

# Perspectiva sociológica en el campo de la Comunicación en Cuba: acercamiento a las tesis de maestría

*Sociological perspective in the field of Communication in  
Cuba: approach to the master's thesis*

**María Karla Cárdenas Berrio**

**Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.**

[mkarla@fcom.uh.cu](mailto:mkarla@fcom.uh.cu)

## Resumo

La Comunicación constituye un campo de conocimiento interdisciplinario que muestra diferentes acercamientos a disciplinas de las Ciencias Sociales, entre ellas la Sociología. A partir de este presupuesto el artículo identifica las manifestaciones de la perspectiva sociológica presente en las tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación defendidas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana en el período del 2005 al 2013. Se empleó como estrategia metodológica la Sociología del conocimiento utilizando los conceptos bourdieuanos *campo*, *capital cultural* y *habitus* que permitieron una mirada reflexiva al objeto de estudio. Entre los principales resultados se obtuvo cómo las diferentes áreas de conocimiento del campo de la Comunicación incorporaban la perspectiva sociológica, así como los capitales sociológicos más reproducidos de forma general en el campo, entre ellos el abordaje de la cultura desde perspectivas microsociales así como la teoría de los campos de Bourdieu, los aportes de Berger y Luckmann a la Sociología del conocimiento.

## Abstract

*Communication is an interdisciplinary field of knowledge that shows different approaches to social science disciplines, including sociology. From this approach the article identifies demonstrations of the sociological perspective in the master's thesis in Communication Sciences defended at the Faculty of Communication at the University of Havana in the period 2005 to 2013. As a methodological strategy, sociology of knowledge, using the concepts of Bourdieu field, cultural capital and habitus that allowed a thoughtful look at the subject matter, were used. Among the main findings it was obtained how different areas within the field of communication incorporate the sociological perspective and sociological Capitals played generally in the field, including addressing culture from micro social perspectives and Bourdieu field's theory, as well as contributions of Berger and Luckmann to the sociology of knowledge.*

**Palavras-chave:** Comunicación, tesis de maestría, **Keywords:** *Communication master's thesis, sociology*  
Sociología del conocimiento, campo, capital cultural, *of knowledge, field, cultural capital, habitus, sociological*  
habitus, perspectiva sociológica. *perspective.*

## 1. Introducción

La Comunicación ha sido considerada por diversos autores como un campo de conocimiento interdisciplinario por el hecho de que incorpora enfoques de varias disciplinas, tomando de ellas préstamos conceptuales y métodos de análisis para interpretar su objeto de estudio. La recurrencia a otras áreas disciplinares por tanto, condiciona la base intelectual de la que se nutre, así como los distintos enfoques teóricos y metodológicos que se desarrollan en su seno. Este tipo de enfoque puede ser resultado del proceso de búsqueda del prestigio académico y de un lugar dentro de la comunidad científica.

De esta forma, el campo científico de la Comunicación ha desarrollado su corpus teórico-epistemológico y metodológico sobre matrices disciplinares del campo de las Ciencias Sociales, entre ellas la Sociología, la cual ha servido para sustentar el análisis de sus propios objetos de estudio desde una perspectiva social, relacional y contextualizada.

Con respecto a la investigación en Comunicación en Cuba, Saladrigas y Olivera (2012) apuntan que los estudios se han realizado bajo el prisma de múltiples enfoques disciplinares donde sobresale el sociológico. Sin embargo, según los autores estos puntos de contacto aparecen en yuxtaposición de manera que se sitúan en un mismo nivel jerárquico.

Los principales antecedentes de esta investigación resultan aquellos estudios que han abordado el campo de la Comunicación en Cuba desde la perspectiva de la metría de la información que tributan a la comprensión de su crecimiento y desarrollo más bien en términos cuantitativos a partir de la producción científica y la descripción de sus tendencias. Por otro lado, se encuentran aquellos estudios donde la comunicación ha sido analizada más como campo en el sentido sociológico desde su legitimación y estructuración institucional.

Sin embargo, pocos han sido los estudios dirigidos al análisis de la estructura interna de su discurso. Ello ha estado condicionado por la marcada atención en las bases de la

determinación social del conocimiento pues, según plantea Muñoz (2008: 7-8), en el campo cubano de la Comunicación parecen haber sido fundamentalmente criterios y condiciones externos al campo académico los que han validado su accidentada configuración, lo que remite a las condiciones sociales de producción.

Eso a su vez explica el retraso relativo de la comunidad académica cubana en su incorporación a la crítica epistemológica, a la validación interna del proceso y el producto de las prácticas académicas del campo, a la luz de sus condiciones sociales de producción.

Teniendo en cuenta algunos de los planteamientos sobre la interdisciplinariedad del campo de la Comunicación, las relaciones que presenta con la Sociología, este artículo plantea como objetivo, evidenciar la manifestación de la perspectiva sociológica a través del análisis del discurso interno de las tesis de maestría de Comunicación Social defendidas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana en el período del 2005 al 2013. Para dar respuesta a ello, se acudió a la teoría de los campos de Pierre Bourdieu y a la Sociología del conocimiento como estrategia metodológica.

Se consideró que la perspectiva sociológica en la Comunicación constituyen aquellos acercamientos que este campo realiza desde diversas posturas para la explicación de sus objetos de estudio, partiendo de la premisa de la multidisciplinariedad e interdisciplinariedad que caracterizan la producción de conocimiento de este campo.

Estos acercamientos pueden aparecer declarados o no en las propias investigaciones. El objetivo de este estudio fue develar aquellos usos, conceptos, aparatos terminológicos propios de la Sociología que de una forma u otra pueden encontrarse en las mismas, empleando para ello la categoría analítica *manifestaciones de la perspectiva sociológica* como herramienta que guió el análisis, a partir de las siguientes dimensiones: principales corrientes de pensamiento de la tradición sociológica; preferencias teóricas y metodológicas de autores de la Sociología; aparato terminológico de corte sociológico y reconocimiento de la necesidad y efectividad de la Sociología para el análisis comunicacional.

Para el análisis se distinguieron áreas de conocimiento dentro del campo de la Comunicación, que responden a las denominaciones de las menciones que otorga el programa de maestría en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Habana: Comunicología, Comunicación Institucional, Comunicación Educativa y Periodismo.

Los principales aportes de este artículo están en el análisis de la relación entre el campo de la Comunicación con la Sociología en el abordaje de sus procesos y objetos de estudio, mostrando el carácter interdisciplinar y eminentemente social de este campo que posibilita una perspectiva más relacional y holística en la interpretación de sus fenómenos, que pudiera servir a posteriores estudios de carácter epistemológico. Por otra parte, se considera de relevancia el análisis teórico-metodológico desde la teoría de los campos de Bourdieu y la Sociología del Conocimiento, el cual, desde la forma que se presenta, constituye un acercamiento novedoso en el campo cubano.

