y planeación que utiliza conocimientos científicos con el fin de controlar cosas o procesos naturales

---

<sup>2</sup> Bunge entiende la teoría como un sistema hipotético-deductivo. Pero esta definición es válida para las ciencias maduras. Para las ciencias en proceso de consolidación, las teorías pueden ser generalizaciones breves. En Filosofía política, Bunge afirma: (...) en todas las ciencias maduras lo que se entiende por teoría es un sistema hipotético-deductivo, no una hipótesis aislada ni un conjunto de hipótesis no estructurado. En otras palabras, lo característico de una teoría es que todo enunciado perteneciente a ella es un supuesto inicial (o postulado), una definición o una consecuencia lógica de uno o más supuestos o definiciones. Sin embargo, la mayor parte de lo que se tiene por teorías en las ciencias políticas son, en realidad, "teorías de una línea", vale decir hipótesis, tales como "Todas las guerras son luchas por recursos económicos" (Bunge, 2013: 38).

o sociales, de diseñar artefactos o procesos, o de concebir operaciones de manera racional. En otras palabras, la tecnología es la aplicación de conocimientos científicos en la investigación, diseño, planeación y operación. Las tecnologías no solo tienen como objetos a cosas o artefactos, sino también a procesos sociales.

En función de la naturaleza de su objeto, las tecnologías pueden clasificarse en: materiales, sociales y conceptuales. Las tecnologías materiales se clasifican en físicas (ingeniería civil, eléctrica, electrónica, etc.), químicas (inorgánica y orgánica), bioquímicas (farmacología, bromatología) y biológicas (agronomía, medicina, bioingeniería). Las tecnologías sociales se clasifican en psicológicas (psiquiatría, pedagogía), psicosociológicas (sociología y politología aplicadas, urbanismo, etc.), económicas (administración, economía política, etc.). Y las tecnologías conceptuales se clasifican en informática. Todas se diferencian por sus objetos y métodos particulares.

Un cuerpo de conocimientos que aspira llamarse tecnología debe reunir por lo menos doce elementos: comunidad profesional, sociedad que estimula y tolera, dominio real, visión o filosofía general, fondo formal, fondo específico, problemática, fondo de conocimientos, objetivos, método, tecnología antigua y cambia.

La ciencia, la tecnología y la técnica se diferencian por los tipos de conocimientos que tienen, por los objetivos, por la estructura lógica de sus enunciados y por los métodos que utilizan para estudiar o transformar sus objetos. En cada una hay un predominio de alguno de los aspectos que las distinguen y eso puede servir para realizar una demarcación entre ellas. A continuación, explicamos esas diferencias.

### **Por el tipo de conocimiento**

Miguel Ángel Quintanilla, filósofo con un pensamiento compatible con el de Mario Bunge, clasifica los conocimientos en: representacional, operacional, explícito, tácito, técnico primario y técnico secundario.

El conocimiento representacional es saber algo acerca de algo y el conocimiento operacional es saber cómo hay que actuar. Es decir, el primero muestra cómo es el mundo y el segundo cómo operarlo. Por eso:

(...) mientras el conocimiento representacional se expresa, cuando es explícito, en enunciados que describen el mundo, en enunciados declarativos, ya sean universales o particulares, es decir, leyes, teorías o descripciones de hechos, el

conocimiento operacional se representa, cuando es explícito, en reglas, en normas de acción. (Quintanilla, 2005, p. 95).

Hasta aquí se puede decir que la ciencia está conformada por conocimientos representacionales explícitos, mientras que las tecnologías están compuestas por conocimientos operacionales explícitos.

El conocimiento explícito es aquel tipo de conocimiento que no solamente lo tenemos, sino que además sabemos que lo tenemos y, por lo tanto, podemos formularlo de forma explícita mediante un enunciado lingüístico, bien sea enunciado declarativo, normativo, una regla, un enunciado de tipo teórico, etc. Y lo que llamamos conocimiento tácito, o implícito, es el conocimiento que tenemos pero que no necesariamente sabemos que tenemos, y que incluso no sabemos si somos capaces de saber que lo tenemos. (Quintanilla, 2005, p. 96).

De esto se infiere que la ciencia y la tecnología están conformadas de conocimientos explícitos representacionales u operacionales. En cambio, el oficio, la artesanía o el chamanismo estarán compuestos de conocimientos tácitos o implícitos principalmente. Por eso estas prácticas, estas actividades se aprenden viendo, haciendo, imitando.

El conocimiento técnico primario es aquel que los operarios y los usuarios de un sistema técnico necesitan para usarlo eficientemente. Esto incluye habilidades, manuales, etcétera. (Quintanilla, 2005, p. 105). Y el conocimiento técnico secundario:

(...) es un conocimiento de las propiedades y de las instrucciones de operación necesarias para diseñar un sistema técnico. Incluye un conocimiento representacional explícito que contiene las teorías tecnológicas, los mapas y los diseños de los sistemas técnicos, etc. Pero, además, el conocimiento técnico secundario también contiene un componente operacional explícito como son las reglas tecnológicas y, (...) el conocimiento metaoperacional. (Quintanilla, 2005, p.106).

Se puede decir, entonces, que ni el conocimiento técnico primario ni el conocimiento técnico secundario son propios de la ciencia. Y, que el conocimiento técnico secundario es propio de la tecnología y el conocimiento técnico primario es propio de la técnica elemental.

En suma, la ciencia está conformada de conocimientos representacionales explícitos, porque requieren contrastación. No podría ser de otra manera.

En la ciencia no podemos contentarnos con tener conocimientos tácitos; eso vale para los chamanes, pero los científicos tienen que formalizar lo que saben para que la comunidad lo pueda contrastar. El conocimiento científico es público por definición, y, por lo tanto, obliga a que el conocimiento sea básicamente explícito y básicamente representacional, puesto que el objetivo del conocimiento científico es saber cómo es el mundo. (Quintanilla, 2005, p. 104).

Las tecnologías están compuestas por conocimientos científicos aplicados que tienen básicamente un carácter de conocimiento representacional explícito (Quintanilla, 2005, p. 100). Y las técnicas pretecnológicas están compuestas de conocimientos técnicos fundamentalmente. El conocimiento técnico es el conocimiento de habilidades, de capacidades de actuación, un conocimiento tácito de tipo operacional (Quintanilla, 2005, p. 100).

### **Por la estructura lógica de sus enunciados**

El hecho de que la ciencia básica tenga como objetivos la explicación y la predicción de hechos hace que lo fundamental de su lenguaje sea la proposición. Las teorías científicas son sistemas de proposiciones. Por el contrario, el carácter práctico, operativo, de la tecnología hace que lo principal de su lenguaje sea la regla. Y las teorías tecnológicas son sistemas de reglas. Las reglas son instrucciones para la acción.

Una regla prescribe un curso de acción: indica cómo debe uno proceder para conseguir un objetivo predeterminado. Más explícitamente: una regla es una instrucción para realizar un número finito de actos en un orden dado y con un objetivo también dado. (Bunge, 1985, p. 694).

Las estructuras lógicas de las proposiciones son de dos tipos: a) "p entonces q", donde p es un antecedente y q una consecuencia lógica, y b) "p generalmente q"<sup>3</sup>. Mientras tanto la estructura lógica de las reglas es del tipo "A por medio de B". Donde A es un objetivo predeterminado y B una serie finita y ordenada de actos mediante los cuales se alcanza el objetivo.

---

<sup>3</sup> Mario Bunge sostiene que existen varios tipos de determinación. La determinación causal o causación y la determinación estadística son dos de varios tipos.

