

UNIDAD 1

- La comunicación como campo y objeto de estudio

La comunicación como campo y objeto de estudio

Objetivos específicos

- *Discutir la relevancia de las teorías en el estudio, análisis y práctica profesional de la comunicación de masas.*
- *Analizar las diferentes posturas epistemológicas sobre la comunicación como objeto de estudio.*
- *Comprender la necesidad de optar por un enfoque interdisciplinario en el abordaje conceptual de los fenómenos comunicacionales.*
- *Diferenciar entre las perspectivas positivista y crítica en las teorías de la comunicación de masas.*
- *Identificar las diferencias entre las técnicas de investigación.*
- *Visualizar el proceso de la comunicación masiva a través de distintos modelos psicológicos y sociológicos*

La comunicación ¿ciencia o campo de estudio?

Una de las primeras dificultades con las que se enfrenta el estudioso de la comunicación de masas es definir si ésta se puede abordar desde una perspectiva científica concreta- una ciencia de la comunicación-, o si necesariamente se requiere una perspectiva interdisciplinaria que involucre el concurso de diferentes ciencias sociales ¿Tiene la comunicación un objeto de estudio propio, o es un fenómeno que atraviesa a la mayoría de las ciencias sociales y que obliga a que éstas la incluyan como uno más de sus campos de estudio?

Los teóricos de la comunicación se dividen en dos grandes grupos: al de aquellos que afirman que la construcción de una ciencia de la comunicación es factible y deseable, y el de quienes aseguran que la comunicación es un proceso social tan amplio y tan complejo que requiere un abordaje interdisciplinario. Los primeros se identifican principalmente con los enfoques teóricos positivistas, desarrollados principalmente en Estados Unidos, los segundos enfoques críticos, en gran medida desarrollados en Europa (más adelante discutiremos en los términos *positivismo* y *enfoques críticos*).

Necesidad de un enfoque interdisciplinario

Un defensor del enfoque crítico es Miguel de Moragas (1981:12-28), quien trata ampliamente las razones por las cuales se vuelve indispensable la interdisciplinaria en el análisis de los fenómenos comunicativos.

Moragas aclara que desafortunadamente, los estudiosos de la comunicación rara vez dedican sus esfuerzos a reflexionar sobre los problemas epistemológicos (relativos a definir las bases científicas de las que parte el estudio de este fenómeno) del área, a pesar de que todos aceptan que hay aún mucha confusión al respecto.

El autor catalán señala que la investigación de la comunicación no ha estado separada de la evolución y debate de las ciencias sociales en general (Sociología, psicología, economía política, antropología social, etcétera): “La comunicación, más que una ciencia, es un proceso que aparece tanto en los niveles cognoscitivos del individuo como en su acción social”.

Por todo lo anterior, Moragas propone aceptar, en el estudio de los fenómenos comunicativos, la necesidad de recurrir a distintas ciencias ya existentes.

Por lo pronto, según este académico, se da en nuestro campo una pluridisciplinariedad, es decir, las distintas se acercan -cada una de ellas desde una de ellas desde su propia perspectiva- a la comunicación, considerándola un objeto de estudio común.

La meta sería lograr una verdadera interdisciplinariedad en el estudio de la comunicación. Es decir, que varias ciencias confrontaran sus posiciones sobre la comunicación, intercambiaran métodos y puntos de vista y colaboraran en analizar conjuntamente las distintas dimensiones de los procesos de la comunicación.

Sin una comprensión a fondo de las contribuciones que pueden y deben hacer las diferentes ciencias sociales y humanas (sociología, psicología, economía política, antropología, historia, lingüística y semiótica, entre otras), corremos el riesgo de partir de enfoques fragmentarios y descontextualizados sin siquiera darnos cuenta de ello.

Un ejemplo específico de las intersecciones que se dan entre el campo comunicacional y algunas ciencias sociales es el trabajo interdisciplinario sobre telenovelas de profesores de Antropología y de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo, Brasil. Según Simoes Borelli (1992: 11-12), el punto de partida de estos trabajos en conjunto se dio durante una investigación de campo previa que ella y otro antropólogo realizaban sobre los Office boy en la ciudad de Sao Paulo.

La preocupación principal, más centrada en un diálogo con la antropología urbana, no tenía como objetivo explícito el análisis de la cultura de masas o de la industria cultural.