Por otro lado, este análisis no sólo muestra el carácter interdisciplinar del campo de la Comunicación, sino que permite discernir su perspectiva y naturaleza científica, y de forma indirecta, permite delinear la vertebración interna de dicho campo, su coherencia, sus contornos y su ubicación en el cuadro general de las Ciencias Sociales.

## **2. Algunos aspectos teóricos sobre los vínculos entre Comunicación y Sociología**

Para comprender los vínculos entre la Sociología y la Comunicación, hay que partir de que ambas constituyen campos de conocimientos pertenecientes a las Ciencias Sociales, y que esta última (la Comunicación) llega en la postmodernidad ante la irrupción en la sociedad de la gran industria de los *mass media*, cuando ya la Sociología había consolidado su estatuto epistemológico e incorporado a su análisis el problema de la comunicación, principalmente masiva. En tanto, desde sus inicios, la Comunicación fue sinónimo de Sociología de la Comunicación de masas, pues fue desde esta área donde se iniciaron los estudios sobre procesos comunicacionales, con la escuela de la *Mass Communication Research* norteamericana, bajo la impronta de la Sociología funcionalista.

En este sentido, Moragas (1994) plantea que:

Durante años, la investigación de la comunicación de masas fue sinónimo de sociología de la comunicación de masas o viceversa [...] La *Mass Communication Research* [...] pretendió englobar, definir como objeto científico de la sociología a todos y cada uno de los distintos elementos que integran

el proceso comunicativo, incluidos los que corresponden a las actitudes y comportamientos de la recepción, los estudios relativos al contenido, el análisis de la emisión y, aún los problemas formales del proceso comunicativo.

Sin embargo, la teoría de la comunicación no solo ha sido deudora del funcionalismo, sino también de otras corrientes y teorías sociológicas que han abordado el fenómeno de la comunicación, por ser un proceso social más que impacta en las estructuras de la sociedad y en la vida cotidiana de los sujetos. Como apunta Ahumada (2010), la Sociología ha intervenido en el estudio de los aspectos estructurales del sistema comunicativo en la sociedad (organización social, procesos de producción, circulación y recepción de mensajes, políticas subyacentes de comunicación, entre otros), y también de manera más general en el análisis de los procesos políticos y culturales que causan los hábitos productivos y de consumo de los contenidos mediáticos.

En opinión de este autor, la consideración de los nexos o puntos de convergencia fundamentales entre la Sociología y la Comunicación ha sido en el estudio de la sociedad de masas y el fenómeno de los medios de comunicación masivo. No obstante, aspectos relacionados con la comunicación interpersonal, donde conceptos como interacción social, grupos sociales, vida cotidiana, también reflejan estrechos vínculos en estas áreas; así como aspectos ligados a la Sociología de la cultura y la producción cultural, el consumo cultural, los estudios de recepción, las prácticas o rutinas productivas en la construcción del mensaje a partir de los presupuestos de la Sociología comprensiva, constructivista o fenomenológica de Berger y Luckmann (Ahumada, 2010).

Las propuestas constructivistas dieron lugar a distintas aproximaciones de la realidad mediática, en particular en la concepción de la noticia como construcción social de la realidad, donde se destaca los trabajos realizados por Tuchman, quien se ha convertido en uno de los referentes fundamentales en este tipo de estudios, así como las corrientes de la perspectiva interpretativa de Hall, Garfinkel y Goffman (Alsina, 2002).

Asimismo, otras de las escuelas de pensamiento sociológicas que han influido en los estudios de la comunicación han sido la Escuela de Frankfurt, el movimiento estructuralista francés y los llamados Cultural Studies británicos que se caracterizan en general, por la mirada crítica a la sociedad y los procesos comunicacionales que en ella tienen lugar.

La importancia de la Sociología para la teoría de la Comunicación ha sido apuntada además por investigadores mexicanos como Galindo, Rizo y Gómez<sup>1</sup>, como parte del *Grupo Hacia una Comunicología Posible*. Estos autores han explorado fuentes científicas históricas con el propósito de establecer una Comunicología. Para ello agrupan el pensamiento en comunicación en cuatro perspectivas epistemológicas: la positivista, la fenomenológica-hermenéutica, la constructivo-sistémica y la dialéctica, en las que se insertan los nueve fuentes declaradas por el grupo: la sociología funcionalista, la sociología fenomenológica, la sociología crítica, la sociología cultural, la economía política, la psicología social, la semiótica, la lingüística y la cibernética. Estas áreas de estudio constituyen fuentes antecedentes a la vez que se establecen sus relaciones con la comunicación.

Como se observa, la Sociología tiene una presencia predominante en las fuentes declaradas. En este sentido, los autores mexicanos mencionados en el párrafo anterior plantean que para el pensamiento en comunicación es clave la Sociología, y en tanto sus fundamentos filosóficos en diversos cuerpos de tesis, reconociendo la necesidad de ampliar el repertorio de sociologías que permiten una diversidad de corrientes y aportes a la Comunicología.

La presencia de la Sociología en la conformación del campo científico de la comunicación, constituye un rasgo distintivo del mismo, el cual se ha caracterizado por la construcción de sus objetos de estudio a partir de préstamos teórico-metodológicos desde disímiles disciplinas y marcos epistemológicos, lo que ha traído como consecuencia la amplitud cognitiva y la pluralidad metodológica que en la actualidad lo caracterizan (Orozco, 1997; Marques de Melo, 2002).

Al ser la Comunicación un área de estudio que incorpora presupuestos, perspectivas, teorías de otras Ciencias Sociales, se le identifica como un área o campo multi, inter y/o transdisciplinar, denominaciones aun en debate que ha traído no pocas discusiones académicas al respecto.

---

<sup>1</sup> En cuanto al estudio de las fuentes sociológicas, en específico, para el establecimiento de una Comunicología posible, Galindo ha analizado las relaciones entre la Sociología funcionalista, la Sociología crítica y la comunicación; Rizo ha trabajado la Sociología fenomenológica, mientras que Gómez la Sociología cultural.

La interdisciplinariedad del campo se condiciona porque los objetos de estudio cada vez más trascienden las fronteras de un campo disciplinar delimitado. Esta puede considerarse como resultado del proceso de búsqueda de prestigio académico y de un lugar dentro de la comunidad científica general. Se asume así, que el área de estudio de la Comunicación halla su grado de mayor desarrollo y madurez en la interdisciplinariedad por la complejidad de su objeto de estudio, como capacidad autocrítica de reconocer la necesaria articulación con otras ciencias ya legitimadas. Como apunta Wersig (1992), el trabajo interconceptual posiblemente sea un rasgo definitorio de cualquier ciencia nueva posmodernista como la Comunicación.