## 324

Una regla tecnológica particular tiene una estructura lógica común a cualquier otra. La única diferencia es de contenido, ya que pueden referirse a hechos distintos. Esto quiere decir que la estructura lógica de las reglas de la pedagogía, la administración o la biotecnología serán las mismas.

Es importante hacer una segunda distinción entre proposiciones y reglas. Las proposiciones predicen valores: verdadero y falso; mientras que las reglas son eficientes o inoperantes. En el caso de las primeras importa si dicen una verdad o una falsedad, en tanto que en las segundas si son válidas o no para lograr determinados objetivos. Mientras las proposiciones pueden falsarse, las reglas se aceptan o se descartan en función de su eficacia o ineficacia en la práctica.

Una ciencia aplicada es, como su nombre lo indica, la aplicación de una ciencia. Pero hasta cierto nivel. No llega hasta el nivel operativo de la tecnología. Una tecnología, en cambio, es la aplicación de las ciencias indispensables para operar y transformar su dominio. Una ciencia aplicada está conformada por proposiciones y teorías científicas; una tecnología, por reglas y teorías tecnológicas. Mientras la primera se orienta al conocimiento, la segunda lo hace estrictamente a la práctica. La tecnología es una evolución de la técnica. Es decir, la tecnología es una técnica, pero con teoría y con método. La técnica también tiene reglas cuya estructura lógica es del tipo "A por medio de B". Sin embargo, la diferencia radica en que las reglas de la técnica se basan en costumbres o experiencias acumuladas, mientras que las reglas tecnológicas se fundamentan en conocimientos científicos.

Las tecnologías realizan investigación con la finalidad de validar sus reglas. Solo de ese modo se pueden y deben adoptar.

Antes de adoptar una regla empíricamente efectiva tenemos que saber por qué es efectiva: debemos separarla o aislarla y conseguir una comprensión de un *modus operandi*. Esta exigencia de fundamentación señala el paso de las artes y oficios precientíficos a la tecnología contemporánea. Ahora bien: la única fundamentación válida de una regla es un sistema de fórmulas legaliformes porque sólo éstas pueden dar razón correcta de los hechos, en este caso del hecho de que la regla funcione. Con esto no se quiere decir que la efectividad de una regla dependa de que esté fundada o no lo esté, sino sólo que, para poder juzgar si una regla tiene alguna posibilidad de ser efectiva, tenemos que



descubrir los enunciados legaliformes subyacentes, si los hay (Bunge, 1979: 695-696).

Un conjunto de constructos técnicos, para llegar a conformar una tecnología, requiere que esté fundamentado en las ciencias. De otro modo, solo calificaría como técnica o, en el peor de los casos, como artesanía.

### **Por los objetivos**

Pero no solo los tipos de conocimientos y la estructura lógica de esos conocimientos expresados en enunciados sirven para realizar una demarcación, sino también los objetivos. A diferencia de la ciencia básica que está orientada a la comprensión y explicación de una parte de la realidad (objeto de estudio), la tecnología es más bien la aplicación, la puesta en práctica de los conocimientos no de una ciencia sino de las que sean necesarias.

La tecnología tiene origen científico que desciende a la acción práctica. Para la tecnología, el conocimiento científico, es un medio para alcanzar fines prácticos. El objetivo de la tecnología es la acción con éxito; no el puro conocimiento.

### **Por la metódica**

Hay una diferencia más que radica en la metódica. La ciencia aplicada tiene como método el científico, en tanto que la tecnología posee su propio método. Los pasos del método tecnológico son: a) diseño, b) construcción del prototipo, c) prueba y d) producción. La metódica de la tecnología está conformada por el método científico y el método tecnológico.

## **Método**

A modo de método

¿Qué estudiar si se quiere estudiar una ciencia<sup>4</sup>? Una respuesta es: Estudiar las expresiones lingüísticas a través de las que se manifiestan los conocimientos y los procedimientos propios de esa ciencia o tecnología. Se accede al contenido a través de la expresión, de las palabras. Estudiar el lenguaje de la ciencia es, entonces, una de las vías para conocerla. Sin embargo, es importante recordar:

---

<sup>4</sup> Bunge se refiere a la ciencia, pero es aplicable a la tecnología y a la filosofía, ya que son campos del conocimiento que se expresan a través de lenguajes.

(...) la ciencia es comunicable, pero no es algo construido para el mero fin de la comunicación. La ciencia, en resolución, tiene un lenguaje, pero no es un lenguaje: es un cuerpo de ideas y procedimientos expresado en cuantos lenguajes. (Bunge, 1979, p. 66).

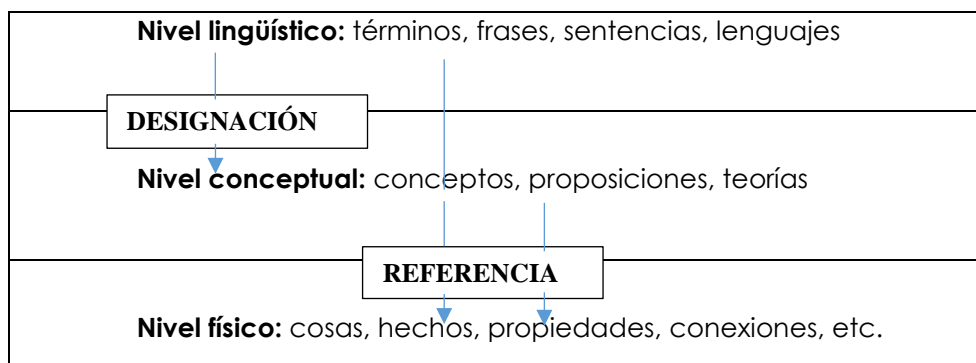
El cuerpo de conocimientos que constituye la ciencia se encuentra en las palabras, los símbolos, los diagramas acumulados. Conocerlos y reconocerlos es conocer y reconocer la ciencia. Refiriéndose a los conceptos (por extensión, a las proposiciones y las teorías) de las disciplinas, Mario Bunge afirma:

(...) el conocimiento conceptual aparece envuelto en signos: palabras, símbolos, diagramas, etc. Para conseguir acceso a las ideas de la ciencia, tenemos que atravesar los lenguajes de la ciencia. Esta perforación se realiza con la ayuda del análisis filosófico, instrumento adecuado para descubrir la estructura y aclarar el sentido de los sistemas conceptuales. (Bunge, 1979, p. 64).

Al referirse al lenguaje de la ciencia, Mario Bunge (1979) diferencia tres niveles: lingüístico, conceptual y físico. El nivel lingüístico comprende los términos, las frases, las sentencias. El nivel conceptual está constituido por las ideas, los constructos como los conceptos, las proposiciones y las teorías. Y el nivel físico comprende los hechos, las cosas, las propiedades de la realidad, a los que el nivel conceptual y el nivel lingüístico se refieren. La relación entre el nivel lingüístico y el conceptual es de designación y la relación entre estos dos niveles y el físico es de referencia.

**Figura 1**

*Designación y referencia*



Nota. Tomada de Bunge, 1979, p. 77.

Esta manera de entender el lenguaje de la ciencia no es diferente de lo que la semiótica entiende sobre los signos lingüísticos. Para esta disciplina (en la línea de Ferdinand de Saussure y Charles William Morris), los signos tienen significante, significado y referente. El significante es la expresión; el significado es el contenido; y el referente<sup>5</sup> es la realidad a la cual aluden los otros dos elementos. A través del significante se accede al contenido y a través de este último, al referente. Del mismo modo, en la filosofía de Bunge, a través del nivel lingüístico se accede a los constructos y a través de estos últimos se puede conocer el nivel físico, el objeto real de estudio, por lo menos en parte.

