

Funcionalismo y criticismo como actitudes ideológicas en la Teoría de la Comunicación

Antonio Pineda Cachero apc@us.es
Universidad de Sevilla

Antonio Pineda Cachero. Doctor por la Universidad de Sevilla (recibió un premio extraordinario de doctorado por su tesis), y Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, promoción 1995-1999). Trabaja como docente e investigador en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la misma universidad, donde imparte asignaturas sobre comunicación y publicidad. Su actividad investigadora se ha centrado en el estudio de la propaganda y la semiótica de la publicidad. Ha co-editado distintos libros y es el autor de varios artículos científicos publicados en revistas, así como de comunicaciones presentadas en encuentros académicos. En 2006 publicó el libro *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda* (Alfar, Sevilla).

Resumen

Este artículo pretende reconsiderar el criterio en función del cual suelen entenderse los ámbitos teóricos clásicos de la investigación en comunicación, así como algunas de sus implicaciones para la docencia de la asignatura "Teoría de la comunicación". Escuelas como la *Mass Communication Research* y la *Kritische Theorie* de la Escuela de Frankfurt son manifestaciones de dos actitudes ideológicas distintas ante los medios de comunicación: el funcionalismo y el criticismo. La diferencia fundamental entre estas actitudes no es metodológica o epistemológica, ni depende de la pertenencia a un ámbito geográfico-político. El que las categorías de funcionalismo y criticismo sean actitudes ante los medios permite extender el campo de aplicación de dichas categorías más allá de los sistemas democráticos capitalistas, y considerarlas actitudes universales.

Palabras-clave

funcionalismo; teorías críticas; teoría de la comunicación; investigación en comunicación

Abstract

This paper aims to reconsider the criterion that is usually employed to understand the classical theoretical fields in communication research, as well as some of the implications of that criterion regarding the teaching of "communication theory" as an academic subject. The Mass Communication Research tradition and the Frankfurt School's *Kritische Theorie* are examples of schools that can be understood as manifestations of two different ideological attitudes towards the media: functionalism and criticism. The main difference between these attitudes is neither methodological nor epistemological, and it does not rely on the belonging to a geographical-political realm. The understanding of the functionalist and critical categories as attitudes towards the media enables us to extend the applicability of such categories beyond the capitalist democratic systems, and to regard them as universal attitudes.

1. FUNCIONALISMO Y CRITICISMO COMO ACTITUDES IDEOLÓGICAS

A partir de la oposición clásica entre la *Mass Communication Research* estadounidense y la *Kritische Theorie* de la Escuela de Frankfurt alemana como polos tradicionales de la investigación en comunicación (cfr. Saperas Lapiedra, 1986: 164), pretendemos reconsiderar el criterio en función del cual suelen diferenciarse los ámbitos clásicos de la teoría y la investigación en comunicación, y aportar una nueva forma de entender las categorías básicas que han condicionado el pensamiento sobre los *mass media*.

Nuestra hipótesis básica afirma que escuelas como la *Mass Communication Research* o la *Kritische Theorie* encubren dos *actitudes ideológicas* distintas, y más generales, ante los medios de comunicación: una actitud funcionalista (*funcionalismo*) y una actitud crítica (que denominaremos *criticismo*¹). Junto a las escuelas citadas, las categorías de criticismo y funcionalismo permiten subsumir de manera sintética otras dicotomías en la investigación en comunicación de masas, como la distinción de Paul F. Lazarsfeld entre investigación administrativa e investigación crítica (cfr. Mattelart y Mattelart, 1997: 33), o la diferenciación entre funcionalismo liberal y funcionalismo radical (Curran, 1998).

El criterio para conceptualizar la dicotomía funcionalismo/criticismo es la actitud ideológica adoptada por el investigador ante el rol cumplido por los medios de comunicación en un sistema de poder determinado. El funcionalismo se pregunta qué deben hacer los medios de comunicación para que un sistema de poder cumpla sus objetivos (sin poner en tela de juicio dicho sistema); el criticismo se opone a un sistema de control social y, por extensión, critica el papel de los medios de comunicación en él. Por consiguiente, el funcionalismo y las teorías críticas dependen de enfoques básicamente políticos. Esta politización no plantea ningún problema interno en el caso de la perspectiva crítico-marxista, donde el sesgo ideológico es casi una necesidad debido a su orientación deliberada hacia la lucha política. El funcionalismo, sin embargo, intenta presentarse como a-ideológico, y suele desarrollar metodologías positivistas y “neutrales”, pero esto sólo se lleva a cabo una vez que acepta el *a priori* político del sistema donde se inserta, como sucede en la investigación “burguesa” de la comunicación de masas (Bisky, 1982: 84-88).