Pero, en el proceso de desarrollo de los tránsitos espaciales y generacionales de los jóvenes trabajadores,

Tropezamos directamente con una cotidianidad repleta de representaciones, características de la cultura

de masas y reveladora de mecanismos de producción y consumo culturales industrializados. Saltó ante

Nuestros ojos la fascinación por las historietas, los discos *de rock* y *de new wave* del momento, escaparates

Coloridos, moda, televisión y la irresistible atracción por los videojuegos: máquinas culturales modernas

Expresión de universo lúdico, casi informatizado

Después de advertir que el estudio de la cultura urbana desde la antropología social no podía dejar fuera a la cultura de masas promovida por los medios de comunicación, los antropólogos decidieron conjuntar esfuerzos con los profesores de comunicación de su universidad y elaboraron un proyecto interdisciplinario sobre la historia, producción y recepción de la telenovela brasileña.

Enfoques positivistas y enfoques críticos

Los estudios de comunicación de masas reflejan las diferencias conceptuales que caracterizan a las ciencias sociales contemporáneas. Estas tienden a dividirse en dos grandes bandos: aquellas relacionadas con un enfoque positivista y empirista en su abordaje científico de la realidad social, y las que, por el contrario, parten de un punto de partida crítico y dialéctico sobre los fenómenos sociales.

El enfoque positivista se identifica con el método general de las ciencias naturales: la concepción de que los fenómenos sociales, al igual que los naturales, responden a leyes universales incambiables, y de que el científico social debe adoptar una posición de plena neutralidad.

Para esta corriente, el científico no constituye un agente de cambio social, si no un observador objetivo que desde fuera analiza las causas y las leyes que rigen los fenómenos sociales (y comunicacionales) . La estrategia metodológica se basa en el empirismo, es decir, en el estudio sistemático solamente de aquello que es detectable a través de los sentidos y que se diferencia de la subjetividad de los sentimientos, los principios filosóficos o éticos y el compromiso social.

Los teóricos de la comunicación de masas identificados con esta perspectiva (también identificada en ocasiones con los términos: *empirista, funcionalista, conductista o administrativa*) Tienden a enfatizar la utilidad de los sistemas y fenómenos comunicacionales para la estabilidad y preservación de las sociedades actuales, y acostumbran evitar cualquier cuestionamiento sobre el rol de la comunicación en la distribución desigual del poder y el control de los grupos sociales. Este último es impensable para un científico que se define como un observador neutral y no como agente de cambio o activista social.(véase figura1.1).

Históricamente la corriente positivista se ha desarrollado principalmente en los Estados Unidos y de ese país son sus principales exponentes. Teóricos como Lazarsfeld, Schramm, Berlo, Lasswell, Katz, McQuail y McCombs, entre muchos otros, pertenecen a esta corriente. Los enfoques de la influencia personal, usos y gratificaciones y el análisis funcional, por citar unos cuantos, pueden ubicarse igualmente en esta perspectiva.

En América Latina, como han señalado Beltrán (1985), Sánchez Ruiz (1992) y Fuentes (1992), se advierte este enfoque como sustento conceptual de múltiples estudios en la tradición de *la difusión de innovaciones* y de *la modernización* a través de

la comunicación de masas. Asimismo, se presenta en diversos estudios que siguieron el famoso paradigma de Lasswell.

Beltrán (1985: 77), en un artículo escrito a principios de los ochenta, después de hacer una revisión de los estudios comunicacionales existentes hasta esa fecha, señalaba como conclusión obvia que la investigación latinoamericana sobre este objeto de estudio “ha estado y todavía lo está, considerablemente dominada por modelos conceptuales foráneos, procedentes más que todo de Estados Unidos de Norteamérica”.

Por su parte, Sánchez Ruiz (1922 a: 17- 18) explica que desde fines de los años cuarenta (al finalizar la segunda guerra mundial) y hasta principios de los sesenta, Latinoamérica recibió “críticamente y sin mediaciones ni adaptaciones “ los enfoques positivistas prevalecientes en esos momentos en los Estados Unidos” el empirismo, el funcionalismo, el difusionismo y su síntesis, el *desarrollismo*.”. Aunque posteriormente los enfoques críticos desplazaron en gran parte de las investigaciones comunicacionales latinoamericanas a los positivistas, este desplazamiento nunca fue total y este enfoque parece recobrar importancia a principios de esta década de los noventa.

Figura 1.1.