Pues bien, el estudio filosófico de los conocimientos acumulados de una ciencia, de sus constructos, puede hacerse estudiando su lenguaje desde la lógica o la epistemología. El análisis lógico tiene dos partes: la sintaxis y la semántica. A este análisis es lo que Mario Bunge ha llamado filosofía exacta. Y el análisis epistemológico se ocupa de la función en el proceso de conocimiento (Bunge, 1979, pp. 64-65).

Este artículo no pretende ser un aporte a la filosofía exacta, sino una aproximación a las estructuras conceptuales de las "ciencias de la comunicación" desde la epistemología y la filosofía de la tecnología de Mario Bunge.

## Resultados

¿Cuáles son los constructos (conceptos, proposiciones, contextos, teorías) que conforman las "ciencias de la comunicación"? Para responder a esta pregunta, recordemos una clasificación hecha por Denis McQuail, a la que se le ha prestado menos atención de la que merece.

Si por teoría se entiende no solamente un sistema de postulados parecidos a leyes, sino también cualquier conjunto de ideas que puedan ayudar a comprender un fenómeno, guiar una acción o predecir una consecuencia, entonces se puede distinguir un mínimo de cuatro tipos de teorías relacionadas con la comunicación de masas: de ciencias sociales, normativa, operativa y del día a día. (McQuail, 2000, p.32).

---

<sup>5</sup> En la semiótica, hay una discusión sobre si el referente es la realidad misma o también una idea. Se discute si el referente de la palabra "computadora" es esta en la que escribo este artículo o una idea general de computadora. Esto es el problema del referente.

La distinción que McQuail hace de los cuatro tipos de teorías<sup>6</sup> (de ciencias sociales, normativa, operativa y del día a día) es un aporte valioso y es un buen punto de inicio para identificar los tipos de constructos que conforman las denominadas "ciencias de la comunicación". En una posterior edición de su libro citado, McQuail añadió una más: la teoría cultural (Fuentes, 2017, p. 87). Así, sobre la comunicación de masas, se pueden distinguir cinco tipos de teorías: a) la teoría de las ciencias sociales, constituida por los estudios científicos sobre la comunicación de masas; b) la teoría cultural, comprendida por los estudios culturales de la comunicación, considerados no científicos; c) la teoría normativa, constituida por leyes, códigos de ética, prescripciones de cómo debe ser la comunicación de masas; d) las teorías técnicas, constituida por ideas prácticas para hacer y operar la comunicación de masas; y e) las teorías del día a día que son para leer o recepcionar los medios de comunicación de masas. Ciertamente, McQuail se refiere a la comunicación de masas solamente. (De hecho, varios han entendido y entienden que las "ciencias de la comunicación" es el estudio de la comunicación de masas). Sin embargo, la distinción que realiza es aplicable a las teorías de otras formas de comunicación: interpersonal, grupal y organizacional. Así, en general, la distinción de las teorías propuesta por Denis McQuail no la ponemos en discusión, salvo la teoría del día a día que consideramos está más allá de la comunidad de comunicadores y comunicólogos y la teoría cultural que puede considerarse como científica desde otra perspectiva. Añadimos las teorías filosóficas que han sido omitidas o han sido subsumidas en las teorías científicas.

En ese sentido, respecto a la comunicación, podemos encontrar cuatro tipos de constructos: técnico, normativo, científico y filosófico. El primer tipo está vinculado directamente a la acción misma de la comunicación. Es un cuerpo de conocimientos de carácter prescriptivo, práctico. Es lo que se enseña en las escuelas o las facultades de "ciencias de la comunicación" y se encuentran en los manuales de publicidad, comunicación organizacional, periodismo y las otras profesiones que han surgido con las nuevas tecnologías. Además, son los constructos que utilizan los profesionales y las organizaciones. El segundo tipo está conformado por las leyes y las normas deontológicas. El tercer tipo está conformado por conocimientos frutos

---

<sup>6</sup> Nótese que McQuail entiende por teoría cualquier conjunto de ideas.

de investigaciones científicas sobre la comunicación como realidad. Incluimos en este tipo los estudios culturales cuya científicidad puede defenderse desde otra perspectiva. Y el cuarto tipo está conformado por las reflexiones filosóficas acerca de los otros tipos de constructos y el nivel de la realidad.

### **Constructos técnicos**

En la llamada "ciencias de la comunicación" se encuentran conjuntos de constructos técnicos. Estos son elaborados para prescribir acciones, para hacer, para actuar. Ya Denis McQuail se refirió a ellos como teorías técnicas.

El tercer tipo de teorías se describe mejor como operativo, puesto que concierne a las ideas prácticas reunidas y aplicadas por los profesionales mediáticos en el curso de su labor. Se encontrarán cuerpos similares de sabiduría práctica acumulada en la mayoría de los contextos profesionales y organizaciones. En el caso de los medios de comunicación, contribuye a organizar muchos aspectos de la experiencia, como seleccionar las noticias, gustar al público, diseñar anuncios eficaces, mantenerse dentro de lo que permite la sociedad y relacionarse eficientemente con las fuentes y las audiencias. (McQuail, 2000, p. 32).

Entre los constructos técnicos, podemos identificar los que se enseñan en las escuelas de "ciencias de la comunicación" y los que se utilizan en el ejercicio profesional. Consideramos relevante esta diferencia, ya que la actividad profesional cuenta con conocimientos tácitos.

### **Constructos en las escuelas**

En las escuelas de "ciencias de la comunicación" existen conjuntos de conocimientos que se enseñan a los estudiantes. En estas escuelas se enseñan publicidad, periodismo, relaciones públicas, comunicación organizacional y las nuevas profesiones que han surgido con las innovaciones tecnológicas.

Recordemos los conceptos de las tres profesiones más tradicionales: la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo. La publicidad es un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado, que a través de cualquier medio pretende dar a conocer un producto con el objeto de influir en su compra o aceptación (Ortega, 1991, citado por García-Uceda, 2015, p. 29). La comunicación

## 330

organizacional es un conjunto de técnicas y actividades comunicativas que facilitan el intercambio de mensajes entre los integrantes de la organización y entre ésta y sus públicos externos (Túñez, 2012, p. 15). Y el periodismo es el oficio de recoger información de interés general, procesarla y difundirla (Gargurevich, 2000, p. 19).

Los conceptos citados muestran que la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo son evidentemente acciones, interacciones, prácticas comunicativas. Pues, bien, en torno a estas actividades comunicativas se han creado conjuntos de constructos necesarios. Pero por su carácter prescriptivo, estos constructos son: conceptos, reglas y teorías técnicas. Estos cuerpos de conocimientos tienen como objetivo hacer, operar, transformar, mejorar, optimizar la comunicación y lograr la eficacia de la misma.

Se puede afirmar que la estructura lógica de estos enunciados (reglas y teorías) es *A per B* (para lograr *A*, hacer *B*). Donde *A* es el objetivo a lograr y *B* es el procedimiento o el conjunto de actividades a ejecutar. Para lograr la eficacia publicitaria (*A*) deben realizarse las siguientes actividades (*B*); para lograr la eficacia de la comunicación interna y externa de una organización (*A*) deben realizarse las siguientes acciones (*B*); y para lograr comunicar eficazmente los hechos (*A*) deben realizarse las siguientes actividades (*B*). O, ya que se involucra a seres humanos sociales, la estructura lógica sería así: En circunstancias *C*, para lograr la eficacia publicitaria (*A*) generalmente deben realizarse las siguientes actividades (*B*); en circunstancias *C*, para lograr la eficacia de la comunicación interna y externa de una organización (*A*) generalmente deben realizarse las siguientes acciones (*B*); y en circunstancias *C*, para lograr comunicar eficazmente los hechos (*A*) generalmente deben realizarse las siguientes actividades (*B*). Está claro que los conocimientos de la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo tienen carácter prescriptivo principalmente.