La dicotomía funcionalismo/criticismo responde a un criterio más abstracto que el que suele usarse para clasificar las “perspectivas” de las teorías de la comunicación (Rodrigo Alsina, 2001: 161-207), o las “tradiciones” teóricas en la investigación en comunicación dependientes de “paradigmas” (García Jiménez, 2007: 77-91). El contraste básico entre funcionalismo y criticismo condiciona de modo profundo ciertas diferencias, e incluso incompatibilidades, que existen entre las distintas tradiciones y escuelas que pueden hallarse en los niveles más superficiales de la investigación en comunicación. Según Miquel de Moragas Spà (1985b: 10),

“la historia de la investigación sobre comunicaciones de masas responde, en grandes líneas, a dos posiciones identificables ideológicamente como contradictorias: una, de rechazo del

sistema social imperante a través de la crítica a la cultura de masas y a la dependencia cultural, y otra, de aceptación del sistema desde un elogio a la función social, participación y cohesión que posibilita el fenómeno comunicativo.”

Un ejemplo interesante de la incompatibilidad básica entre funcionalismo y criticismo tuvo lugar cuando Lazarsfeld ofreció a Theodor W. Adorno colaborar en una investigación (financiada por la Fundación Rockefeller) sobre los efectos culturales de los programas musicales radiofónicos (cfr. Mattelart y Mattelart, 1997: 52-53). Lazarsfeld pretendía “desarrollar una convergencia entre la teoría europea y el empirismo norteamericano”, esperando que la “investigación crítica” revitalizase la “investigación administrativa” (citado en Mattelart y Mattelart, 1997: 53). El fracaso de este proyecto, en 1939, se deberá a diferencias concernientes a la postura tomada ante el sistema social y el papel de los medios en él. Según Armand y Michèle Mattelart:

“La oposición de dos modos de pensar se revela insuperable. Adorno se niega a plegarse al catálogo de preguntas propuestas por el patrocinador, que, según él, encierra el objeto de la investigación en los límites del sistema de radio comercial en vigor en los Estados Unidos y que obstaculiza el «análisis de este sistema», sus consecuencias culturales y sociológicas y sus presupuestos sociales y económicos.” (1997: 53)

En cualquier caso, la *Mass Communication Research* y la *Kritische Theorie* no dejan de ser tradiciones de investigación distintas. Sin embargo, las categorías de funcionalismo y criticismo son flexibles hasta el punto de que pueden darse *dentro de una misma escuela o tradición* de investigación. Es el caso, por ejemplo, de los estudios culturales, escindidos en estudios culturales críticos anglosajones y estudios culturales consensuales (cfr. Rodrigo Alsina, 1995: 132-133). Los primeros analizan los medios de comunicación desde la perspectiva de los procesos de lucha política; los segundos ven los medios “como instrumentos para establecer y mantener una armoniosa integración de los valores y significados en la sociedad” (Rodrigo Alsina, 1995: 133).

2. OTRAS DIFERENCIAS GENERALES ENTRE FUNCIONALISMO Y CRITICISMO

Junto a la cuestión fundamental de la actitud ideológica del teórico o investigador, otras diferencias generales entre funcionalismo y criticismo serían las siguientes:

1) La perspectiva funcionalista es *interna*: trabaja dentro de un marco ideológico determinado, intentando estipular el papel de la comunicación como pieza de un sistema social con el cual se está de acuerdo. Como señalaba Saperas (citado en Rodrigo Alsina, 2001: 187): “El funcionalismo no ha de ser considerado como una teoría sociológica cerrada, sino como un agregado de teorías situadas a diferentes niveles que convergen en la descripción sistemática de *las formas de acción social que se producen en el interior de los límites impuestos por el sistema social*” (el subrayado es nuestro). Por ejemplo, en 1923 Edward L. Bernays

