

## **UNAS REFLEXIONES SOBRE LA INTERDISCIPLINARIEDAD DE LA COMUNICACIÓN**

MANUEL PARÉS I MAICAS\*

### **I. Introducción**

Estoy convencido de que el marco teórico – con sus consiguientes repercusiones prácticas – en el que la comunicación tiene su esfera de actuación es crecientemente mucho más y que desborda ampliamente de la que llamamos comunicación social o de masas. Los investigadores debemos darnos cuenta de que nuestra disciplina se ensancha sin cesar y que en, el terreno de las ciencias sociales, va adquiriendo unos moldes parecidos a los que tiene la sociología, como veremos más adelante.

Por ello pienso que la interdisciplinariedad y la transversalidad de la comunicación es un hecho incuestionable, lo que nos lleva a afirmar que considerar la comunicación social, académicamente hablando, como constitutiva de las ciencias de la comunicación es un hecho incuestionable. Desde el punto de vista de la investigación tal hecho nos muestra, por una parte, la imposibilidad de contemplar la comunicación como una ciencia única y, por la otra, la necesidad de enfocarla como la suma de una serie de aportaciones científicas de distinta naturaleza, que yo clasificaría en tres grandes vértices: el papel de las ciencias sociales; el papel de las ciencias humanas; el papel de las ciencias experimentales.

Una dimensión que debe tenerse en cuenta es la investigación comparativa como consecuencia de esta interdisciplinariedad y trasversalidad, e

---

\* Presidente da International Association for Mass Communication Research (IAMCR), Professor de la Universidad Autónoma de Barcelona.

igualmente por el hecho de que este tipo de investigación se ha comprobado que es necesaria en un ámbito tan internacionalizado como el nuestro, a pesar de que los procesos comunicativos se suelen estudiar en el marco de un Estado concreto.

Quiero hacer la observación previa que aunque a simple vista parezca que este enfoque esté pensado esencialmente para la comunicación social, por su papel esencial en la dinámica y en el desarrollo de cualquier sociedad, el planteamiento también es válido, a mi entender, para los distintos campos en los cuales el papel de la comunicación es igualmente clave para poder analizarlo.

Así, pues, propongo el siguiente esquema de análisis de las distintas ciencias que pueden integrar, según los casos, la comunicación, desde sus múltiples perspectivas:

## **II. La interdisciplinariedad de la comunicación**

### **a) *Las ciencias sociales***

– La antropología cultural, por su estudio del desarrollo cultural de toda comunidad y por su incidencia en la comunicación en sentido general y de forma individualizada en cada una de sus perspectivas. La antropología cultural, como ciencia de la cultura tiene una íntima relación con la simbiosis existente entre la comunicación y la cultura.

En el mismo sentido podría contemplarse el auge que inevitablemente debe darse a la comunicación intercultural, habida cuenta que cada vez más las sociedades son menos homogéneas desde el punto de vista étnico y cultural

– La sociología, por razones obvias, juega un papel determinante, por las íntimas relaciones que existen entre la comunicación y la sociedad, sea a nivel individual, grupal o colectivo.

– La psicología social, por el hecho de que una serie de conceptos de esta disciplina ejercen una función muy importante en cualquier análisis de un proceso comunicativo. Cabe recordar que algunos de los fundadores de la «Communication Research» eran psicólogos sociales. En el campo de la formación de la opinión pública conceptos de esta disciplina como actitud, opinión, comportamiento, creencias, mentalidad, liderazgo tienen una función destacada.

– La ciencia política nos explica que cada régimen político tiene su propio modelo de sistema de comunicación, con todas las consecuencias que este hecho origina. En el campo de la comunicación social da lugar a las políticas públicas de comunicación, concepto clave, pero que entra en un debate dialéctico con los fenómenos de la desregulación y la privatiza-

ción, con el hecho inevitable y preocupante de la importancia que ha adquirido el mercado en este terreno y, en este marco, en el fenómeno de la globalización en sus distintas perspectivas.

- Como corolario de lo expuesto en el párrafo anterior, debo referirme al derecho, tanto en su vertiente de cuerpo normativo como sistema jurídico, como a nivel subjetivo, por su directa relación con los derechos humanos, que, en el campo de la comunicación social tiene una especial importancia en los derechos fundamentales a la libertad de pensamiento, de información y de expresión, todos ellos pilares de cualquier sistema democrático.

- La economía en este campo desempeña también un rol vital, tanto en su dimensión de la economía de los medios de comunicación, como, aun más, a mi parecer, porque una de las formas de la comunicación social, que es la publicidad, guarda con ella unas conexiones muy profundas. El auge de los grupos multimedia y su creciente proceso de globalización lo atestiguan claramente.

- La historia es otra disciplina igualmente relevante y desde varias facetas. Es decir, por el hecho de que la historia es el estudio de los procesos comunicativos con una repercusión social, política, económica, cultural, en una época determinada de estudio. Al propio tiempo, es un instrumento esencial para conocer la evolución a través de los tiempos de los medios de comunicación, de su progreso tecnológico, así como de los cambios experimentados por las distintas formas de comunicación, es decir, la información periodística, las relaciones públicas, la publicidad, la propaganda, la desinformación.

Además, si consideramos que la cultura tiene una expresión comunicativa evidente, la historia de la cultura juega también en este aspecto un papel destacado.

## b) *Ciencias humanas*

- La lingüística, obviamente tiene un papel trascendental, ya que la comunicación siempre ha sido estudiada desde su vertiente expresiva, y en especial en su dimensión textual, sin excluir la oral, y en este aspecto el papel de aquella es fundamental.

- La filosofía también se ha preocupado por los fenómenos de la comunicación, y así lo prueba la llamada filosofía de la comunicación. Es evidente que la comunicación como proceso tiene una perspectiva filosófica.