Enfoque Empirista - positivista

- Imita el método de las ciencias naturales
 - Busca leyes universales incambiables
 - Exige que el científico sea neutral
 - Propone al empirismo como método
 - Parte de una perspectiva funcionalista
 - No cuestiona el rol de los medios en la distribución desigual de poder
-

Los teóricos críticos adoptan una postura radicalmente distinta a la de los positivistas. Antes de estudiar la comunicación, analizan las características de las sociedades actuales y cuestionan las desigualdades económicas, educacionales, de control y de poder en los diferentes sistemas contemporáneos. Al advertir las tremendas brechas entre ricos y pobres y entre las élites políticas y los grupos subalternos, se preguntan sobre el rol que juega la comunicación en la preservación de sistemas tan inadecuados y tan injustos como los actuales.

Así, los teóricos críticos plantean interrogantes sobre el apoyo que prestan los medios de comunicación y sus mensajes a la difusión de la ideología dominante de las élites económicas y políticas, así como la obstaculización del necesario cambio social.

Aunque por mucho tiempo marxismo y teoría crítica fueron sinónimos, en la actualidad existen diversos enfoques conceptuales que parten de una posición claramente cuestionadora de los medios de las desigualdades sociales, sin caer en los esquemas maniqueos del marxismo vulgar.

En estos nuevos enfoques se encuentran todos aquellos investigadores que consideran que su rol como científicos es convertirse en activistas sociales y comprometerse de lleno con el

Cambio de los sistemas actuales. Se caracterizan por situar el estudio de los medios masivos de comunicación dentro del mas amplio contexto social analizarlos no en forma aislada, si no en sus relaciones con otras organizaciones e instituciones sociales. Consideran el proceso de la comunicación como un proceso social y visualizan a los medios masivos de comunicación como organizaciones dedicadas a la producción y distribución de significados sociales. (véase figura 1.2)

Así como los enfoques positivistas sobre la comunicación masiva se desarrollaron principalmente en los Estados Unidos, los críticos tuvieron su origen principalmente en Europa. Primero el marxismo y luego sus numerosas derivaciones en enfoques denominados *neomarxistas* basados en las aportaciones de la Escuela de Frankfurt, Althusser, Gramsci, Barthes, Williams y Hall, entre otros, surgieron en los países de la Europa Occidental y desde allí se exportaron a América Latina. En esta región, en un principio, se adaptaron y enriquecieron con raíces y características muy latinoamericanas (cfr. Sánchez Ruiz, 1922 a 19), aunque durante los años sesenta y ochenta muchos estudios hayan retomado los enfoques europeos tan críticamente como se había hecho antes con los positivistas.

En la actualidad, América Latina ha hecho aportaciones importantes a nivel internacional en el campo de los enfoques críticos, con los planteamientos conceptuales de la escuela *culturalista* latinoamericana, representada entre otros autores por Jesús Martín Barbero (Colombia), Néstor García Canclini (Argentina / México), y Jorge A. González (México).

Figura 1.2

Enfoque Crítico

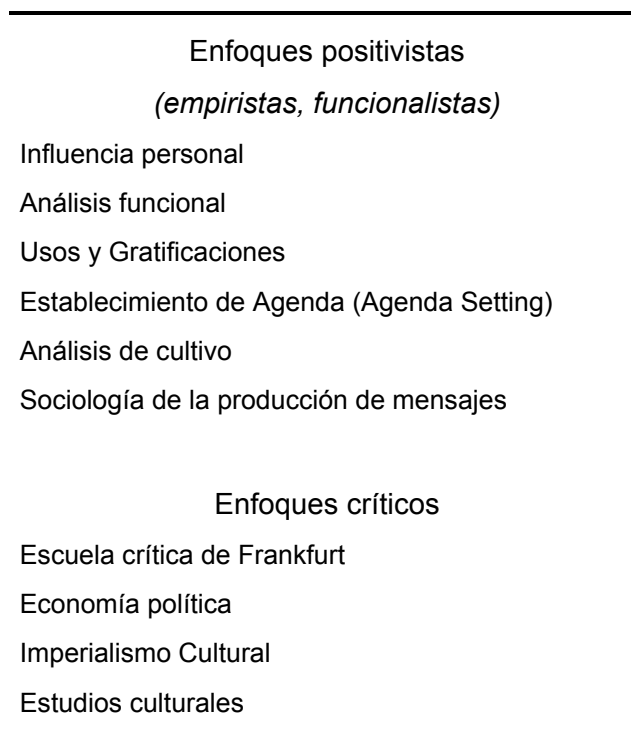
- Estudia la comunicación dentro del amplio social
 - Cuestiona el de la comunicación en la desigualdad económica y el poder político
 - Sus partidarios no son neutrales, se comprometen con el cambio social.
 - Cuestiona el rol de los medios en el reforzamiento de la ideología dominante
-