1 No utilizamos en este contexto el término *criticismo* en el sentido de la filosofía de Kant. No se trata de crítica del conocimiento, sino

citaba en *Cristalizando la Opinión Pública* un anuncio del *New York Tribune* del 23 de mayo de 1922 que afirmaba que “en tiempos de dificultades y escepticismo un periódico tiene el deber de mantener la moral de la comunidad”, lo que es descrito por Bernays como “un ejemplo de valentía editorial” (1998: 63). Según Herbert Marcuse:

“El análisis funcional se encierra en el sistema seleccionado que en sí mismo no es sujeto a un análisis crítico que trascienda las fronteras del sistema yendo hacia la continuidad histórica, en la que sus funciones y disfunciones llegan a ser lo que son. La teoría funcional despliega así la falacia de una abstracción mal empleada (2001: 138, nota 26).”

La perspectiva crítica es, por el contrario, *externa*: se opone a la totalidad de un marco social, revelando el papel de la comunicación como pieza de un sistema ideológico del que se disiente. De hecho, las teorías críticas suponen en realidad una “teoría de la sociedad” (cfr. Marcuse, 2001: 218), como puede comprobarse en las obras de la Escuela de Frankfurt (Horkheimer y Adorno, 1998) o en autores como Guy Debord (1990, 2000). La teoría crítica “se interroga primero sobre el todo de la sociedad cuyos medios de comunicación quiere analizar, especialmente sus dimensiones sociales, políticas y económicas” (León, 1991: 814). El criticismo mediático suele descansar sobre una enmienda a la totalidad de la sociedad que analiza.

2) Dado que trabaja en un marco de poder establecido o proyectado, el funcionalismo suele reflexionar *a posteriori* sobre la comunicación: se pregunta qué deben hacer los medios para que un sistema ideológico cumpla sus objetivos programáticos. La actitud crítica es más *apriorística*: suele oponerse de entrada a un sistema ideológico y, por extensión, al papel de los medios de comunicación en ese sistema. Esto último no sólo sucede en el caso de perspectivas marxistas como la de la Escuela de Frankfurt, sino también en el trabajo crítico sobre medios de comunicación realizado por socialistas libertarios como Noam Chomsky (1992).

3) El funcionalismo es básicamente *positivo*: prescribe la forma en que deben funcionar los medios de comunicación. El criticismo es esencialmente *negativo*: rechaza la forma en que funcionan los medios de comunicación.

4) Para el funcionalismo, los medios son *integradores* sociales²; para el criticismo, se trata de *controladores* sociales. En este contexto, la preocupación por los efectos de los *media* supone un detalle significativo para contemplar las afinidades entre ambas actitudes: aunque se trata de un objeto de investigación impulsado especialmente por el funcionalismo, el estudio de los efectos de la comunicación es también una preocupación central para las teorías críticas. Una vez más, lo que diferencia ambas actitudes es el

de una crítica sobre el papel de la comunicación en la sociedad.

² En la teoría funcionalista de la sociedad, el papel de los medios de comunicación parece ser fundamental desde el punto de vista de la integración: el cuarto prerequisite que Talcott Parsons distingue en cualquier sistema social, es decir, la integración de las distintas funciones y subsistemas en un todo coherente y coordinado (las otras tres funciones son la reproducción de las pautas del sistema, su adaptación al ambiente y el logro de sus objetivos), corre a cargo de “los subsistemas de la *cultura*, incluyendo las instituciones sociales de educación pública y semipública, la religión y la comunicación de masas”, en palabras de Karl W. Deutsch (1985: 146).

planteamiento político o ideológico hacia dichos efectos (búsqueda de la eficacia frente a denuncia), pero la orientación pragmática es similar.

3. EL CARÁCTER SECUNDARIO DE LA EPISTEMOLOGÍA Y LA METODOLOGÍA

Las diferencias entre funcionalismo y criticismo no dependen de la adopción de un método o de unas presuposiciones epistemológicas determinadas. La clave del funcionalismo y el criticismo es que la *praxis* formal de la investigación (Piñuel y Lozano, 2006) tiene más peso que la perspectiva de investigación. De hecho, la teoría e investigación de los medios parece haber estado condicionada casi siempre por imperativos pragmáticos sociales (De Moragas Spà, 1985b: 9-12; Sun, 2002: 12-13).