- La ética y su expresión normativa, la deontología, juega su papel en la comunicación mediática. Así, en la ética de la información, en la de las relaciones públicas, en la de la publicidad, por una parte, y en la ética de los medios de comunicación, la prensa, la radio, la televisión, del cine, de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Igualmente puede hablarse de la ética de la comunicación en relación con los distintos campos a los que hago referencia en el epígrafe III. – Otros campos de estudio. En estos supuestos, empero, a menudo tienen su propia regulación deontológica.

Desde otro ángulo, los confines del derecho y de la ética no son muy nítidos, aunque son ciencias sociales que se complementan, ya que debe partirse de la idea de que, en toda sociedad democrática, la legitimidad de cualquier norma legal debe sustentarse en su imprescindible base ética,

– La estética, en sus relaciones con la filosofía y con el arte tiene igualmente una función, especialmente en la dimensión expresiva del mensaje comunicativo. Así en las distintas formas de comunicación antes mencionadas, y en mayor grado en la publicidad y en los medios de comunicación, cada uno de ellos con sus características expresivas propias. En todo caso, las relaciones entre comunicación y estética son muy amplias y variadas.

### c) *Ciencias experimentales*

Además de sus relaciones originarias con la matemática y la biología, cabe destacar su papel esencial en la informática, con todas sus derivaciones. Lo mismo puede decirse de las telecomunicaciones y sus profundas conexiones con la comunicación audiovisual. Este hecho es aún más tangible si partimos de la hipótesis que se plasmará en un futuro cercano de la integración en una sola unidad operativa del teléfono, el ordenador y el televisor.

Asimismo, las distintas tecnologías, en especial las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación ejercen una función muy importante, que ha sido muy destacada en el terreno de la comunicación mediática, pero que no puede menoscabarse su influjo en los otros campos en los que la comunicación tiene un papel.

## **III. Otros campos de estudio**

Antes he mencionado el paralelismo que en este terreno puede establecerse entre la comunicación y la sociología. En efecto, si como es generalmente aceptado, pueden establecerse desde una perspectiva sociológica relaciones con múltiples campos de la vida social, como pueden ser, por ejemplo, la educación, la ciencia, la medicina, el arte, la juventud, la tercera edad, el ejército, la literatura o la cultura, por enumerar simplemente algunos supuestos, lo mismo puede decirse en numerosos casos respecto a la comunicación, aunque el número de casos pueda ser probablemente menor.

- En este ámbito concreto, creo que lo importante es considerar la comunicación como un proceso expresivo, de intercambio en sus distintas formas, de las interacciones sociales en cualesquiera de los sectores o campos que se mencionan.

Así, pues, a continuación, con un ánimo simplemente enumerativo, y en modo alguno exhaustivo, voy a mencionar una serie de ámbitos que estimo deben ser objeto de estudio por parte de los investigadores y los expertos en comunicación:

- Urbana, según el ámbito geográfico, normalmente el territorio del municipio
- Rural
- Y Educación, en la educación formal, la informal y la permanente
- Científica y tecnológica
- Artística, en la que se puede tratar igualmente el papel de los museos
- Política y electoral
- Las relaciones internacionales, comunicación internacional
- La salud
- La empresa
- Corporativa
- Las relaciones humanas
- Los conflictos, papel de la mediación
- Los procesos judiciales
- Gestión cultural, así como el mecenazgo.

Desde luego, podrían mencionarse otros campos en los cuales, por el momento, la importancia de la comunicación como proceso, no ha sido aun muy tenida en cuenta, pero que, con el cambio social, indudablemente surgirán nuevas perspectivas de análisis.

Esta propuesta que acabo de formular plantea inmediatamente la problemática de cómo enfocar la investigación en cualesquiera de los campos mencionados, dada su evidente interdisciplinariedad, y que pone en contacto a expertos de dos ámbitos claramente diferenciados, cuya posibilidad de colaboración no siempre es factible. Es obvio que la premisa previa es de tipo formativo, es decir, cómo formar a expertos en comunicación que a su vez posean amplios conocimientos en uno de los sectores citados.

Creo que los centros universitarios de formación de comunicadores siguen estando básicamente polarizados en la formación de periodistas, relaciones públicas, publicitarios y especialistas en el campo del audio-

visual, y que aún no han contemplado en toda su extensión la nueva problemática conceptual, que yo me he limitado a apuntar aquí. Desde luego, en lo que yo conozco, los planes de estudios no están preparados para enfrentarse ante este nuevo reto, ya que su preocupación se sitúa fundamentalmente en la comunicación mediática..

Se me puede argüir que, por lo menos en España, en determinados campos, se intenta canalizar la demanda académica existente a través de masters, una vez terminada la licenciatura, pero, a la luz de la experiencia adquirida, podemos preguntarnos si éste es el camino más apropiado.

Esta propuesta que formulo en este texto lleva aparejada, inevitablemente, un criterio de especialización en las múltiples posibilidades que ofrece la comunicación, como he tratado de exponer a lo largo de estas notas.

Opino que debería existir una carrera cuyo primer ciclo estuviera consagrado a estudiar en profundidad las disciplinas de ciencias sociales y humanas que constituyen la base estructural de las ciencias de la comunicación; en el segundo ciclo se estudiaría la comunicación mediática, en su primer año, y en el año siguiente uno de los campos antes mencionados. Esto comportaría la existencia de una serie de itinerarios en función de las posibilidades educativas que se ofrecieran de los distintos campos antes aludidos.

En la medida de mis posibilidades, en el marco de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR), en la que ocupó la presidencia, trato de introducir paulatinamente este enfoque, que me parece ineludible, si queremos adaptarnos a las exigencias del cambio histórico en el terreno de las ciencias de la comunicación.