Asimismo, Marques de Melo (2002: 60) plantea a la Comunicación como un campo científico caracterizado por una amplitud cognitiva y pluralidad metodológica, al ser objeto de estudio de diferentes disciplinas científicas que la reflejan teóricamente y analizan empíricamente, a partir de sus respectivos paradigmas. Siendo entonces la Comunicación un campo propicio para la interdisciplinariedad, en la medida en que sus objetos específicos son productos cuyos contenidos están enraizados en el territorio de las demás disciplinas que constituyen un universo científico.

De forma general, se ha visto algunas de las características teóricas y epistemológicas que define al campo de la Comunicación en la relación que establecen con la Sociología. Se destaca el discurso de la interdisciplinariedad evidenciado por algunos de sus exponentes, lo que justifica las miradas hacia la Sociología.

### **3. Estrategia metodológica**

Para la identificación de las manifestaciones de la perspectiva sociológica se recurrió a la Sociología del conocimiento por su carácter reflexivo, empleada sistemáticamente como método de análisis del discurso. El análisis se realiza desde la propuesta sociológica de Bourdieu sobre la teoría de los campos y el capital cultural. En consecuencia, los elementos sociológicos identificados se interpretan como capitales culturales acumulados en sus estados incorporado, objetivado e institucionalizado, y a la vez simbólicos, que pasan al cuerpo de saber del campo de la Comunicación.

La interpretación de estos capitales se entiende desde la noción de campo y habitus, para explicar y contextualizar los capitales sociológicos presentes en las tesis, que involucra no solo al contexto de producción de la ciencia, la lucha de los campos para lograr su legitimidad y reconocimiento, sino también a la comunidad científica, como agente y unidad de análisis que permite establecer nexos entre el carácter social de la práctica científica y sus locus de enunciación, en tanto agrupa a los investigadores de determinada área bajo criterios establecidos de inclusión y funcionamiento.

Como técnica se empleó el análisis de contenido de tipo vertical o intensivo, el cual posibilita un análisis cualitativo y más amplio que el texto analizado, develando los significados de las relaciones, las oposiciones y el contexto (Piñuel, 2002). También se incorporaron procedimientos del análisis de contenido cuantitativo mediante el programa TextSTAT, que permite el conteo de términos y frases, así como el programa de visualización VosViewer que proporciona la construcción de mapas de la estructura interna del discurso de los textos. Para el trabajo con ambos programas, se elaboraron ficheros por áreas de conocimiento identificadas con las tesis a texto completo.

La muestra estuvo constituida por el universo de tesis recuperadas en el período (175 en total), distribuidas por áreas de conocimiento de la siguiente manera: Comunicación Institucional (70), Periodismo (41), Comunicación Educativa (33) y Comunicología (31).

## **4. Perspectiva sociológica. Resultados**

### **4.1. Área Comunicación Institucional**

El área de Comunicación Institucional constituye la más productiva respecto al resto de las áreas de conocimiento que conforman la maestría en Ciencias de la Comunicación. Ello se debe, según apuntan Alonso (2000) y Saladrigas (2006), a las condiciones contextuales del país a partir de la década del 90 del pasado siglo con la reestructuración económica y las transformaciones radicales que tuvieron lugar luego de la caída del campo socialista y la inminente crisis que se sobrevino en Cuba, que exigió el redimensionamiento de las formas de gestión de la empresa cubana. Estos cambios en el sector empresarial, conllevaron a las demandas de procesos de comunicación en las organizaciones, que según Alonso (2000) ha

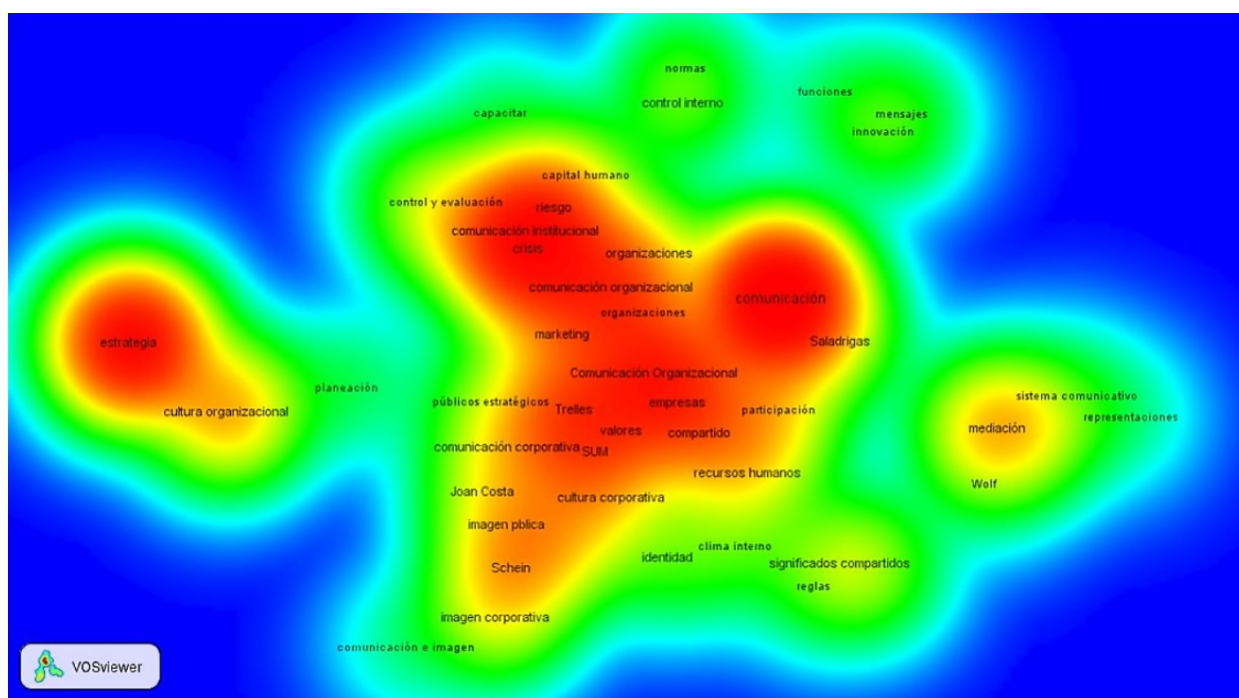


impactado en la vitalidad de esta línea investigativa, desplazando la centralidad que en otras etapas tuvo el estudio de los medios.

La mayoría de las tesis correspondientes a esta área, conciben a la comunicación organizacional como un proceso de construcción de significados compartidos de los miembros de la organización a fin de crear su imagen. La comunicación se comprende como un proceso social eminentemente relacional, basada en la interacción y que define la naturaleza del hombre como ser social, visión en la que se encuentra una perspectiva sociológica.

La figura no.1 visualiza la estructura interna del discurso objetivado en las tesis por sus agentes:

**Figura 1 - Comunicación Institucional**



Fuente: elaboración propia a partir del programa VOSviewer.