Como ha señalado Enric Saperas Lapiedra, las tradiciones de la *mass communication research* y la *Kritische Theorie* "representan dos proyectos de investigación fundamentalmente opuestos en cuanto a su fundamentación metodológica y en cuanto a las finalidades sociales a las que se destina la investigación social" (1986: 164). Desde nuestro punto de vista, el segundo factor es más relevante que el primero, y se trata de una preeminencia extensible a cualquier tradición de corte funcionalista o crítico.

En esta línea, el funcionalismo no debe identificarse automáticamente con la epistemología y metodologías del empirismo positivista. El pensamiento postmoderno sobre los medios de comunicación, por ejemplo, descansa sobre bases epistemológicas antirrealistas y antipositivistas, pero, al mismo tiempo, no está motivado necesariamente por una actitud crítica; al contrario, se encuentra en ocasiones cerca de un funcionalismo acomodado al orden capitalista. El postmodernismo de Jean Baudrillard, por ejemplo, acaba presentando consecuencias funcionalistas en lo relativo a la comunicación social:

"La alternativa de Baudrillard queda enunciada con la suficiente claridad: «un hiperreal en lo sucesivo resguardado de lo imaginario, y de toda distinción entre lo real y lo imaginario, que deja sitio únicamente a la repetición orbital de modelos y la generación simulada de la diferencia» [...]. Es una visión que debería ser muy reconfortante para consejeros gubernamentales, expertos en relaciones públicas, jefes de campaña, sondeadores de opinión, vigilantes de los medios de comunicación, portavoces del Pentágono y otros interesados en mantener este estado de cosas (Norris, 1998: 250)."

Si esta observación de Christopher Norris es correcta, apenas existirían diferencias pragmáticas entre el postmodernismo y el funcionalismo de escuelas como la *Mass Communication Research*. De hecho, el postmodernismo y el postestructuralismo son perfectamente compatibles con la reacción contra perspectivas sobre la comunicación que podrían denominarse "críticas", como en el caso de la publicidad (cfr. Kates y Shaw-Garlock, 1999), y también en el de la reflexión sobre comunicación en general, ya que, como ha observado James Curran, "[e]l pluralismo liberal renació como pluralismo postmodernista (...)" (1998: 208). Por consiguiente, no puede identificarse fácilmente la actitud crítica con el interpretativismo postmoderno. El pensamiento de autores como Gianni Vattimo (1994) sobre los medios de comunicación es

prácticamente intercambiable con el del funcionalismo liberal. Partidarios postmodernos de la Hermenéutica como Vattimo son, al mismo tiempo, admiradores del supuesto pluralismo que han proporcionado los medios de comunicación (cfr. Lyon, 1997: 135), lo que ubica a este postmodernismo europeo, paradójicamente, muy cerca del funcionalismo estadounidense en lo relativo a la actitud complaciente adoptada hacia los medios de comunicación. Una complacencia que quizá podría extenderse a la perspectiva interpretativa en general, la cual ha sido atacada (entre otros) por la perspectiva crítica, siendo acusada de quedarse “en las manifestaciones superficiales de lo social”, sin profundizar “en las causas políticas, económicas e ideológicas del comportamiento social. Esta falta de visión crítica de la sociedad hace que considere a esta perspectiva favorecedora del *statu quo*” (Rodrigo Alsina, 2001: 164).

En el caso del criticismo tampoco puede afirmarse su adscripción a una epistemología o metodología particulares, como la filosofía especulativa o los métodos cualitativos. Se ha apuntado, por ejemplo, que la investigación cualitativa “utiliza metodologías derivadas de los paradigmas crítico e interpretativo, los cuales enfatizan la interpretación sobre la medición” (Guerrero Serón, 2002: 11), pero la actitud crítica no es en absoluto incompatible con el positivismo. Por ejemplo, “la técnica del análisis de contenido ha pasado, en los [años] noventa, a convertirse en una herramienta muy útil para la investigación crítica de la comunicación de masas en América Latina” (Lozano, citado en Rodrigo Alsina, 2001: 156). La economía política marxista, por otro lado, sería una perspectiva adscribible a las teorías críticas, pero suele poner en práctica una metodología de tipo empirista-cuantitativo. Incluso del propio marxismo, aunque sus relaciones son cuanto menos tensas con el positivismo, podría decirse que “Marxist methodological concerns and theoretical conceptualization of the social world are not completely at odds with substantial aspects of the approach to research in sophisticated versions of the positivist program, given certain considerations” (York y Clark, 2006: 426).