Entonces, estos cuerpos de conocimientos tienen la naturaleza de una técnica y no de una ciencia como se suele pensar. Es decir, la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo son técnicas, por el tipo de constructos que poseen, por la estructura lógica de sus constructos, por los objetivos de sus constructos y por la metódica que se supone deben emplear para obtenerlos.

Los conceptos, las reglas y las teorías de la publicidad, de la comunicación organizacional y el periodismo, que son aplicados en el hacer, generalmente, no se fundamentan en los conocimientos científicos. Muchos de los procedimientos se sustentan en la experiencia, en la tradición (así lo he visto, así lo han hecho, así lo haré). Esto nos lleva a sostener que la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo no son tecnologías. Sin embargo, ha habido esfuerzos por fundamentar algunas de sus reglas en ciencias como la psicología, la sociología, las neurociencias u otras. Así, podrían calificar como prototecnologías sociales.

Reconocer a la publicidad, la comunicación organizacional, el periodismo, como prototecnologías abre una gran posibilidad para perfeccionarlos. Orientar las investigaciones en las universidades hacia las investigaciones tecnológicas servirían para crear reglas y teorías eficaces. Solo si se generan conocimientos tecnológicos se pueden proveer a estos centros de estudios de conocimientos válidos.

Sin embargo, hay todavía un complejo para reconocer que los cuerpos de conocimientos esenciales de las carreras universitarias tienen características técnicas. Se prefiere pensar, equivocadamente, que esos conocimientos son científicos, que son la parte práctica de las "ciencias de la comunicación". No es casual que las escuelas o facultades en las universidades se llamen "escuela o facultad de ciencias de la comunicación" o "escuela o facultad de ciencias de la información" y no "escuela o facultad de técnicas de la comunicación" como debería ser. O si prefieren ser más ambiciosos, "escuela o facultad de tecnologías de la comunicación" o "escuela o facultad de ingenierías de la comunicación".

### **Constructos para ejercicio profesional**

El ejercicio profesional de la comunicación demanda conocimientos. Muchos de ellos se encuentran en los manuales y se aprenden en la universidad. Sin embargo, es frecuente escuchar a los profesionales, a los expertos, decir que la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo se aprenden haciendo, en la práctica. La creatividad y el "olfato periodístico" no están en los libros, pero son muy importantes para el ejercicio profesional. La intuición es vital. En el caso del periodismo, la teoría gnóstica da cuenta de eso. Según esta teoría, hay tres saberes importantes para el ejercicio del periodismo:

–*Saber de reconocimiento*: es la capacidad de saber cuáles son los hechos que merecen convertirse en noticia. Es decir, cómo atribuir valor a criterios de noticiabilidad según lo que llaman “faro periodístico”.

–*Saber de procedimiento*: son los conocimientos necesarios para obtener las informaciones y elaborar la noticia.

–*Saber de narración*: se trata de la capacidad de aglutinar las informaciones más pertinentes en una narrativa de noticias de una forma que resulte interesante para el público (Pena de Oliveira, 2006, p. 150).

Según la teoría gnóstica, estos saberes de reconocimiento, de procedimiento y de narración son transmitidos de los veteranos a los novatos a través de ritos de iniciación.

Por lo tanto, se puede afirmar que hay conjuntos de conocimientos operacionales explícitos y tácitos, técnicos primarios y secundarios, que se encuentran en los manuales, en el imaginario de los profesionales en actividad y en las organizaciones. No deben olvidarse los constructos frutos de investigaciones de mercado, de la eficacia publicitaria y de auditorías de la comunicación organizacional.

### **¿Los constructos técnicos de las “ciencias de la comunicación” conforman tecnologías? ¿Los constructos de las escuelas y del ejercicio profesional constituyen tecnologías?**

En la filosofía de Mario Bunge, se diferencia entre técnica y tecnología. Asimismo, entre tecnología, prototecnología, tecnología emergente y seudotecnología. La tecnología es una técnica científica, que utiliza conocimientos científicos. Es decir, sus conocimientos, sus reglas, se basan en la ciencia. Para lograr A hacer B se fundamenta en proposiciones del tipo “p entonces q” o “generalmente, p entonces q”. Podríamos establecer una secuencia evolutiva, entonces, partiendo de lo menos evolucionado: técnica, prototecnología, tecnología emergente y tecnología.

Dicho esto, ¿el conjunto de constructos de carácter técnico de la publicidad, de la comunicación organizacional y del periodismo forman tecnologías? Mario Bunge establece doce elementos que constituyen a la tecnología. La siguiente tabla muestra que la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo cuentan



con la mayoría de esos elementos, pero para ser considerados tecnologías se requiere la totalidad. Por eso, los calificamos como prototecnologías.

**Tabla 1**

*Situación de la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo*

| <b>Elemento de toda tecnología según Mario Bunge</b> | <b>Elemento con que cuenta la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo</b> | <b>Descripción del elemento con que cuentan la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo</b>  |
|--|--|--|
| <b>Comunidad profesional</b>                         | Sí   | Existen comunidades de profesionales (publicistas, relacionistas públicos, periodistas) en todo el mundo. Estos se encuentran en colegios, asociaciones, federaciones.   |
| <b>Sociedad que estimula, tolera</b>                 | Sí   | Los Estados y las empresas apoyan las actividades de publicistas, comunicadores y periodistas. Esto se expresa en el reconocimiento de las organizaciones.   |
| <b>Dominio real</b>                                  | Sí   | La comunicación es un hecho real. La publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo son actividades comunicativas reales.  |
| <b>Visión o filosofía general</b>                    | Sí   | Existen varias concepciones que van desde la idealista hasta la materialista, desde la fenomenológica hasta la positivista. También se puede encontrar una concepción como la de Mario Bunge: realismo sistémico.  |
| <b>Fondo formal</b>                                  | No   | Casi nada se ha formalizado. Hay mucho que hacer en este aspecto. En esto debe diferenciarse entre el periodismo que está rezagado y la comunicación organizacional y la publicidad que han avanzado por la influencia del marketing, la administración y la economía.                   |
| <b>Fondo específico</b>                              | No   | No se cuenta con métodos y teorías lógico y matemáticos.   |
| <b>Problemática</b>                                  | Sí   | ¿Cómo hacer publicidad, comunicación organizacional y periodismo? ¿Cómo lograr la eficacia?  |
| <b>Fondo de conocimientos</b>                        | Sí / No  | Existe un cúmulo de conocimientos acumulados, conformados por constructos como conceptos, reglas y teorías, pero poco fundamentados.   |
| <b>Objetivos</b>                                     | Sí   | Hacer publicidad, comunicación organizacional y periodismo. Lograr la eficacia.  |
| <b>Método</b>  | Sí / No  | Existen métodos establecidos para hacer publicidad, comunicación organizacional y periodismo. Se corresponden con el método tecnológico: problema práctico, diseño, prototipo, prueba, corrección del diseño y reformulación del problema práctico. Sin embargo, no se aplica con rigor. |
| <b>Tecnología antigua</b>                            | Sí   | Si bien la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo son propios de la modernidad y de la sociedad actual, tienen origen en la antigüedad.  |
| <b>Cambia</b>  | Sí   | La publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo son actividades que han cambiado a lo largo del tiempo; han evolucionado.  |

### **Constructos normativos y éticos**

Este tipo de constructos son parecidos a los constructos técnicos, tienen la misma estructura lógica y los mismos objetivos. Se diferencian porque tienen un componente ético importante. En este tipo se encuentran las leyes dadas por el poder político y las normas éticas de cada profesión. Existen un conjunto de normas jurídicas que regulan la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo. Asimismo, hay normas éticas en estos ámbitos profesionales.