Dentro de cada gran línea, la de los positivistas y la de los críticos, existen numerosas subdivisiones y énfasis. Entre los positivistas hay quienes adoptan una postura analítica micro, como los de usos y gratificaciones. Entre los críticos, hay autores que privilegian el estudio de los condicionantes económico- políticos que obligan a los medios a servir a los poderosos, y otros que prefieren centrarse en el análisis de los mensajes o en la capacidad de las audiencias populares para resistir la manipulación ideológica de los medios, como los culturalistas europeos y latinoamericanos.

La figura 1.3 muestra una clasificación de diversos enfoques teóricos sobre la comunicación de masas, los cuales abordarán con mayor detalle en los siguientes capítulos.

Es importante aclarar que las etiquetas de *positivas* y *críticas* resultan cada vez menos útiles para caracterizar a los nuevos enfoques teóricos en ambos campos. Por vías diferentes, los positivistas han reconsiderado la influencia de los medios y perciben algunas de sus insuficiencias (por ejemplo, los enfoques de análisis de cultivo, del establecimiento de la agenda y de la sociología de la producción de los mensajes). Paralelamente, los enfoques críticos de mayor auge hoy en día, los culturalistas, se han distanciado del pesimismo de las tradiciones críticas previas y han roto con la concepción de las audiencias pasivas y fácilmente manipulables. En los próximos capítulos discutiremos más a fondo esta evolución.

Figura 1.3



La complejidad y multiplicidad de elementos que confluyen en los procesos de la comunicación de masas han propiciado, sin duda, la proliferación de numerosos enfoques que, desde distintas perspectivas y énfasis, pretenden entender y explicar la importancia de dichos procesos en la vida contemporánea.

Desgraciadamente, la mayoría de dichos enfoques se centra en el análisis de unos cuantos elementos -en ocasiones en uno solo de ellos-, dejando incompleto sus visiones sobre el proceso más amplio. Así, enfoques tan famosos como el de usos y gratificaciones se concentran en explicar lo que ocurre en las audiencias, prestando poca atención a los mensajes y nula atención a los emisores. En contraste, enfoques como el de la economía política, muy común en América Latina, enfatiza, principalmente el análisis del polo emisor: las industrias

culturales y los condicionantes de sus procesos de producción, organización y control, sin abarcar el estudio de los mensajes y los procesos de producción.

Aunque toda clasificación termina por forzar la realidad y por imponer límites y fronteras donde no las hay de manera tajante, la figura 1.4 puntualiza los énfasis por elemento del proceso de comunicación de masas de algunas de las teorías mas actuales en el área.

Figura 1.4



Investigación cuantitativa y cualitativa

Como cualquier otro estudio científico, el de la comunicación de masas exige confrontar los postulados teóricos con la realidad, como quiera que esta ultima sea definida. Para ello se requieren técnicas de investigación que permitan al analista. realizar indagaciones sistemáticas y confiables.

En principio , cada ciencia social tiene sus respectivas técnicas de investigación. La psicología tiene el experimento en laboratorio, las entrevistas en profundidad y las sesiones de grupo; la sociología, la encuesta, el análisis de contenido y el estudio de caso; la antropología social, la observación participante; la historia, la investigación documental y la historia oral; los interesados en el mensaje, los análisis semiótico y estructuralista.

Como todas estas disciplinas han abordado de una u otra manera el estudio de los fenómenos comunicacionales, la investigación de nuestra área presenta ejemplos de cada una de las anteriores técnicas, aunque de manera desigual, ya que algunas disciplinas como la sociología y la psicología han hecho mayores contribuciones.

Las técnicas de investigación se dividen, en términos generales, en dos grandes grupos: las cuantitativas y las cualitativas.

Las primeras se basan en observaciones cuantificables y susceptibles de tratamiento estadístico. Buscan detectar tendencias generalizables en el comportamiento y en las actitudes de las personas, de tal manera que cualquier investigador, siguiendo en el mismo protocolo de investigación, arribe a los mismos

resultados. Tienden a restringirse a la observación de las conductas o actitudes denotativas. Entre otras, las técnicas cuantitativas son el experimento en laboratorio, la encuesta por muestreo y análisis del contenido.