4. FUNCIONALISMO Y CRITICISMO COMO ACTITUDES UNIVERSALES

Aparte de la cuestión metodológica, es fácil comprobar que las actitudes funcionalista y crítica no pueden reducirse a diferencias geográfico-políticas. Aunque Estados Unidos y Alemania son “los centros principales en los que surge y se desarrolla la investigación sociológica de la comunicación social” (Santos, 1986: 243), sería reduccionista pensar que el funcionalismo es “estadounidense” y el criticismo “alemán”, o incluso “europeo”. En Estados Unidos hay pioneros de la actitud crítica radical como C. Wright Mills (cfr. Mattelart y Mattelart, 1997: 39-40), y en Europa pueden hallarse actitudes funcionalistas como la de la *Publizistik* (en Alemania, la ciencia de la comunicación se puso “activamente al servicio del fascismo, tras la toma del poder por los nazis en enero de 1933” –Beth y Pross, citados en Rodrigo Alsina, 1995: 72–). Todo esto hace que sea fácil encontrar alguna de esas actitudes, o incluso las dos simultáneamente, en la investigación de países muy diversos. Por ejemplo, la investigación de la comunicación de masas en Finlandia, que parece haber estado sesgada hacia el polo crítico, está guiada por una *praxis* formal izquierdista (cfr. De Moragas Spà, 1985b: 124-129).

Sin embargo, considerando casos como el de Finlandia, seguimos ubicándonos todavía en el mundo occidental. ¿Sería posible extender aún más la validez de las categorías funcionalismo/criticismo?

Hasta cierto punto, la Teoría de la comunicación contemporánea ha girado sobre los problemas planteados por la comunicación de masas en un mundo capitalista. La *Mass Communication Research* es un producto de necesidades institucionales estadounidenses, la teoría de la industria cultural de la Escuela de Frankfurt puede entenderse como una reflexión sobre la cultura de masas en una sociedad de mercado, y la Economía Política de la Comunicación tiene como preocupación central la propiedad y el control de los medios en sistemas estatal-capitalistas. En otras palabras, la lucha política y filosófica entre funcionalismo y criticismo en los siglos XX y XXI es una lucha que gira sobre el problema de los *mass-media* en contextos de economía de mercado. Sin embargo, se podría extender el campo de aplicación del funcionalismo y el criticismo más allá de los sistemas democráticos capitalistas, ya que la sumisión de la teoría y la investigación de la comunicación a una *praxis* formal sociopolítica parece estar universalmente extendida. Según Zhenbin Sun (2002: 12),

“the key to understanding the prominence of mass media in Chinese communications lies in the close relationship between mass media/mass communication research and sociopolitics. Because mass media are directly involved in urgent and sensitive sociopolitical issues such as democratization, industrialization, commercialization, and globalization, communication studies have to provide people with insightful paradigms, convincing strategies, and feasible methods to predict, explain, and solve various problems that administrators, professionals, and consumers of mass media encounter [la clave para entender la importancia de los medios de comunicación de masas en los estudios de comunicación en China descansa en la estrecha relación entre los medios de comunicación de masas/la investigación de comunicación de masas, y lo sociopolítico. Debido a que los medios de comunicación de masas están envueltos directamente en temas sociopolíticos urgentes y sensibles como la democratización, la industrialización, la comercialización y la globalización, los estudios de comunicación tienen que proporcionarles a la gente paradigmas perspicaces, estrategias convincentes y métodos factibles para predecir, explicar y resolver varios problemas que los administradores, profesionales y consumidores de los medios de comunicación de masas encuentran]”³.

Estos datos sobre la investigación en China dibujan un panorama sospechosamente parecido al de la investigación funcionalista occidental. Indicios como éste nos permiten formular la hipótesis secundaria de que funcionalismo y criticismo son actitudes *universales* ante la comunicación de masas.

