



Sphera Pública

ISSN: 1180-9210

sphera@ucam.edu

Universidad Católica San Antonio de Murcia
España

García Jiménez, Leonarda

Reseña de "Teoría e investigación en comunicación social" de Juan José Igartua y María Luisa
Humanes

Sphera Pública, núm. 6, 2006, pp. 217-221
Universidad Católica San Antonio de Murcia
Murcia, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29700615>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

RESEÑA

SPHERA PUBLICA
Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Número 6 (2006). Murcia

Juan José Igartua y María Luisa Humanes

Teoría e investigación en comunicación social

Síntesis, Madrid, 2004, 462 pp.

Leonarda García Jiménez
Universidad Católica San Antonio
legarcia@pdi.ucam.edu

No es el libro de Igartua y Humanes un manual más sobre investigación en comunicación, sino que se trata de una obra –al igual que otra más reciente coordinada por Berganza Conde y Ruiz San Román (2005)– que representa el estado actual de las ciencias de la comunicación españolas: la recién alcanzada madurez de una disciplina que cuenta con algo más de 30 años de historia.

Para entender la vocación científica que inspira esta obra, quizá sea conveniente tener presente que nos encontramos ante investigadores que han recibido una formación académica específicamente comunicativa, lo que denota el interés de los autores por dotar a la obra de una dimensión epistemológica propia de una disciplina –la comunicación– que hace tiempo encontró su lugar entre las ciencias en general, posicionamiento y reconocimiento menos evidente en el caso concreto español.

En este sentido, la investigación en España ha estado caracterizada por el retraso, puesto que “el régimen político surgido de la Guerra Civil impidió que esta investigación se desarrollase de forma homóloga a la que siguieron los demás países de Europa al término de la Segunda Guerra Mundial” (Moragas, 1988: 11).

No se debe pasar por alto que “lo que ha marcado la investigación en España, como a otros países europeos en iguales circunstancias, ha

sido la dictadura política que se padeció hasta 1976” (Rodrigo Alsina, 2001: 109).

Por ello, es éste un texto de teoría de la comunicación, con todo lo que implica y significa para las ciencias de la comunicación de nuestro país, ya que aparte de la sistematización de las teorías de efectos, incluye una primera parte valiosísima en la que se abordan sin complejos cuestiones trascendentales –y no pocas veces evitadas– para nuestros trabajos, desde la definición del objeto de estudio, pasando por el paradigma contemporáneo que debe albergar las investigaciones en el área, hasta llegar a los desarrollos actuales: “Se trata ahora de averiguar qué teoría(s) de la comunicación se desarrollará(n) a partir del pensamiento posmoderno” (Humanes, 2004: 172).

El tratamiento de todas estas cuestiones resulta de vital importancia debido, entre otras razones, a que algunas de las principales críticas que se han hecho a las ciencias de la comunicación han sido la fragmentación del campo, la ausencia de trabajos comunes y la falta de acuerdo en los propios fundamentos de la disciplina. Como señaló Robert. T. Craig en su conocido artículo “Communication theory as a field”, los teóricos de la comunicación no tienen metas comunes que los unifiquen, ni tampoco temas contenciosos que los dividan, “ellos simplemente se ignoran los unos a los otros” (Craig, 1999: 120).

Conscientes de ello, conscientes de que el conocimiento es acumulativo –aunque, como señala Kuhn (1989), en ocasiones el avance se produce mediante auténticas revoluciones, son los cambios de paradigma– y conscientes también de la necesidad de establecer corpus de conocimientos compartidos (Humanes, 2004: 32), la obra que aquí reseñamos se presenta como un basamento muy válido sobre el que se comiencen a construir las aportaciones novedosas de las ciencias españolas a la investigación en comunicación.

La obra se divide en dos partes claramente diferenciadas. En primer lugar, María Luisa Humanes (en los capítulos del 1 al 6, ambos inclusive) contextualiza la investigación de la disciplina en la sociedad, la cultura y la ciencia contemporáneas; en este sentido, podría servir como punto de partida para investigaciones futuras la perspectiva de Thompson (1998) recogida en la obra, que señala los efectos profundos y a largo plazo que tienen los medios de comunicación en la sociedad, hasta tal punto que no podríamos entender la contemporaneidad tal cual

es sin la intervención de los *media*: “Si queremos comprender la naturaleza de la modernidad –es decir, de las características institucionales de las sociedades modernas y las condiciones de vida creadas por ellas– entonces debemos conceder un papel central al desarrollo de los medios de comunicación y a su impacto” (Thompson, 1998: 15). Además, “los medios de comunicación tienen efectos poderosos, no porque sean capaces de determinar los comportamientos y actitudes a corto plazo, sino porque influyen nuestras formas de conocer, de dar sentido a la realidad y de interactuar con los otros” (Humanes, 2004: 53).