### **Constructos científicos**

Son los conceptos, las proposiciones y las teorías frutos de investigaciones científicas administrativas y críticas, cualitativas y cuantitativas. Son los constructos cuyo objetivo es describir, explicar, predecir, interpretar, comprender, el objeto denominado comunicación. Tratan sobre la comunicación interpersonal, grupal, organizacional y masiva.

Los estudios sobre la comunicación empezaron a inicios del siglo XX y han variado en cuanto a enfoques, niveles, diseños y tipos. La revisión bibliográfica nos muestra que se tienen investigaciones cuantitativas y cualitativas; descriptivas, correlacionales y causales; experimentales y no experimentales; básicas y aplicadas. Se muestra una heterogeneidad de constructos. Los libros de teorías de la comunicación muestran muchas y no siempre las mismas. Hay una diversidad de teorías.

Una pregunta que surge es si estos constructos científicos constituyen una ciencia. Para responder esta pregunta, recordemos que para Mario Bunge la ciencia fáctica es un sistema de conocimientos que cuenta con doce elementos: comunidad de investigadores, sociedad que apoya, dominio real, concepción general, fondo formal, colección de teorías, fondo de conocimientos acumulados, objetivos, metódica, parientes próximos y la característica de mutable.

Tabla 2

*Situación de la "ciencia de la comunicación"*

| Elemento de toda ciencia fáctica según Mario Bunge | Elemento con que cuenta la "ciencia de la comunicación" | Descripción del elemento con que cuenta la "ciencia de la comunicación"  |
|--|---|--|
| Comunidad de investigadores                        | Sí  | Existen comunidades de investigadores de la comunicación en todo el mundo. Estos investigadores se encuentran en las universidades y en los centros de investigación. Existen asociaciones o sociedades de investigadores de la comunicación.  |
| Sociedad que apoya                                 | Sí  | Los Estados y las empresas apoyan las investigaciones en comunicación. Existe un reconocimiento de la denominada "ciencia de la comunicación".   |
| Dominio real                                       | Sí  | La comunicación es un hecho real. La denominada "ciencia de la comunicación" tiene como dominio la comunicación. Por lo tanto, cumple con este requisito. Sin embargo, lo que genera discusión es si este dominio es solo de la llamada "ciencia de la comunicación" o es todas las ciencias sociales.   |
| Concepción general                                 | Sí  | Existen varias concepciones que van desde la idealista hasta la materialista, desde la fenomenológica hasta la positivista. También se puede encontrar una concepción como la de Mario Bunge: realismo sistémico.  |
| Fondo formal                                       | No  | Probablemente en esto la ciencia de la comunicación esté bastante atrasada. Casi nada se ha formalizado. Hay mucho que hacer en este aspecto. Las investigaciones en base a la teoría matemática de la comunicación constituyen un avance en este sentido.   |
| Colección de teorías                               | No  | Aunque no tienen las características de una teoría en sentido estricto, existe una colección de teorías que se describen en los libros de la llamada "ciencia de la comunicación": Aguja hipodérmica, Los dos pasos, De cultivo, Del aprendizaje social, Usos y gratificaciones, Ecología de los medios, La sociedad red, La cultura participativa, etc. |
| Fondo de conocimientos acumulados                  | Sí / No   | Hay un cúmulo de conocimientos que provienen de distintas disciplinas que se agrupan bajo el título de "ciencia de la comunicación".   |
| Problemas  | Sí  | Desde que emergió, la denominada "ciencia de la comunicación" se han planteado estos grandes problemas: ¿Quién comunica? ¿A quién comunica? ¿Qué comunica? ¿A través de qué comunica? ¿Con qué efecto? Estas preguntas han dado lugar a sendas investigaciones. A estos problemas, debemos añadir los problemas planteados desde las teorías críticas.   |
| Objetivos  | Sí  | Conocer las regularidades de la comunicación, controlar la comunicación, comprender la comunicación.   |
| Metódica   | Sí  | El método científico.  |
| Parientes próximos                                 | Sí  | Gran parte de los conocimientos acumulados por la ciencia de la comunicación es compatible con los conocimientos de otras ciencias, sobre todo de las ciencias sociales.   |
| Cambia   | Sí  | El objeto de estudio denominado "comunicación" cambia. Hay nuevos medios, nuevos emisores, nuevos receptores, nuevos mensajes. Asimismo, la ciencia de la comunicación ha ido cambiando. Nuevos constructos.   |

Para Mario Bunge son necesarias estas doce condiciones de manera concurrente para que un cuerpo de conocimientos sea ciencia.

“Ninguna de estas doce condiciones es, por sí sola, suficiente para que un campo de conocimientos sea científico. Sólo la conjunción de las doce define el carácter científico de un campo de conocimientos”. (Bunge, p. 29).

Asimismo, para Mario Bunge debe diferenciarse entre ciencia, protociencia o semiciencia, ciencia emergente y seudociencia. Un cuerpo de conocimientos o un conjunto de investigaciones puede evolucionar de protociencia a ciencia emergente y finalmente a ciencia. La diferencia entre estas tres es de grado. Pero las tres son totalmente diferentes a la seudociencia.

Un campo de investigación que las satisface aproximadamente puede llamarse semiciencia o protociencia (la economía y la ciencia política son ejemplos). Si además el campo está avanzando hacia el total cumplimiento de todas esas condiciones, puede llamarse ciencia emergente o en desarrollo (ejemplos, la psicología y la sociología). En cambio, se dirá que es seudocientífico –o una impostura o falsa ciencia– cualquier campo de conocimientos que, aunque no sea científico, se anuncia como científico (son ejemplos la parapsicología, el psicoanálisis y la psicohistoria). La diferencia entre la ciencia y la protociencia es de grado, mientras que entre la protociencia y la seudociencia es una diferencia de clase. (Bunge, 2001, p. 23).

En ese sentido, se puede calificar a la llamada “ciencia de la comunicación” como protociencia, como a casi todas las ciencias sociales, aunque para Bunge la ciencia de la comunicación sería mixta. Definitivamente, no es lo que Bunge llamaría seudociencia.

Ahora bien, que la ciencia de la comunicación sea protociencia no debe desanimar a nadie, ya que esa es la condición de casi todas las ciencias sociales. En la medida en que se hagan esfuerzos por proceder de acuerdo con el método científico, se logrará superar las dificultades y avanzar hacia lo científico totalmente.

### Los constructos filosóficos

Son todos los metadisursos sobre las "ciencias de la comunicación". Los constructos filosóficos se han desarrollado desde el mismo surgimiento de la denominada "ciencia de la comunicación". Jorge Serrano (1998) sostiene que existen tres niveles de reflexión acerca de la ciencia. Un primer nivel que consiste en la autofundamentación, hecha por el mismo científico, en el que reflexiona críticamente sobre su ciencia, su método, sobre su estatuto. Un segundo nivel en el que el científico reflexiona sobre su ciencia en comparación con otras. Y un tercer nivel de reflexión que sería la que hacen los filósofos de la ciencia (Serrano, 1998, pp: 18-19). Lo que se observa en las "ciencias de la comunicación" es una reflexión hecha por los mismos científicos de la comunicación, por los especialistas en el área. Ha habido una autofundamentación principalmente. Y los trabajos hechos por los filósofos son escasos.