Este carácter universal no se aplica únicamente a lo geográfico-político. Desde un punto de vista temporal, nos parece interesante aplicar el concepto de funcionalismo tanto a la actitud ideológica que trabaja en pro del *statu quo* presente, como a todas aquellas visiones teóricas que prescriben la comunicación como una variable de un sistema de poder proyectado al futuro. El funcionalismo no es exclusivo de posiciones

³ Traducción propia.

políticas conservadoras, reaccionarias, o, en general, *pro-statu quo*, sino que podría ampliarse a posiciones revolucionarias que pretendan instaurar un nuevo sistema social. Es necesario ir más allá de “la teoría estructural-funcionalista de la sociedad, aplicada a los medios de comunicación entendidos como sistemas al servicio del sistema social empírico, o sea, la sociedad concreta que se estudia” (Santos, 1986: 246), y ampliar la idea del funcionalismo mediático al entendimiento de los medios “como sistemas al servicio” de cualquier estructura de control social. El funcionalismo respondería, por consiguiente, “a la preocupación por poner el sistema de comunicaciones al servicio de un sistema social total”, en palabras de Modesto Santos (1986: 250).

Si esta idea es correcta, podrían englobarse bajo el rótulo de “funcionalismo” prescripciones sobre la comunicación mediática que no son democrático-capitalistas, como es el caso de las directrices de tipo totalitario. Modelos de comunicación/propaganda como los de Lenin y Hitler ejemplificarían este tipo de prescripciones, dado que en ambos casos se están marcando directrices para que los medios de comunicación funcionen al servicio de una estructura de poder social.

Comenzando con el caso de Lenin, hay que considerar que “la investigación sobre la comunicación de masas se inició en los primeros años de la Revolución soviética. Lenin fue el primero en teorizar sobre las funciones de los medios de comunicación, básicamente la prensa, y sobre su incidencia en la vida política” (De Moragas Spà, 1985b: 114). En el caso del leninismo, las “Tesis sobre la propaganda de la producción” de 1920 profundizan en la necesidad de la centralización y la unificación propagandística a través de la prensa; una propaganda “unificada en todo el país bajo la dirección de un solo organismo”; un órgano único “que debía ser un periódico popular de masas” con cientos de miles de ejemplares de tirada, y que también retoma la idea leninista de elevar gradualmente el nivel de comprensión del lector (Coca, 1988: 131-132). La prescripción leninista sobre la labor de los medios fue sólo un primer paso en el devenir de la investigación soviética:

“La ausencia de una tarea crítica y la necesidad de una investigación de carácter «administrativo» determinarán numerosas semejanzas entre la investigación que se desarrolla en la Unión Soviética y la que se desarrolla en Estados Unidos; las diferencias, algunas de ellas notables, estarán determinadas por los presupuestos teóricos del marxismo, pero sobre todo por las distintas exigencias de la programación de las políticas comunicativas (De Moragas Spà, 1985b: 113).”

En cuanto a la teoría de Hitler sobre los medios de comunicación, el control de éstos supone un elemento clave en la teoría propagandística del líder nazi. Dada la importancia que se le atribuye a la prensa (cfr. Hitler, 1974: 127), el Estado deberá controlar absolutamente este medio y eliminar la “libertad de imprenta”; además, se registra la necesidad de crear una “prensa nacional alemana”, con el fin de evitar “la impostura política deliberada y su difusión por medio de la prensa” (Hitler, 1974: 347).

Por todo ello, no debería resultarnos extraño que el funcionalismo haya sido, por ejemplo, una inspiración común tanto en la teoría del bloque capitalista como en la del soviético (cfr. De Moragas Spà, 1985b: 120-121). Las investigaciones de ambos ámbitos comparten la idea de planificar la labor de la comunicación de masas en la organización y mantenimiento de la sociedad. Según De Moragas Spa, “la realidad política interna de Estados Unidos fue la impulsora de una corriente teórica específica que explicaba apologeticamente su funcionamiento o que desarrollaba conocimientos para un mejor control” (1985a: 18); algo muy parecido podría decirse de cualquier sistema de control y sus aparatos de legitimación teórico-funcionalista. Por ello, y a pesar de proceder de puntos distintos del espectro ideológico, las directrices sobre comunicación de tipo democrático-liberal, bolchevique o nacionalsocialista coinciden en la idea abstracta de articular orgánicamente un sistema social caracterizado por asimetrías en el reparto del poder⁴.