Figura 1.5

Técnicas cuantitativas

- Observaciones cuantificables para trato estadístico
- Buscan tendencias generalizables a grupos amplios
- Buscan que sus investigaciones sean validas y replicables
- Se concentran en observar conductas o actitudes manifiestas

Ejemplos:

- Experimento
 - Encuesta
 - Análisis de contenido
-

Las técnicas cualitativas, por el contrario, rechazan la cuantificación y la generalización de los hallazgos a grupos muy amplios de personas. Prefieren profundizar en pocos casos y tratar de penetrar en los niveles connotativos y latentes de las personas o de los mensajes de los medios. La entrevista en profundidad (abierta, no estructurada), la historia oral, la observación participante y los análisis semiótico y estructuralista son técnicas cualitativas.

Figura 1.6

Técnicas cualitativas

- Rechazan la cuantificación y la generalización
- Profundizan en niveles connotativos o latentes de pocos casos
- Usan el lenguaje natural para describir resultados
- No tratan de predecir la conducta, sino de entenderla

Ejemplos:

- Entrevistas en profundidad
 - Observación participante
 - Análisis semióticos y estructuralistas
 - Historia oral
-

Los dos grandes bandos de los que hablamos en el punto anterior, los positivistas y los críticos, se han identificado tradicionalmente por el uso diferenciado de

los dos grupos de técnicas de investigación ya reseñados. Los positivistas desarrollaron y tienden a utilizar métodos cuantitativos; Los críticos acostumbran usar los cualitativos.

Hasta principios de los años ochenta, los positivistas tendían a rechazar el uso de técnicas cualitativas, acusándolas de ser demasiado subjetivas y de carecer de confiabilidad y generabilidad. Los críticos, por su parte, acusaban a las técnicas cuantitativas de subordinación al sistema dominante, al legitimar lo establecido por no cuestionar a fondo los valores y la ideología de dicho sistema (*cfr.*, Mattelart, 1976). Los dos bandos consideraban que la decisión de usar las técnicas desarrolladas por sus contrarios implicaba necesariamente adoptar sus concepciones y científicas.

En la década de los ochenta esta situación empezó a cambiar. Numerosos investigadores positivistas-sin abandonar su posición como tales- concluyeron que si es conveniente utilizar técnicas cualitativas para profundizar en los hallazgos de las cuantitativas, y empezaron a realizar observaciones participantes y entrevistas a profundidad (el análisis semiótico sigue siendo rechazado por la mayoría, por considerarlo extremadamente subjetivo). Muchos investigadores críticos, por su parte, comprendieron que las técnicas cuantitativas contribuían a obtener datos descriptivos y básicos indispensables para investigaciones posteriores más profundas, y empezaron a realizar encuestas y análisis de contenido (el experimento en laboratorio sigue siendo rechazado por la mayoría, por aislar a los sujetos).

Este intercambio entre los dos bandos teóricos, hay que aclararlo, se da exclusivamente a nivel de las técnicas de investigación. Las diferencias conceptuales y epistemológicas (de fundamentos y métodos científicos de aproximación a la realidad) entre los dos grupos siguen tan vigentes como siempre, excepto en algunos enfoques particulares que veremos en este libro.

En el caso de México y de América Latina, el problema tradicional no ha sido tanto la intolerancia de un bando hacia las técnicas del otro, sino la tendencia hacia el ensayismo y el teoricismo que ha relegado la realización de estudios de campo, sean de índole cuantitativa. (Cfr. Fuentes y Sánchez Ruiz, 1992b; Márquez de Melo, 1991; González, 1994; Sánchez Ruiz, 1993.)