Si bien algunos consideran que sobre la epistemología de la comunicología se empezó a discutir en la antigua Grecia, casi cuatro siglos antes de nuestra era, cuando Sócrates cuestionaba a Gorgias sobre el estatuto de la retórica (Espinosa y Arellano, 2010, p. 290), es recién en la segunda mitad del siglo XX que se empieza a discutir con cierta amplitud sobre el tema. Los investigadores de la comunicación discutieron ampliamente sobre problemas filosóficos. Esta discusión podemos ordenarla en torno a problemas ontológicos (¿qué es la comunicación?), epistemológicos (¿cuál es el objeto y el método de las "ciencias de la comunicación"?, ¿existe una ciencia de la comunicación?, ¿los estudios sobre la comunicación son científicos?), éticos (¿cuáles son las responsabilidades de los medios de comunicación, del periodismo, de la publicidad, de las universidades?), praxiológicos (¿cómo se pone en práctica la comunicación? ¿cuáles son las profesiones?, ¿cuáles son las políticas? (Anderson, 1996, citado por Fuentes, 2017, pp. 26-27).

Para esta investigación, se han revisado los trabajos de 26 autores que se mencionan en la tabla 3. Todos ellos son (o fueron) investigadores de la comunicación. Algunos han dedicado obras completas a reflexionar filosóficamente sobre las "ciencias de la comunicación".

**Tabla 3**

Autores que han reflexionado sobre las "ciencias de la comunicación"

| <b>Nombres, país y fecha de nacimiento</b> |  |
|--|--|
| 1)   | Wilbur Schramm (Estados Unidos, 1907-1987)   |
| 2)   | Denis McQuail (Reino Unido, 1935-1917)       |
| 3)   | Klaus Bruhn Jensen (Dinamarca, 1956)         |
| 4)   | John Fiske (Estados Unidos, 1939)            |
| 5)   | Robert Craig (Estados Unidos, 1947)          |
| 6)   | Søren Brier (Dinamarca, 1951)                |
| 7)   | Richard West (Estados Unidos)                |
| 8)   | Lynn Turner (Estados Unidos)                 |
| 9)   | Miquel Rodrigo Alsina (España, 1955)         |
| 10)  | José Luis Piñuel Raigada (España, 1946)      |
| 11)  | Juan Antonio Gaitán Moya (España)            |
| 12)  | José Marques de Melo (Brasil)                |
| 13)  | Raúl Fuentes Navarro (México)                |
| 14)  | Carlos Vidales Gonzáles (México)             |
| 15)  | Eduardo Vizer (Argentina)                    |
| 16)  | Manuel Serrano (España)                      |
| 17)  | Damián Fernández Pedemonte (Argentina, 1964) |
| 18)  | Miquel de Moragas i Spá (España, 1943)       |
| 19)  | Jesús Martín-Barbero (España, 1937)          |
| 20)  | Sandra Valdettaro (Argentina, 1961)          |
| 21)  | Luis Jesús Galindo Cáceres (México)          |
| 22)  | José Carlos Lozano Rendón (México)           |
| 23)  | Erick Torrico Villanueva (Bolivia)           |
| 24)  | Tanius Karam Cárdenas (México)               |
| 25)  | Marta Rizo García (México)                   |
| 26)  | María Immacolata Vassallo de Lopes (Brasil)  |

La revisión de las obras de los autores antes mencionados muestra las siguientes coincidencias:

- a) Se define la comunicación como un proceso o una interacción multidimensional. Tiene un aspecto natural y social; un componente físico, químico, biológico,

psicológico, social y cultural. Se excluye la comunicación de animales y la de máquinas. Se enfatiza en la comunicación social.

- b) El objeto de estudio de las "ciencias de la comunicación" es el proceso de transmisión o la interacción a través de signos o el proceso de construcción de sentido.
- c) Se observan tres respuestas respecto de la existencia de la "ciencia de la comunicación": a) No existe una "ciencia de la comunicación", pero sí un campo de estudio de la comunicación. b) Es posible una "ciencia de la comunicación", pero debe construirse, debe hacerse esfuerzos para lograr ese objetivo. c) Existe una ciencia de la comunicación, pero es una interciencia, una posdisciplina, una multidisciplina, una interdisciplina, una transdisciplina o una indisciplina.

### **Relación entre los constructos científicos y los constructos técnicos**

Fuentes (2017), Vassallo de Lopes (2005), entre otros, sostienen que en el campo de la comunicación hay un subcampo científico, un subcampo educativo y un subcampo profesional. Fuentes ha llamado a esto, también, subcampos: de la producción, de la reproducción y de la aplicación (Fuentes, 2017, pp. 152-153). En el primero se produce los conocimientos científicos, en el segundo se enseñan y se aprenden y en el tercero se aplican, se ponen en práctica (Vassallo de Lopes, 2005: 44). Esta articulación de los tres subcampos mencionados sería real si en el primero se investiga la comunicación, en el segundo se enseña a investigarla y en el tercero se aplica lo aprendido para investigar la comunicación nuevamente, esta vez, por los nuevos investigadores. Sin embargo, esta articulación dista de ser real. Efectivamente, en el subcampo científico se producen los conocimientos que describen, explican e interpretan el objeto comunicación. Pero en las escuelas, generalmente, no se forman investigadores de la comunicación, sino profesionales de la comunicación. Y la profesión tiene que ver con el saber hacer y el hacer, más que con el conocer. Es decir, los estudiantes y los egresados de las escuelas de ciencias de la comunicación frecuentemente son capacitados para hacer periodismo, hacer publicidad o gestionar la comunicación en las organizaciones, pero no para investigar científicamente la comunicación. Esta

## 340

brecha entre el conocer y el hacer es la que no ha sido superada suficientemente hasta hoy.

Así, es un error pensar que los constructos científicos de las “ciencias de la comunicación” originan los constructos técnicos de la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo. Los manuales de estas técnicas son pruebas del divorcio entre los constructos científicos y los constructos técnicos.

En el texto *Teorías del periodismo* (2006) de Felipe Pena de Oliveira se reseñan doce teorías: del espejo, del *newsmaking*, organizacional, del gatekeeper, gnóstica, de la agenda *setting*, instrumentalista, de los fractales biográficos o la biografía sin fin, de la nueva historia, etnográfica, de los definidores primarios y la espiral del silencio y del mismo autor. Todas las teorías mencionadas muestran cómo es y cómo hacen periodismo, pero no cómo debe hacerse. Es decir, son teorías que tienen un fin descriptivo, explicativo, pero no prescriptivo. Están compuestas de conceptos y proposiciones, pero no de reglas de acción. Es posible deducir reglas para operar, para hacer periodismo, pero no se ha hecho y no se encuentran en los manuales. Los textos de periodismo siguen compuestos de reglas que surgieron de la experiencia profesional del autor-periodista y no de las generalizaciones científicas. Probablemente el periodismo sea un ejemplo extremo del divorcio entre la investigación científica y las reglas para hacer periodismo, entre los constructos científicos y los constructos técnicos; pero tampoco la publicidad y la comunicación organizacional han avanzado.

El Paradigma DirCom es un mapa para recorrer y gestionar la comunicación en las grandes corporaciones, las instituciones públicas, las organizaciones no gubernamentales, las grandes empresas y las PYMES. “El objeto de mi trabajo es optimizar la eficiencia de la gestión de las organizaciones” (Costa, 2015, p. 16). Su autor, Joan Costa, afirma:

“Mi principal aporte al modelo DirCom es construir un sistema de pensamiento y acción a partir de dos fuentes: las experiencias profesionales vividas en diferentes países, y las investigaciones científicas, siempre realimentándose mutuamente”. (Costa, 2015, p.16).