En esta primera parte de la obra, como señalábamos, también queda definido el objeto de estudio de las teorías de la comunicación que para Humanes (2004: 36) es “el análisis de los procesos de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios”, es decir, la comunicación mediática. Quizá sea conveniente incidir sobre la importancia de la pluralidad de formas comunicativas asociadas en mayor o menor medida (aunque no necesariamente) a la comunicación mediática, procesos comunicativos que incluyen “desde las formas más simples (la comunicación interpersonal) hasta las más complejas (la opinión pública)” (Saperas, 1998: 59). Por este motivo es posible que nos encontremos ante un objeto de estudio algo más amplio que el definido por la comunicación mediática.

En estos capítulos, la profesora de la Universidad Rey Juan Carlos también reflexiona sobre el método científico y hace un repaso a las teorías clásicas de la comunicación, para llegar hasta las contemporáneas, con un interesante guiño a la cuestión de la posmodernidad.

Por otra parte, Juan José Igartua firma los capítulos –del 7 al 17– correspondientes a la exposición de las teorías de efectos, con una clasificación sintetizadora –fundamentada en las aportaciones clásicas de McQuail (1994) y Potter (1998)– (Igartua, 2004: 197). En ellos, se incluyen las ya clásicas teorías de efectos (*agenda setting*, teoría del cultivo, usos y gratificaciones, etc.), con una mención más novedosa al estudio de la violencia en los medios de comunicación. Además, el investigador de la Universidad de Salamanca profundiza sobre la disciplina denominada Psicología de los Medios (*Media Psychology*), devolviendo así el protagonismo de la investigación al receptor, figura en ocasiones obviada debido, entre otras razones, a la influencia del clásico paradigma de Lasswell –quién dice qué, por qué canal, a quién, con qué efecto–. Con

la atención a esta subdisciplina, el autor está profundizando en un aspecto del proceso comunicativo fundamental: “Analizar cómo las personas procesan los mensajes audiovisuales es un problema complejo y un programa de estudio necesario para completar la investigación y conocimiento sobre los efectos de los medios: ello no sólo permite demostrar que éstos se producen sino también comprender y explicar cómo y por qué se producen” (Igartua, 2004: 340). Estos capítulos resultan aún más novedosos en España, debido a que no es una área consolidada en comparación con otros países (germánicos y anglosajones) o disciplinas (sociología de la comunicación) (Aguilera, 1998 en Igartua, 2004: 339). La aproximación a la Psicología de los Medios se cierra con la alusión al papel de las emociones en los procesos de recepción, cuestión no siempre explorada en los manuales de efectos.

En general, la obra está ilustrada con numerosos ejercicios que serán de suma utilidad para los estudiantes y docentes de nuestras facultades, por lo que la máxima de Kurt Lewin “no hay nada tan práctico como una buena teoría” cobra aquí su pleno sentido. Esto es debido a que en el libro firmado por Igartua y Humanes quedan expuestas de manera directa y sencilla algunas de las principales teorías que han protagonizado la investigación en comunicación, claridad fomentada a través de las numerosas actividades prácticas planteadas, que conectan de manera hábil las teorizaciones más abstractas con las realidades más cotidianas.

Definitivamente, es éste un buen ejemplo e iniciativa para hacer llegar la teoría de la comunicación a los estudiantes e incluso colegas de otras disciplinas que miran con cierta reticencia al área más abstracta de la comunicación, cuestión sin lugar a dudas fomentada por la propia complejidad y enrevesamiento con la que algunos teóricos han expuesto su pensamiento.

Bibliografía

- AGUILERA, M. de (1998): “La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica”. *Comunicación y cultura*, 4, pp. 5-12.
- BERGANZA CONDE, R. y RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (coords.) (2005): *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw Hill. Madrid.

- CRAIG, R. T. (1999): "Communication theory as a field". *Communication Theory*, 9, pp. 119-161.
- KUHN, T. (1989): *¿Qué son las revoluciones científicas? Y otros ensayos*. Paidós. Barcelona.
- MORAGAS, M. (1981): *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Gustavo Gili. Barcelona.
- RODRIGO ALSINA, M. (2001): *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. Bellaterra.
- SAPERAS, E. (1998): *Manual básico de teoría de la comunicación*. CIMS. Barcelona.
- THOMPSON, J. B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.