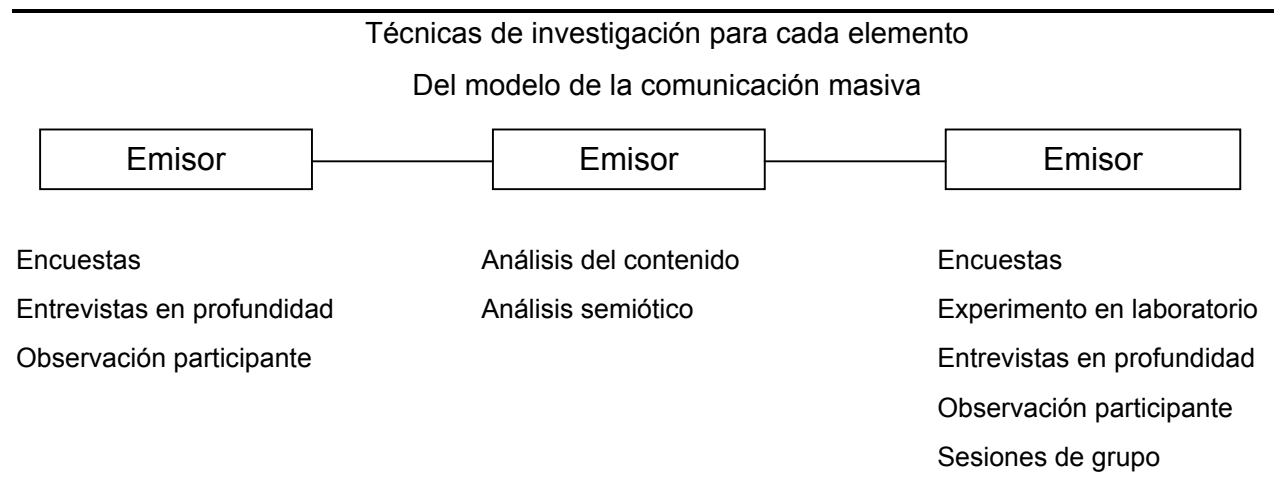
Como se ha señalado Sánchez Ruiz (1993:40), muchos *investigadores* de la comunicación de nuestra región han tendido más a ser filósofos, poetas y periodistas que científicos sociales, siendo incapaces de “diseñar, aplicar, y analizar una investigación concreta, empírica ya sea cuantitativa o cualitativa, con precisión y rigor metodológicos y técnicos”.

Después de explicar que el análisis de los estudios comunicacionales mexicanos refleja que estos han tenido a minimizar el trabajo empírico, Fuentes y Sánchez Ruiz (1992:24) se muestran optimistas ante la tendencia más reciente de nuestra investigación comunicacional, de apoyar los análisis de estudios empíricos sistemáticos:

Por ello pensamos que durante los noventa habremos de ser capaces de hacer nuestros esfuerzos para teorizar cada vez más pertinentes a nuestra compleja realidad, en tanto que tales teorizaciones estarán cada vez más basadas en investigaciones concretas.

La figura 1.7 ofrece una clasificación del uso de las diversas técnicas de investigación disponibles para cada elemento del proceso de la comunicación de masas. La decisión final de cual ellas utilizar en cada caso la toman los investigadores dependiendo de su enfoque teórico y de la manera en que hayan planteado el problema de estudio.

Figura 1.7



Modelos del proceso de comunicación

Como han demostrado McQuuail y Windahl (1981), los estudiosos de la comunicación en los distintos enfoques y disciplinas han diseñado numerosos modelos que pretenden sintetizar y describir los rasgos esenciales del proceso de la comunicación de masas. Los modelos, según ambos autores, intentan mostrar los elementos principales de las estructuras o procesos de la comunicación, y las relaciones entre dichos elementos. (Ibíd., p.2)

No es el propósito de este libro hacer una revisión histórica de los diferentes modelos de la comunicación de masas que han realizado. Nos interesa, más bien, encontrar uno de ellos que no sirva de referencia a lo largo del texto.

La primera opción la ofrecerían los modelos psicológicos de la comunicación, como la célebre elaboración de Harold Lassweell en 1948:

- Quién
- Dice qué
- En que canal
- A quién
- Con qué efecto

Este influyente modelo, aún utilizado hoy en día, define los elementos clásicos de muchos modelos posteriores: Emisor, mensaje, canal, receptor, efecto.