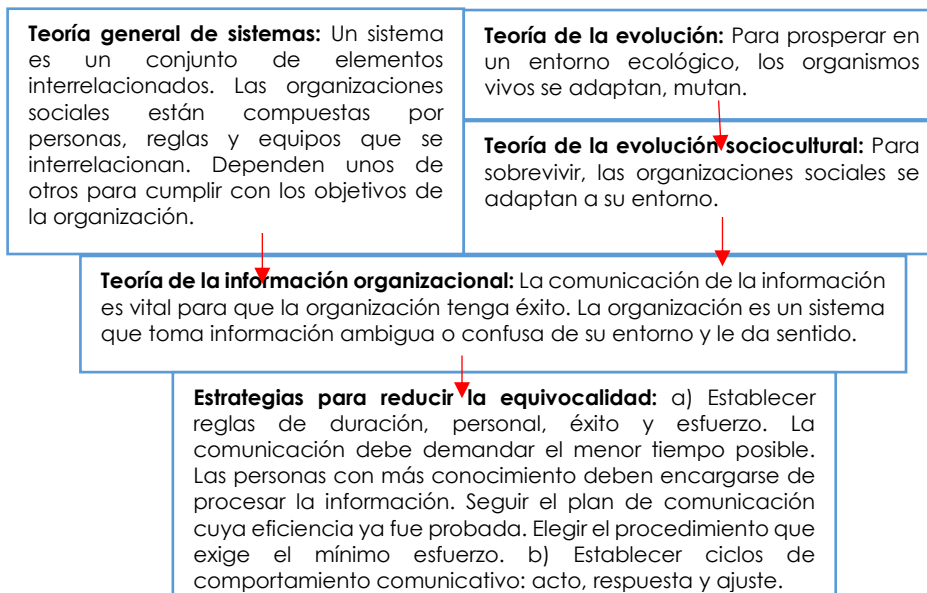


Sin embargo, el Paradigma DirCom está lejos de ser o parecer un sistema hipotético-deductivo. Hay un divorcio, cuando no una confusión, entre la parte filosófica, científica y técnica.

Si bien existe una desarticulación entre los constructos científicos y técnicos, pensamos que podría hacerse esfuerzos para vincularlos. Consideremos un ejemplo positivo del libro "Teorías de la comunicación. Análisis y aplicación" de West y Turner (2005): De la teoría general de sistemas, de la teoría de la evolución y de la teoría de la evolución sociocultural (teorías de ciencia básica) se deduce la teoría de la información organizacional (teoría de ciencia aplicada) y de ésta se deducen las estrategias para reducir la equivocabilidad (teoría tecnológica). De estas teorías científicas se pueden evaluar si son verdaderas o falsas, pero de la teoría tecnológica, si es eficaz o ineficaz. Se requieren investigaciones para ambas: científicas, por un lado, y tecnológicas, por otro.

## Figura 2

*Sistema hipotético-deductivo de la Teoría de la información organizacional. Elaboración propia, con datos de West y Turner, 2005, pp. 263-278*

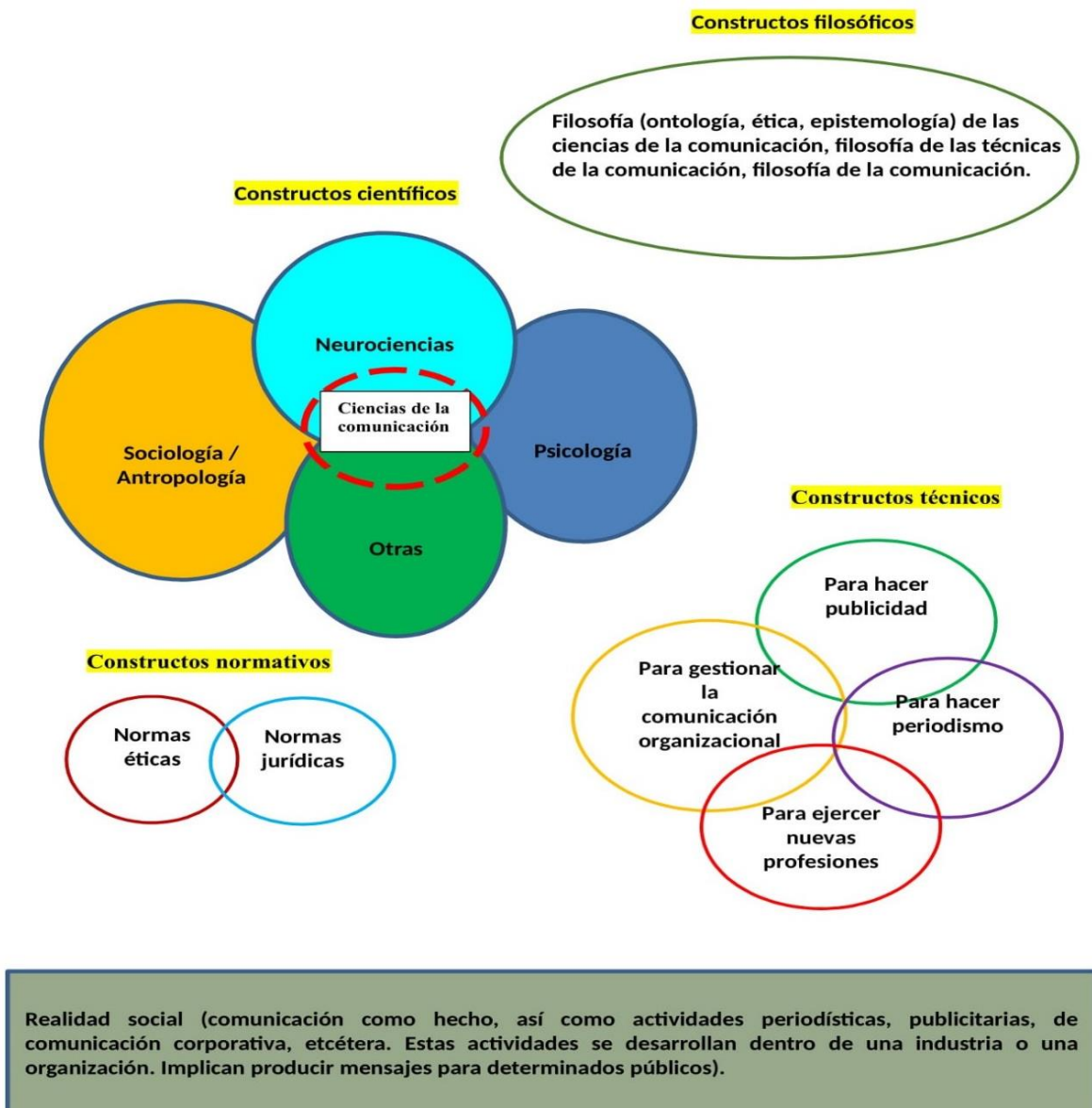


Pero, ¿cuántas teorías de la comunicación tienen esta articulación con la práctica profesional? Es probable que muy pocas. ¿De cuántas teorías de la comunicación pueden deducirse reglas, normas de acción? De todas probablemente, pero hay

que hacerlas. Esa es una tarea que falta. Por ahora solo se observa un divorcio entre los constructos técnicos y científicos. Tal vez la explicación esté en el hecho de que, si tomamos en cuenta la historia de la publicidad, la comunicación organizacional y el periodismo, encontraremos que son anteriores al surgimiento de las “ciencias de la comunicación”. La comunicación como práctica es anterior a las teorías. Por ello, ha tenido su propio desarrollo, su propia evolución. Y aún lo tiene.

**Figura 3**

*Orden de los constructos de las “ciencias de la comunicación”*



## Conclusiones

"Ciencias de la comunicación" es solo un nombre, que tiene referentes diversos y complejos.

En las "ciencias de la comunicación" se encuentran cuatro tipos de constructos: técnicos, normativos, científicos y filosóficos.

Estos constructos son autónomos e independientes. La autonomía se refiere a que tienen origen y desarrollo propio. Y la independencia se refiere a que los constructos técnicos y normativos generalmente no dependen de los constructos científicos.