5. ¿FUNCIONALISMO Y CRITICISMO MÁS ALLÁ DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA?

Podría pensarse que las teorías de la comunicación basadas en actitudes funcionalistas sólo son posibles a partir del nacimiento de los medios de masas. Sin embargo, y más allá del mundo contemporáneo, la tradición de estudio de la Retórica (con la excepción quizá de aproximaciones filosóficas como la de Aristóteles) puede considerarse asimismo una orientación funcionalista, ya que su objetivo suele ser instrumental: proveer de habilidades comunicativas, por ejemplo, a los detentadores o aspirantes al poder, como los políticos y los demagogos. No es casual que el renacer de los estudios sobre Retórica en el siglo XX responda a un clima intelectual proclive a la consecución del poder, tanto económico como político, aunque sea en estados democráticos. Como señala Jesús González Bedoya en el prólogo a la edición española del influyente *Tratado de la argumentación* de Chaïm Perelman y L. Olbrechts-Tyteca: “El auge de los medios de comunicación de masas y de la vida democrática en un creciente número de países explican los esfuerzos que se están realizando en la segunda mitad de este siglo desde múltiples direcciones para rehabilitar la retórica clásica como arte de persuasión [...]” (1989: 10).

El caso de la Retórica puede suponer un indicio de que sería posible extender la perspectiva funcionalista (y quizá también el criticismo) más allá de los límites de la investigación y la teoría de la comunicación mediática contemporáneas; particularmente, si consideramos factores como los vínculos del estructural-funcionalismo con el tema de la persuasión (cfr. García Jiménez, 2007: 82-83). Esto nos llevaría a una discusión teórica cuyas implicaciones exceden los límites del presente trabajo; por consiguiente, planteamos simplemente la hipótesis secundaria de que funcionalismo y criticismo podrían ser actitudes transhistóricas ante la comunicación social humana en general.

6. CONCLUSIONES

⁴ Hay que especificar que tanto en la tradición funcionalista liberal como en la teoría totalitaria de la comunicación, el factor propagandístico juega un papel relevante. Uno de los clásicos del funcionalismo estadounidense, Harold D. Lasswell, prescribía así las funciones a cumplir por la comunicación: “El proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones: a) *vigilancia* del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) *correlación* de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) *transmisión* del legado social” (1985: 68). Es evidente que esta consideración se basa en el carácter instrumental que debe tener la comunicación para preservar y reproducir la estructura social; desde un *a priori* de este tipo, no es difícil concluir que la comunicación propagandística va a tener un papel

Funcionalismo y criticismo suponen actitudes ideológicas universales desde las cuales se contempla el rol sociopolítico de los medios de comunicación. Esto supone que las tradiciones *mainstream* en el estudio de la Teoría de la comunicación han estado fundamentadas históricamente sobre una *praxis* formal que ha introducido motivaciones políticas en la indagación científica.

Consideramos que la exposición, debate y evaluación de los presupuestos subyacentes a estas actitudes ideológicas tienen consecuencias más allá de la investigación, influyendo también en la docencia de la “Teoría de la comunicación”; sobre todo, en lo relativo a la actitud del profesor hacia la materia, y el papel de la neutralidad política en los programas de la asignatura.

Por otro lado, el hecho de que funcionalismo y criticismo se manifiesten por doquier no implica que todo estudio de la comunicación deba someterse a ellos. Las aproximaciones funcionalista y crítica están envueltas en una lucha ideológica, lo cual no puede estar más alejado de los requisitos de la ciencia (o, al menos, de los requisitos de un *intento* de objetividad científica, dados los problemas de subjetividad implicados en las ciencias sociales). Consideramos, por ello, que una perspectiva realmente científica en el estudio teórico de los *media* debería evitar este tipo de actitudes ideológicas; las cuales podrían suponer, por otro lado, uno de los factores que impiden que la teoría de los medios de comunicación sea realmente una *teoría*.

importante. De hecho, Wright (1995: 16) aclara que la segunda función descrita por Lasswell, la de interpretación y prescripción para hacer concordar las partes de la sociedad, es también conocida como actividad “editorial” o “*propaganda*”.