El mapa visualiza los términos asociados a la comunicación interna y externa, temáticas sobre las cuales abordan las tesis. En ambas, existe un reconocimiento explícito de la importancia de los aportes que ofrece la Sociología para la comprensión del fenómeno organizacional que permite enriquecer la perspectiva comunicológica. Los acercamientos a la Sociología se dirigen hacia la Sociología de la cultura y la teoría organizacional fundamentalmente.

Para el abordaje de las organizaciones en algunos casos se hace referencia al sociólogo alemán Max Weber, uno de los autores fundacionales de la teoría organizacional. Las principales recepciones de la teoría weberiana se encuentran en su reflexión de las organizaciones como estructuras de autoridad, mencionando de esta forma la tipología de autoridades formuladas por el autor.

La perspectiva sociológica se evidencia en el abordaje del término de cultura, entendida como componente de las relaciones sociales, la cual no es innata sino que posee un sentido social, pues los rasgos que la integran se comparten socialmente, se transmiten y requieren de un aprendizaje para su conservación.

En este sentido, se aborda la cultura organizacional la cual centra sus objetivos en los aspectos motivacionales, normativos y valorativos de la organización, abordándose mayoritariamente desde propuestas sociológicas, entendiendo a la cultura como factor fundamental de socialización humana y que permite una mejor adaptación al medio, concepciones en las cuales subyace un enfoque de sistema desde el funcionalismo donde se entiende a la cultura organizacional a partir de sus características funcionales: epistemológica, motivadora y simbólica.

Al hablar de cultura organizacional los agentes abordan conceptos como *valores*, *percepciones*, *conductas*, *normas* por lo general abordados desde la Psicología Social. Desde la Sociología se habla de los valores como resultado de las prácticas de intercambios sociales, donde la influencia de las mayorías perpetúa o se promueve a través de la cultura y las tradiciones, es así que los valores están determinados por la sociedad, no existen fuera de las relaciones sociales y permiten identificar las prioridades claves para que la organización sobreviva.

La comunicación es entendida como la base de integración de los valores y objetivos de la organización. A través de ella se comunica y logran los objetivos y funciones de la organización, centrándose en la empresa como sistema y aunque se alude al factor humano, este queda supeditado a los fines organizacionales. Las organizaciones dependen del cumplimiento de sus objetivos, en tanto la comunicación es considerada como factor que posibilita la interacción de sus miembros a la vez que constituye un recurso clave para el funcionamiento organizacional.

Trelles (2002: 22) señala que la perspectiva funcionalista tiene una marcada influencia en el campo organizacional, siendo el enfoque más común en investigaciones sobre comunicación en empresas e instituciones. Estas persiguen el objetivo de identificar problemas funcionales y formales de los procesos comunicativos a fin de lograr un mejor funcionamiento de las organizaciones, concibiéndose el sistema social como un organismo del cual forman parte las instituciones. Cada estructura contribuye de una determinada manera al equilibrio del sistema.

Se denota un mayor interés de los agentes investigadores por el estudio de la comunicación interna y de los elementos intangibles como la cultura organizacional en detrimento de los elementos objetivos y macro estructurales que también condicionan la vida interna y el desempeño de la organización y que además inciden en el cumplimiento de los objetivos de la misma, lo cual apela al imperativo de relacionar los factores tangibles e intangibles.

Por su parte, la temática Comunicación e Imagen que responde al tratamiento de la comunicación externa, es una de las que más evidencia manifestaciones de la perspectiva sociológica, pues la imagen se entiende en primer lugar como una construcción social.

Para abordar el tema, la mayoría de los agentes se apoya en los postulados del sociólogo y comunicólogo Joan Costa (2001) quien define la imagen corporativa como “la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad”.

Vale desatacar que junto al enfoque sociológico, otros de los enfoques fundamentales que se evidencia son el administrativo y el psicológico bajo el paraguas de la teoría organizacional desde el enfoque funcionalista.

Los aparatos terminológicos empleados en estas investigaciones muestran la manifestación de estos enfoques: organización, gestión, gerencia, procesos, sistema, mensajes, capacitación, imagen, identidad, valores, cultura, públicos, visión compartida, aprendizaje en equipos, estrategia, liderazgo, capital humano, eficiencia, eficacia, cambio, competitividad, productividad, relaciones públicas, marketing, publicidad, clima organizacional.

En relación a la Sociología del trabajo, también se evidencian algunos aparatos terminológicos que son muy empleados en esta área tales como: organización, dinámica laboral, organizaciones laborales, trabajo, aspectos estructurales del trabajo, condiciones de trabajo.

## **4.2. Área Comunicología**

### **4.2.1. Temática Recepción**

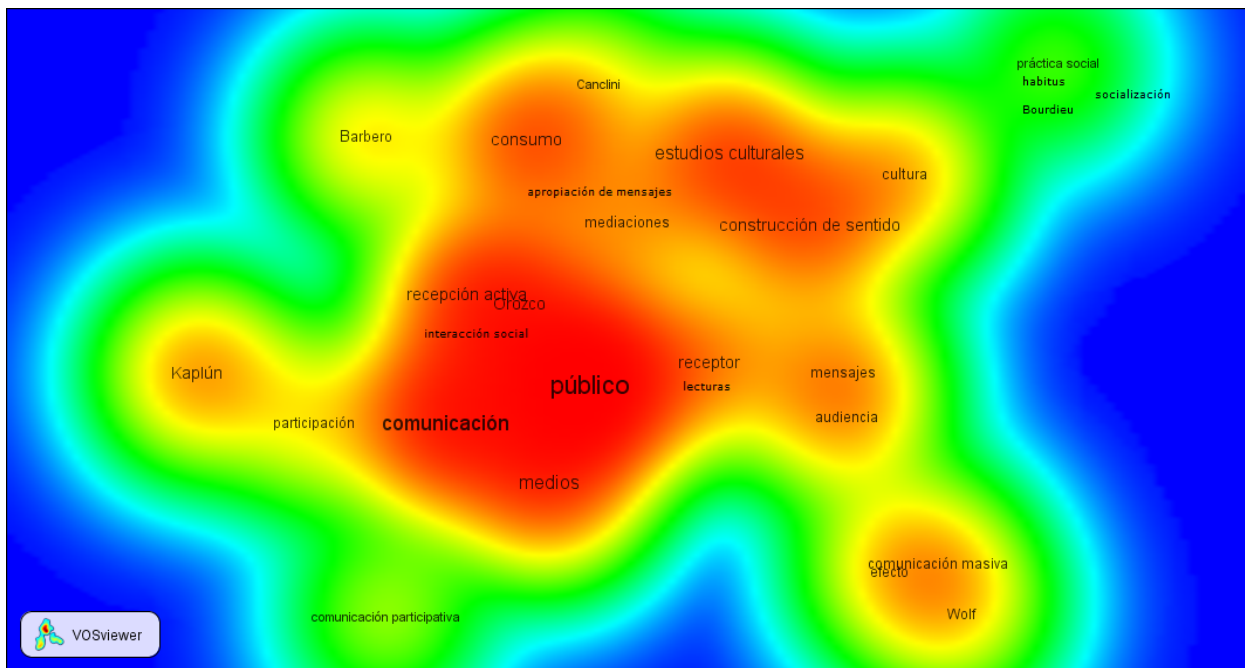
La mayoría de los investigadores que abordan esta temática, se acogen al paradigma de recepción activa teniendo en cuenta las múltiples mediaciones que intervienen en el proceso de recepción. De esta forma se reconoce las determinantes sociales, culturales, económicas, estructurales que median el proceso de recepción.