## Referencias

- Abril, G. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Álvarez, M. (c) (2010). *Pensar la comunicación. Reflexiones y resultados de investigación*. Tomo II. Colombia: Centro de Investigación en Comunicación. Universidad de Medellín. Primera edición.
- Berganza, R. y Ruiz, J. (c) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: MC Graw Hill.
- Bourdieu, P. (2003). *El oficio de científico. Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Curso del College de France 2000-2001. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao, España: Editorial Desclée de Brouwer. Segunda edición.
- Bunge, M. (2016). *Materia y mente. Una investigación filosófica*. Ciudad de México: Siglo XXI Editores.
- Bunge, M. (2014). *Memorias entre dos mundos*. Barcelona, España: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Bunge, M. (2013). *Filosofía política. Solidaridad, cooperación y democracia integral*. Barcelona, España: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Bunge, M. (2012). *Filosofía de la tecnología y otros ensayos*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

- Bunge, M. (2009). *¿Qué es filosofar científicamente? y otros ensayos*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- Bunge, M. (2008a). *Filosofía y sociedad*. México: Siglo XX Editores. Primera edición.
- Bunge, M. (2008b). *Semántica I. Sentido y referencia*. Barcelona, España: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Bunge, M. (2004). *Epistemología. Ciencia de la ciencia*. México: Siglo XXI Editores. Cuarta edición.
- Bunge, M. (2002). *Ser, saber, hacer*. México: Editorial Paidós. Primera edición.
- Bunge, M. (2003). *Cápsulas*. Barcelona, España: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Bunge, M. (2001). *Diccionario de filosofía*. México: Editorial Siglo XXI Editores. Primera edición.
- Bunge, M. (1999). *Las ciencias sociales en discusión. Argentina: Una perspectiva filosófica*. Editorial Sudamericana. Primera edición.
- Bunge, M. (1997). *Vigencia de la filosofía. Ciencia y técnica. Investigación y universidad*. Lima, Perú: Fondo Editorial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Primera Edición.
- Bunge, M. (1985). *Economía y filosofía*. Madrid, España: Editorial Tecnos. Segunda Edición.
- Bunge, M. (1979). *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*. Barcelona, España: Editorial Ariel. Sexta edición.
- Bunge, M. (1972). *Causalidad. El principio de causalidad en la ciencia moderna*. Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires. Tercera edición.
- Cebrián, B. y MIRÓN, L. (c) (2013). *Áreas del periodismo*. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Cervantes, C. y Sánchez, E. (c) (1994). *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*. México: Universidad de Guadalajara, Centro de Estudios de la información y la comunicación, Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación.
- Costa, J. (2018). *Creación de la imagen corporativa. El paradigma del siglo XXI*. En: *Razón y Palabra*, vol. 22 pp.356-373.

- Costa, J. (2015). El paradigma DirCom. El nuevo Mapa del Mundo de la Comunicación y el *management* estratégico global. Barcelona: Costa Punto Com Editor. Primera edición.
- Fernández, D. (2014). Comunicación aplicada. Teoría y método. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Fuentes, R. (2017). Centralidad y marginalidad de la comunicación y su estudio. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Galindo, J. (c) (2008). Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas e históricas hacia una comunicología posible. España: McGraw-Hill.
- Garcés, A. y Lombana, D. (c) (2010). Pensar la comunicación. Reflexiones y resultados de investigación. Tomo I. Colombia: Centro de Investigación en Comunicación. Universidad de Medellín. Segunda edición.
- Gargurevich, J. (2009). Las cadenas de diarios en el Perú. Lima. En: Poder mediático. Fondo Editorial UCH. Lima.
- Gargurevich, J. (2000). La prensa sensacionalista en el Perú. Lima, Perú: Fondo Editorial de la PUCP.
- García-Uceda, M. (2015). Las claves de la publicidad. Madrid, España: ESIC Editorial Octava edición.
- Gomis, L. (1997). Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Jensen, K. (e) (2014). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. México: Fondo de Cultura Económica. Primera edición.
- López, F. (1997). La ciencia de la comunicación. Método y objeto de estudio. México: Editorial Trillas. Segunda edición.
- Lozano, J. (2003). ¿Usos o efectos de la comunicación de masas? Convergencias y divergencias entre la economía política, los estudios culturales y los enfoques de los efectos cognitivos. En: Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación. N° 1.
- Lozano, J. (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Logman de México Editores. Primera edición.

- Maigret, E. (2005). Sociología de la comunicación y de los medios. Colombia: Fondo de Cultura Económica. Primera edición en español.
- Marques de Melo, J. (2001). Identidad del campo de la comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación. pp. 27-34.
- Martín-Barbero, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? Ecuador. En: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. N° 128. CIESPAL.
- Martín-Barbero, J. (2014). Pensar la comunicación en Latinoamérica. En: Redes.com N° 10.
- Martín-Barbero, J. (2002). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Martínez, M. (2008). Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Paidós.
- McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós Comunicación. Tercera edición revisada y ampliada.
- McQuail, D. y Windahl, S. (1984). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. España: Ediciones Universidad de Navarra.
- Moragas, M. de (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Moragas, M. de (1993). Teoría de la comunicación de masas. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Sexta edición. Editorial Gustavo Gili.
- Pena de Oliveira, F. (2006). Teoría del periodismo. Sevilla, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Piñuel, J. y Gaitán, J. (1995). Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social. España: Editorial Síntesis.
- Piñuel, J. y Gaitán, J. y Lozano, C. (2013). Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Portugal, F. (c) (2012). La investigación en comunicación social en américa latina 1970-200. Lima, Perú: Fondo Editorial de la UNMSM. Segunda edición.

- Quintanilla, M. (2005). *Filosofía de la tecnología*. Lima, Perú: Fondo Editorial UIGV. Primera edición.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona Serie de Publicaciones.
- Santagada, M. (2000). *De certezas e ilusiones. Trayectos latinoamericanos de investigación en comunicación*. Argentina: Universidad de Buenos Aires. Primera edición.
- Schramm, W. (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. México: Editorial Grijalbo.
- Searle, J. (2017). *Creando el mundo social. La estructura de la civilización humana*. Barcelona, España: Ediciones Paidós. Primera edición.
- Serrano, J. (1998). *Filosofía de la ciencia*. México: Editorial Trillas. Tercera reimpresión.
- Torrco, E. (2016). *La comunicación pensada desde América Latina (1960-2009)*. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Torrco, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Editorial Norma.
- Torrco, E. (1997). *La tesis en comunicación. Elementos para elaborarla*. La Paz, Bolivia.
- Túñez, M. (2012). *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Argentina: UNR Editorial. Editora de la Universidad Nacional de Rosario. Primera edición.
- Vassallo de Lopes, M. y Fuentes, R. (2005). *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Jalisco, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Vera, H. (2014). *Epistemología del periodismo y de la comunicación política. Ciberdemocracia y cibercultura*. Chile: Editorial Universidad Santiago de Chile. Primera edición.

- Vilches, L. (c) (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. España: Editorial Gedisa. Primera edición.
- Vizer, E. y Vidales, C. (coord.) (2016). *Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición. Salamanca, España.
- Vidales, C. (2013). *Comunicación, Semiosis y sentido. El relativismo en la investigación de la comunicación*. Salamanca, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera edición.
- Wallerstein, I. (1999). *Impensar las ciencias sociales*. México: Siglo Veintiuno Editores. Segunda edición en español.
- West, R. y Turner, L. (2005). *Teoría de la comunicación. Análisis y aplicación*. España: Editorial Mc Graw Hill.
- Wolf, M. (1985). *La investigación de la comunicación de masas*. Editorial Paidós.