El siguiente modelo retoma lo anterior:

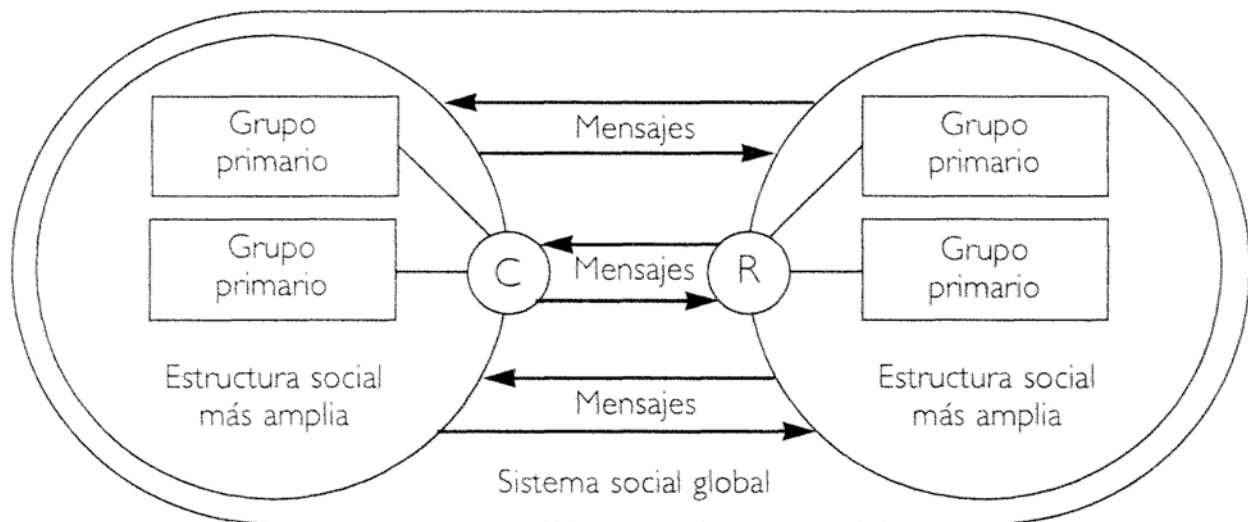
Fuente – En codificador – Mensaje – Canal – Decodificador – Receptor
Retroalimentación

Aunque ambos modelos se ven muy completos en la identificación de los elementos clave del proceso de la comunicación, tienen un grave problema. Las dos elaboraciones, por su visión psicologista, ignoran los elementos externos al proceso de la comunicación de masas que, desde afuera, ejercen una influencia decisiva en la producción, distribución y consumo de los mensajes. Las posturas sociológicas señalan que siempre hay que ubicar los fenómenos comunicacionales dentro del más amplio contexto social, ya que la producción, difusión y recepción de mensajes se realiza dentro de él.

El modelo del Riley y Riley (véase figura 1.8) fue uno de los primeros intentos por visualizar el proceso de la comunicación de masas dentro del contexto social. Para ambos autores, tanto el comunicador como el receptor pertenecen a diferentes instancias sociales. En principio, pertenecen a sus respectivos grupos primarios (familiares, amigos, compañeros de trabajo). Estos a su vez, se encuentran influenciados por la estructura social a la que pertenecen (clase social, educación, tipo de trabajo). Y todo lo anterior se encuentra influenciado a su vez por el amplio sistema social que caracteriza al país o la región en que se desarrolla el proceso comunicativo.

Figura 1.8

Modelos de Riley y Riley



C = Comunicador

R = Receptor

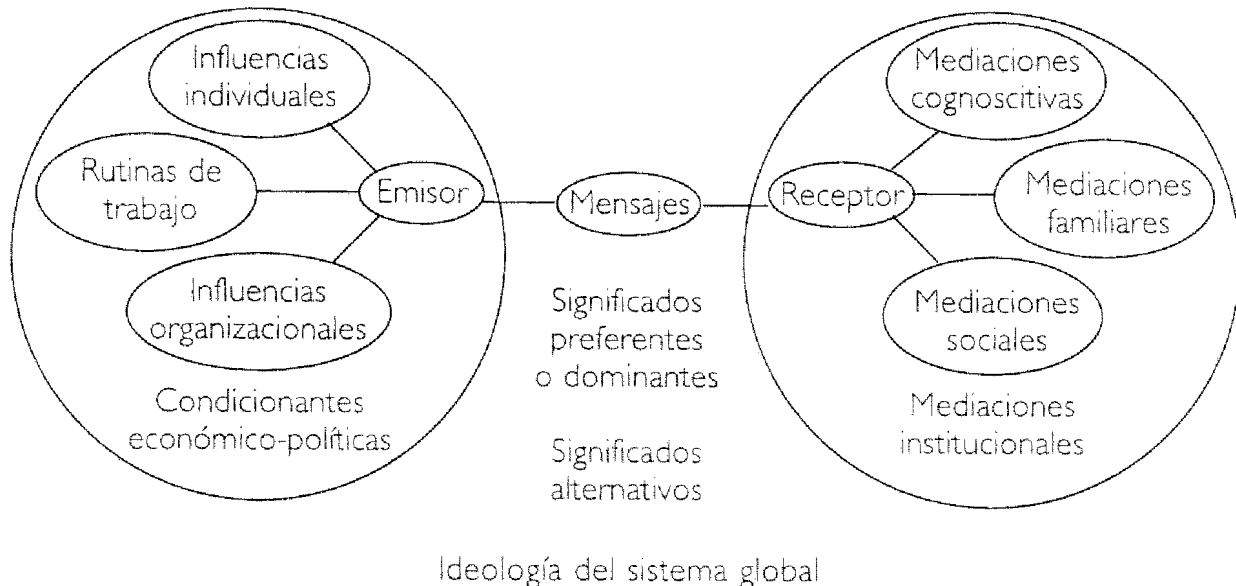
Fuente: Denis McQuail y Sven Wndhal, *Communication models*, Longman, Londres y Nueva York.