La teoría de la recepción activa y las mediaciones tiene antecedentes en la Sociología interpretativa: interaccionismo simbólico, fenomenología, etnometodología; lo que apunta la importancia de esta disciplina para los estudios comunicológicos sobre la vida cotidiana, la producción cultural y el consumo cultural.

Entre las instancias mediadoras que son tenidas en cuenta para el análisis de la recepción de determinados mensajes por parte de los agentes investigadores se encuentra la familia y la escuela, consideradas como instituciones sociales; la comunidad, el género como construcción social, la edad, el origen social así como el nivel socioeconómico y categoría ocupacional de los sujetos, lo que muestra una visión relacional del proceso de recepción, visto como una cadena de mediaciones.

La figura no. 2 evidencia el abordaje en torno a esta temática. A partir del mapa puede visualizarse cómo el discurso al interior de esta temática privilegia el análisis microsociológico, el cual pone en el centro al sujeto al plantearse la recepción como un proceso donde es posible la libertad de lectura por parte del receptor sobre la base de su experiencia cotidiana, desde los procesos de interacción social. En correspondencia, las miradas hacia el objeto de estudio se hacen desde la perspectiva cualitativa de investigación, asumiéndose un enfoque interdisciplinar que imbrica la perspectiva comunicológica con enfoques psicológicos, antropológicos y en particular sociológicos, siendo este último el enfoque predominante.

**Figura 2 - Comunicología (Recepción)**



Fuente: elaboración propia a partir del programa VOSviewer.

Este planteamiento conduce al reconocimiento de la recepción como un proceso complejo, continuo y colectivo en el que intervienen múltiples mediaciones que configuran la negociación con los mensajes y le dan sentido. El sujeto ante el proceso de recepción no es un ente pasivo, sino que interpreta los mensajes a partir de las condiciones sociales en las que se encuentra, como parte de un complejo entramado social al que pertenece y en el que interactúa. De ahí la importancia atribuida a los procesos de socialización, entendidos siempre desde los aportes de la Sociología. En este sentido, las mediaciones son resultado de diversas instancias socializadoras a los que se encuentran expuestos los sujetos, que a su vez mediatizan las lecturas que estos hacen de los mensajes mediáticos.

Se reflejan los aportes de la Sociología “como ciencia que estudia la sociedad, su desarrollo, estructura y funciones, que aporta respuestas tanto a nivel macro como microsociales” (Sánchez, 2007), reconociendo su capacidad comprensiva y relacional para el estudio de las audiencias y la recepción como fenómeno multidimensional, que permite el enriquecimiento de la perspectiva comunicológica.

Asociado a la temática, se encuentran los estudios orientados al consumo cultural, entendido desde una visión interdisciplinar, apelando a la Antropología, la Pedagogía, la Economía, la Psicología y especialmente a la Sociología para su comprensión. Desde esta última, se concibe el consumo cultural desde los aportes de la Sociología de la cultura de García Canclini, autor que lo concibe como un proceso diferenciado y diferenciador de clases sociales, pues el consumo cultural no es homogéneo.

Como se observa en el mapa, es frecuente la recurrencia a Bourdieu, desde una mirada hacia su Sociología de la Cultura, empleando el concepto de *habitus* para referirse a la estructura mental generadora de las percepciones e interpretaciones sociales y simbólicas que tiene origen en las diversas instancias de socialización de las que vive todo sujeto, y que determinan los procesos de consumo y recepción mediática. El *habitus*, entendido por los agentes como práctica social, permite caracterizar a los sujetos y situarlos en determinada posición de la estructura social.

El análisis bourdieuano se aplica más a su concepto de *habitus* desde una perspectiva micro y no a la interpretación de los campos como espacios sociales, lo que implica un análisis macrosocial que involucra al campo del poder político y económico en la determinación de la construcción social de los mensajes como construcción social de la realidad, mediatizada por los intereses de los grupos de poder. De esta forma, se soslaya que los medios son aparatos ideológicos, al centrarse los agentes investigadores en las lecturas y la apropiación de los mensajes mediáticos como forma de interacción social.

Partiendo de esta perspectiva microsociológica, los agentes reflexionan sobre la influencia de los medios en la dinámica familiar y en la estructuración de la vida cotidiana de los sujetos, siendo la cotidianeidad una de las categorías principales en estos estudios, la cual se comprende desde la Sociología de la vida cotidiana y la Sociología de la Cultura.

Otro de los aportes de Bourdieu que se encuentra en las investigaciones, son algunos análisis desde su teoría de la reproducción social, que complementa las interpretaciones sobre las mediaciones y la recepción activa. En este sentido, se alude al capital cultural como condicionante que estructura estos procesos.

En general, estas investigaciones se centran en los procesos culturales relacionados con la recepción de los mensajes mediáticos y el consumo cultural. De esta forma, la comunicación