Bibliografía

- Bernays, Edward L. (1998). *Cristalizando la Opinión Pública*. Traducción de Ernesto Gómez Cereijo. Barcelona: Gestión 2000.
- Bisky, Lothar (1982). *Crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas*. Estudio preliminar y traducción de Vicente Romano. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Chomsky, Noam (1992). *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Traducción de Loreto Bravo de Urquía y Juan José Saavedra Esteban. Madrid: Libertarias.
- Coca, César (1988). *Lenin y la prensa*. Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Curran, James (1998). "Repensar la comunicación de masas", en J. CURRAN; D. MORLEY; y V. WALKERDINE (comp.): *Estudios culturales y comunicación*. Traducción de Esther Poblete y Jordi Palou. Barcelona: Paidós.
- Debord, Guy (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Traducción de Carme López y J. R. Capella. Barcelona: Anagrama.
- Debord, Guy (2000). *La sociedad del espectáculo*. Prólogo, traducción y notas de José Luis Pardo. Valencia: Pre-Textos.
- De Moragas Spà, Miquel (1985a): "Introducción. Política y sociología de la comunicación de masas", en M. DE MORAGAS (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. III. Propaganda política y opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- De Moragas Spà, Miquel (1985b): *Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Deutsch, Karl W. (1985). *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos*. Versión castellana de Alberto Ciria. México D.F.: Paidós.
- García Jiménez, Leonarda (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.
- González Bedoya, Jesús (1989). "Perelman y la retórica filosófica". Prólogo a la edición española de C. PERELMAN y L. OLBRECHTS-TYTECA, *Tratado de la argumentación*. Madrid: Gredos.
- Guerrero Serón, Carlos (2002). *Los medios y sus audiencias*. Sevilla: Mergablum.
- Hitler, Adolf (1974). *Mi lucha*. Barcelona: Petronio.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Introducción y traducción de Juan José Sánchez. Madrid: Trotta.
- Kates, Steven M. y Shaw-Garlock, Glenda (1999). "The Ever Entangling Web: A Study of Ideologies and Discourses in Advertising to Women", en *Journal of Advertising*, vol. XXVIII, nº 2, pp. 33-49.
- Lasswell, Harold D. (1985): "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en M. de MORAGAS (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- León, José Luis (1991). "Investigación y métodos", en Á. BENITO (dir.), *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.
- Lyon, David (1997). *Postmodernidad*. Traducción de Belén Urrutia. Madrid: Alianza.
- Marcuse, Herbert (2001). *El hombre unidimensional*. Traducción de Antonio Elorza. Barcelona: Ariel.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michèle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Traducción de Antonio López Ruiz y Fedra Egea. Barcelona: Paidós.
- Norris, Christopher (1998). *¿Qué le ocurre a la postmodernidad?* Traducción de Michel Angstadt. Madrid: Tecnos.
- Piñuel, José Luis y Lozano, Carlos (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Alsina, Miquel (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Rodrigo Alsina, Miquel (2001). *Teorías de la comunicación*. Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona; València: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions/Publicacions de la Universitat Jaume I/Universitat Pompeu Fabra/Publicacions de la Universitat de València.
- Santos, Modesto (1986). "Perspectivas sociológicas de la comunicación", en J. YARCE (ed.): *Filosofía de la comunicación*. Pamplona: EUNSA.
- Saperas Lapiedra, Enric (1986). "Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación", en M. DE MORAGAS, M. (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sun, Zhenbin (2002). "Communication Studies in China: State of the Art", en W. JIA, X. LU; y D.R. HEISEY, (eds.): *Chinese Communication Theory and Research*. Westport y London: Ablex Publishing.

Vattimo, Gianni (1994): "Posmodernidad: ¿una sociedad transparente?", en G. VATTIMO et al., *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos.

Wright, Charles R. (1995): *Comunicación de masas*. Traducción de R. Ferrario y R. Malfé. México D.F.: Paidós.

York, Richard y Clark, Brett (2006): "Marxism, Positivism, and Scientific Sociology: Social Gravity and Historicity", en *The Sociological Quarterly*, 47, pp. 425-450.