Adaptando el modelo anterior a las nuevas propuestas de los enfoques teóricos recientes, este libro propone el modelo que aparece en la figura 1.9 No entraremos en detalles en este momento sobre lo que significa cada uno de los aspectos contemplados en él. A medida que repasemos los principales enfoques teóricos actuales, iremos analizándolo parte por parte. Basta decir, por ahora, que es un modelo

sociológico que describe la multiplicidad de influencias y factores, tanto a nivel micro como macro, que influyen en la producción, difusión y recepción de los mensajes comunicacionales.

Figura 1.9

Modelo sociológico de las mediaciones en la comunicación de masas



Fuente: José Carlos Lozano "hacia un modelo de las mediaciones sociológicas de la comunicación masiva", manuscrito inédito.

Resumen

La comunicación no puede considerarse una ciencia. Constituye, más bien, un campo de estudio para las ciencias sociales ya que es un proceso que se presenta tanto en los fenómenos estudiados por la psicología, como en los sociológicos, los antropológicos, los políticos, los históricos y los lingüísticos.

Por lo anterior, se recomiendan esfuerzos interdisciplinarios en los que investigadores de dos o más ciencias trabajen conjuntamente en el análisis de los procesos comunicacionales. Hasta el momento, los proyectos interdisciplinarios son muy escasos. Por lo pronto, nos encontramos en una etapa pluridisciplinaria en la que diferentes ciencias, desde sus respectivas áreas, estudian la comunicación.

Las teorías de la comunicación de masas, al igual que sus contrapartes en las ciencias sociales, tienden a pertenecer a una de las grandes perspectivas científicas en el campo de lo social: el positivismo o en el enfoque crítico.

La corriente positivista se identifica con el método general de las ciencias naturales: la concepción de que los fenómenos comunicacionales y sociales, al igual que los naturales, responden a las leyes universales, y de que los científicos deben adoptar una posición de neutralidad ante los fenómenos estudiados.

Las teorías críticas, por su parte, se preguntan sobre el rol que cumplen los medios de comunicación en la reproducción de las sociedades contemporáneas, caracterizadas por amplias desigualdades económicas, políticas, educacionales de control y de poder. En este sentido, cuestionan el apoyo de los medios a la difusión de la ideología de la élites económicas y políticas.

Dentro de cada perspectiva existen múltiples enfoques, en ocasiones con importantes diferencias entre ellos(más adelante los conoceremos y discutiremos). Es importante, también, usar los términos *positivista* y *crítico* con cautela, ya que los enfoques teóricos comunicacionales contemporáneos, más que caer claramente en una de las dos posiciones, se ubican en algún punto de un continuo lleno de matices y de tonalidades de grises.

Las teorías no deben ser descripciones estáticas de la realidad, si no confrontar permanentemente postulados con ella. Para eso recurren a técnicas de investigación que permiten la comprobación, el rechazo o la modificación de dichos postulados. Los enfoques positivistas han tenido a usar las técnicas cuantitativas(encuestas, análisis de contenido, experimentos en laboratorio). Mientras que los críticos han preferido las cualitativas (entrevistas en profundidad, observación participante, análisis semiótico, historias de vida, sesiones de grupo, etcétera). En la actualidad, muchos investigadores de ambas tendencias aceptan y usan los dos tipos de técnicas por considerar que permiten la triangulación de los resultados de los resultados y un conocimiento mayor del fenómeno estudiado.