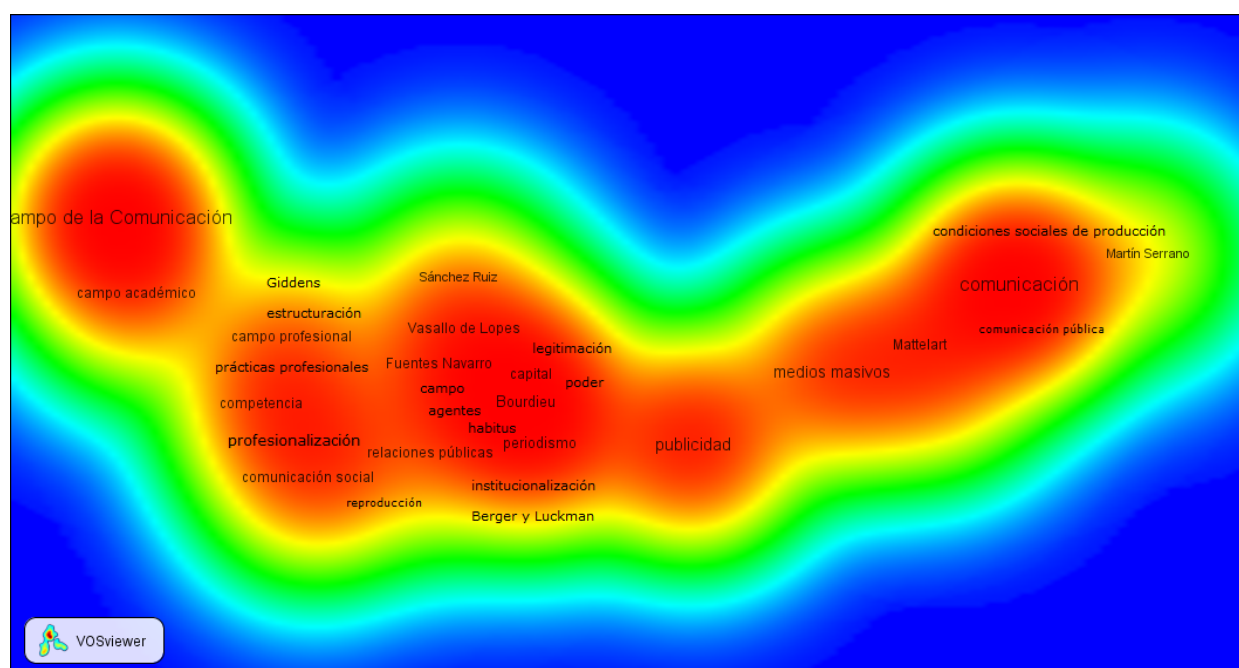
se entiende como proceso cultural per se, que se caracteriza por la construcción de sentidos, prestando atención al mundo de las significaciones y lo simbólico.

## 4.2. 2. Temática Campo Académico y Profesional de la Comunicación en Cuba

Los estudios desarrollados bajo esta línea de investigación tienen como objetivo principal la reconstrucción histórica-sociológica de la conformación del campo de la Comunicación desde una perspectiva estructuralista, a partir de la teoría de los campos de Bourdieu y las apropiaciones críticas latinoamericanas que han realizado diversos autores, en particular Sánchez Ruiz, Fuentes Navarro, Vassallo de Lopes y Marques de Melo.

En la figura no. 3, se visualiza claramente la influencia de la Sociología en la estructura del discurso de esta área de conocimiento.

*Figura 3 - Comunicología (Campo)*



Fuente: elaboración propia a partir del programa VOSviewer.

En el mapa se observa como el discurso gira en torno a la teoría bourdieuana de los campos como eje central que articula el análisis. Asociados a esta teoría se encuentran los conceptos

de *habitus*, capital, poder, legitimación, reproducción. En el sentido bourdieuano, la Comunicación se entiende como un campo que se constituye dentro del espacio social donde los agentes luchan por instituir sus fronteras como campo social diferenciado.

La teoría de Bourdieu se asume también desde los apuntes de los autores latinoamericanos antes mencionados, que sirven como sustento para el análisis del campo académico de la Comunicación desde los subcampos que lo conforman: el científico, el profesional y el educativo. Se establece entre ellos una estrecha interrelación que visibiliza el proceso de institucionalización del campo íntegramente desde sus dimensiones, destacando las influencias del contexto externo en dicho proceso, mostrándose así una preferencia en la interpretación macrosocial que se apoya en la Sociología del conocimiento por su capacidad relacional y comprensiva.

Además de tomar como herramienta teórico-metodológica a la teoría de los campos de Bourdieu, también se consideran los aportes de la teoría de la estructuración del inglés Giddens y la Sociología del conocimiento constructivista de los norteamericanos Berger y Luckmann en cuanto a la noción de la institucionalización.

Se incorpora y objetiva tres conceptos clave de la Sociología en estas investigaciones y que constituyen el basamento analítico de las mismas, visibles en el mapa anterior: campo, estructuración e institucionalización, desde las perspectivas estructuralista y constructivista, que tienen en común la interrelación que establecen entre la estructura y la agencia humana en la conformación del mundo social y las prácticas sociales.

A los conceptos clave mencionados, se incorporan otros elementos conceptuales sociológicos como la noción de poder, legitimación, reproducción y socialización, todos ellos relacionados y que los agentes investigadores emplean para el análisis de la institucionalización del campo de la Comunicación, sus lógicas de producción y reproducción.

Para el análisis del subcampo profesional, los investigadores acuden a la Sociología de las profesiones en la comprensión del proceso de profesionalización de la comunicación, interpretándose también desde la perspectiva bourdieuana, aunque se incluyen otros referentes sociológicos clásicos como Wilensky, Sullivan y Porter, Friedson, Hughes.



La profesionalización es concebida como un proceso donde confluyen múltiples procesos de institucionalización, que involucra tanto a las instituciones donde se desarrolla la práctica profesional como a las instituciones de formación donde tiene lugar el proceso de producción, reproducción del habitus profesional y que a la vez responde a las demandas del campo económico, político y social, donde se valorizan ciertas competencias profesionales que requiere la sociedad en un momento histórico determinado. Se reconoce la necesidad de un anclaje básico en la Sociología, reconociéndola como una ciencia que ha mostrado una incuestionable tradición en el abordaje de los procesos de profesionalización, en conjunción con los apuntes comunicológicos latinoamericanos.

Solo en una investigación se visibilizó el estudio de los criterios de validación interna de las prácticas académicas mediante la identificación de rasgos teórico-metodológicos, en estrecha relación con los criterios de validación externa, o sea, las condiciones sociales de producción a las que tales prácticas se han visto sometidas, asumiendo una perspectiva intermedia desde la Sociología del conocimiento.

La incorporación de las propuestas sociológicas asumidas por los investigadores responden a la necesidad de comprender la conformación del campo de la Comunicación en Cuba, ejercicio de investigación arduo y complejo para lo cual ha servido la Sociología del conocimiento como ejercicio de autorreflexividad, desde la teoría de los campos de Bourdieu, siguiendo las experiencias latinoamericanas que han emprendido también dicha tarea investigativa y ejercen influencia en el campo académico cubano.

### **4.3. Área Comunicación Educativa**

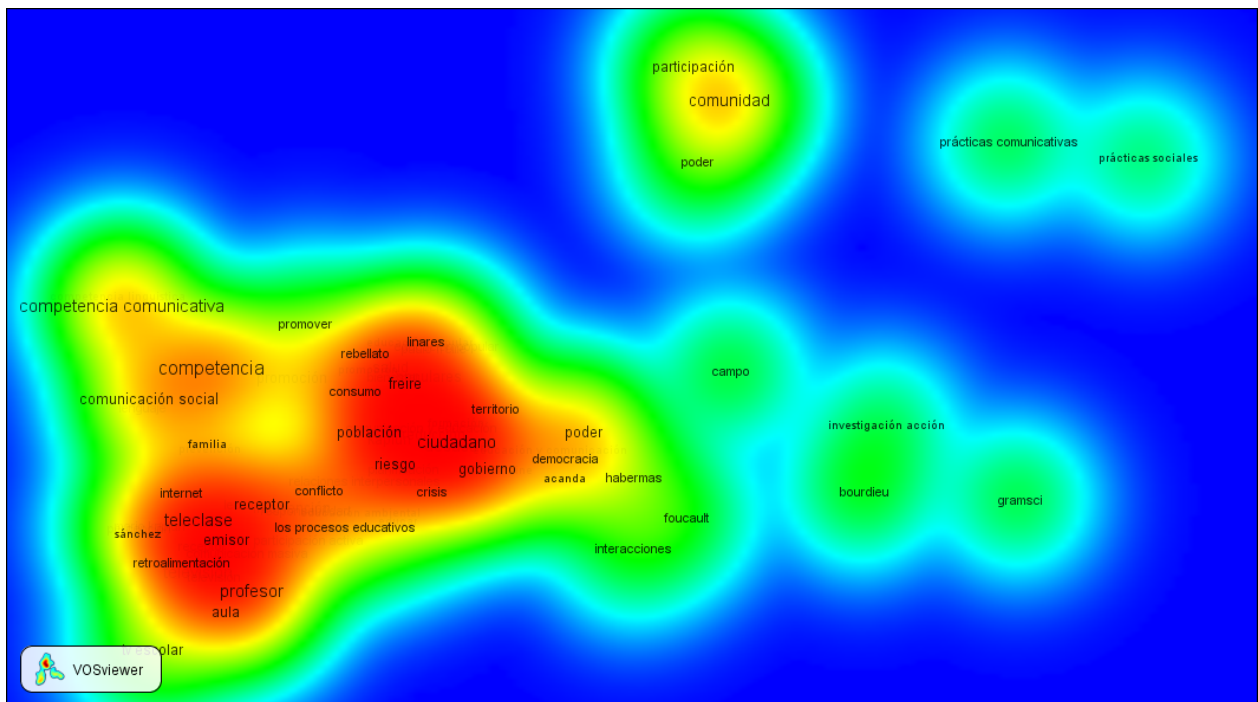
Dentro de las bases científicas de la Comunicación Educativa, los investigadores mencionan a la Sociología, la Psicología y la Pedagogía como disciplinas fundamentales para el análisis e interpretación del objeto de estudio, muy ligado a la problemática del desarrollo tanto educativo como humano, comunitario y sostenible.

En cuanto a las concepciones desde las que se aborda la Comunicación Educativa, Del Pino (2010: 13) destaca cuatro enfoques fundamentales de análisis en correspondencia con el objeto de estudio de los investigadores: la comunicación que se produce en el contexto

escolar; los usos de las TICs en el desarrollo de acciones educativas; la Educación para los Medios; y la comunicación vista como un proceso amplio, que tiene lugar en cualquier espacio que propicie procesos de educación para los sujetos.

La siguiente figura confirma el planteamiento, visualizando el discurso del área en relación con los cuatro enfoques mencionados por Del Pino (2010).

**Figura 4 - Comunicación Educativa**



Fuente: elaboración propia a partir del programa VOSviewer.

En el mapa se observan los enfoques desde los cuales se aborda la Comunicación Educativa. Desde el ámbito escolar, el discurso gira en torno al proceso de enseñanza-aprendizaje considerando la comunicación como recurso fundamental en la actividad educativa. Algunas de estas investigaciones abordan la influencia de las TICs en los cambios educacionales, analizando los usos de estos instrumentos para el apoyo a la educación en el marco de la sociedad de la información. Estas investigaciones muestran una mayor preferencia hacia los enfoques psicológicos y pedagógicos que complementan el análisis comunicológico. Mientras que lo sociológico se evidencia en la concepción institucional de la escuela como agente de socialización, donde esta prepara al individuo para vivir en sociedad de acuerdo a valores del sistema social, en su función de aparato ideológico del Estado.

En los casos donde la comunicación educativa es abordada en espacios informales de interacción social como el ámbito local y comunitario, esta se considera como una herramienta para el cambio de actitudes, empoderamiento y potenciación de capacidades, que en general tributa al desarrollo. La mayoría de estas investigaciones abordan como objeto de estudio las prácticas comunicativas en diferentes espacios comunitarios. Es en estas tesis donde mayor se manifiesta la perspectiva sociológica, siendo abordada la comunidad generalmente desde los aportes sociológicos.

En estrecho vínculo a los abordajes en torno a la comunidad se encuentran los conceptos de participación y desarrollo, siendo así la tríada comunidad-desarrollo-participación, un núcleo central para el estudio de las prácticas comunicativas. El concepto de participación que se maneja es otro de los capitales sociológicos incorporados y objetivados en estas investigaciones, asumiéndose la propuesta de los niveles de participación que ofrece la socióloga cubana Linares.

Al hablar de participación como práctica social comprometida con la transformación y el desarrollo, se remite a la cuestión del poder, cuestión que se analiza por los agentes investigadores desde las relaciones, distribución y socialización del poder, como posibilidad de participación real de los sujetos en los procesos de cambio y toma de decisiones, a partir de las cuotas de poder que poseen en los espacios que se insertan en la vida cotidiana. La comprensión de este fenómeno se hace fundamentalmente desde los aportes de Carlos Marx, Antonio Gramsci, Michel Foucault y Pierre Bourdieu.

De este último autor se rescata su concepción del poder simbólico a través de la teoría de los campos, resaltando la importancia de sus aportes para comprender las luchas por el poder en la legitimación de un orden social determinado, que es posible debido al monopolio de la violencia simbólica que ejercen aquellos que cuentan con mayor capital, que a su vez imponen las condiciones de posibilidad de la comunicación a través del lenguaje como elemento estructurado y estructurante.

Los aportes de Bourdieu son notables también en la definición de prácticas comunicativas, categoría central en las investigaciones como continuación de la propuesta de Portal, tutora de la mayoría de estos estudios, quien construye el término a partir de supuestos conceptuales del comunicólogo Martín Serrano y los sociólogos Bourdieu, Berger y Luckmann.

En la definición de prácticas, entendido más ampliamente como prácticas sociales, se establece una relación con el concepto bourdieuno de habitus, pues las prácticas son producidas por el habitus como internalización de la exterioridad, formación duradera que designa un curso continuado y durable relacionado con lo habitual y acostumbrado.

Según Portal (2003: 64), este proceso de internalización es el que permite interpretar la realidad objetiva como subjetivamente significativa y se produce mediante el proceso de socialización, aludiendo a Berger y Luckmann con los cuales establece coincidencias entre los planteamientos de estos autores sobre los procesos de externalización y objetivación que permiten comprender la sociedad como realidad objetiva con la relación que Bourdieu establece entre el habitus y el campo.

Siguiendo los presupuestos de Portal (2003), los agentes investigadores incorporan este análisis para el estudio de las prácticas comunicativas, que pone de manifiesto la existencia de un habitus productor de prácticas colectivas en cuanto a la investigación, incorporando y objetivando los capitales sociológicos que asume la autora, pues el habitus genera un modelo de praxis con base en las disposiciones históricas.

Estas investigaciones metodológicamente privilegian los enfoques cualitativos, empleando todo el abanico de técnicas de esta perspectiva. Sobresale en esta área el uso de técnicas participativas bajo la filosofía de la Educación Popular y el método de Investigación Acción Participativa.

## **4.4. Área Periodismo**

### **4.4. 1. Proceso de producción de noticias**

El análisis del proceso de producción de noticias constituye una de las temáticas privilegiadas desde el área del Periodismo, siendo la temática más productiva dentro del área. Estas investigaciones hacen énfasis en el emisor, y para ello se recurre como referente teórico conceptual a la Sociología de la producción de noticias, la Sociología de la cultura de Bourdieu, la Sociología del conocimiento de Berger y Luckmann así como a otras áreas, entre las que se destaca la Teoría Social de la Comunicación de Martín Serrano, el Modelo histórico-estructural de Sánchez Ruiz, Teorías normativas sobre la prensa y presupuestos asociados a la Teoría

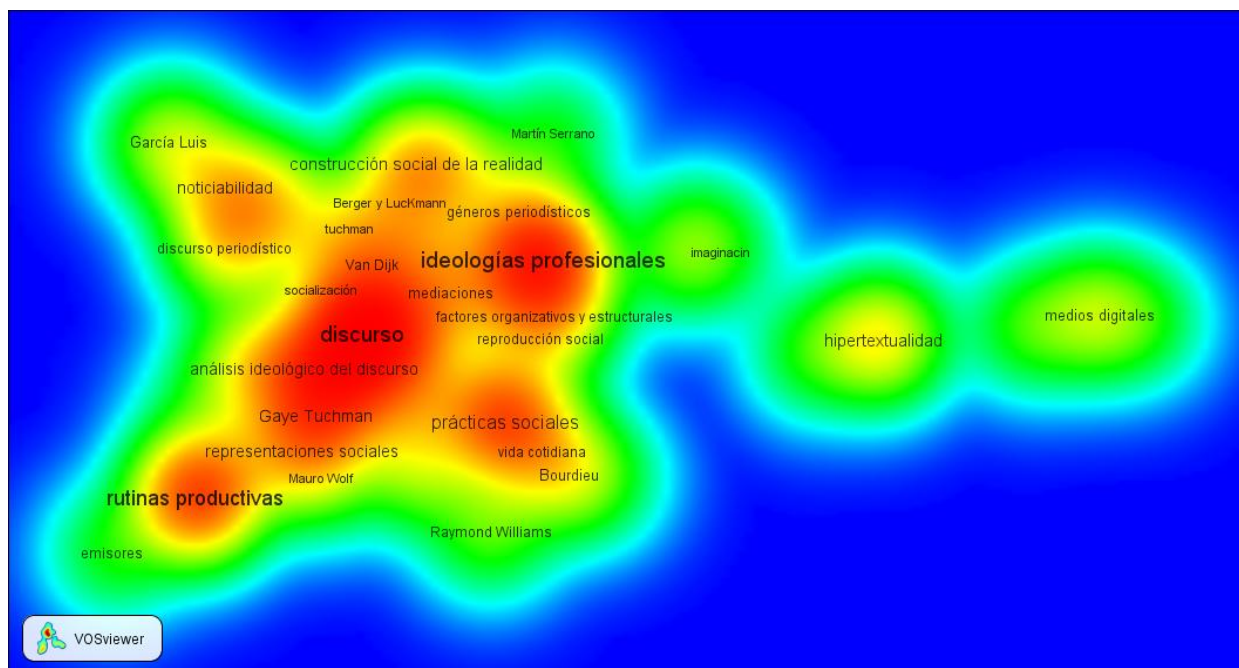
Organizacional. Estas perspectivas aparecen articuladas en la mayoría de las investigaciones, sin embargo se evidencia una preferencia hacia la Sociología de la producción de noticias en tanto tradición dominante en el área de estudios de emisores.

Desde esta perspectiva, los medios de comunicación son analizados como organizaciones complejas con una lógica de producción por donde pasa la información hasta convertirse en noticia, bajo condiciones de regulación y control social de instituciones y el sistema político al que responden los medios.

La noticia es un producto social, una reconstrucción de la realidad en la que intervienen múltiples y dinámicas mediaciones tanto individuales como organizacionales, políticas e ideológicas. Al concebir a la noticia como producto social, se reconoce que los mensajes construidos no son resultado de voluntades individuales, sino de procesos sociales, en los que las organizaciones de medios tienen un lugar principal. Es este contexto el que determina las normas operativas dentro de los medios de información, que determinan cómo se construye la noticia y las rutinas productivas.

La estructura interna del discurso en el área se visualiza en la figura no.5.

*Figura 5 – Periodismo*



Fuente: elaboración propia a partir del programa VOSviewer.

El énfasis está en las dimensiones de análisis de la organización social del trabajo periodístico desde las condicionantes estructurales-organizativas, donde el concepto sociológico rutinas productivas, es fundamental.

Las rutinas productivas constituyen procesos de construcción conscientes e inconscientes de representaciones sobre la realidad que permiten la reproducción de determinadas acciones (repeticiones, costumbres) al interior de los medios de comunicación. Son así un instrumento de control social que tiene una función normativa.

Las rutinas productivas son también comprendidas como parte de un habitus, en el sentido bourdieuano, pues como acciones estandarizadas interviene también el significado que para sus ejecutores adquiere el propio aprendizaje derivado de ese quehacer, aludiendo a una subjetividad socializada, que hace que se reproduzcan las condiciones sociales de producción.

En relación al concepto de rutinas productivas, se encuentra el de *valores noticiosos*, como criterios de selección que alude a los procesos de socialización de los periodistas en los procedimientos de recolección y selección de los acontecimientos, donde subyacen ideologías asociadas al proceso de producción de noticias; cuestión que señalan los agentes investigadores como *ideologías profesionales* del periodismo que a su vez remite a un proceso de profesionalización, entendido desde la Sociología de las profesiones y desde la Sociología de la producción de noticias, asumiendo los aportes sociológicos de Tuchman, una de las pioneras en el análisis de la construcción de noticias, influencia que ya se había apuntado con anterioridad.

Ello alude a la articulación micro y macro como áreas de influencia que tiene en cuenta la Sociología de la producción de noticias. El nivel micro se refiere a la cultura profesional, donde se conforman las ideologías profesionales y el nivel macro son los condicionamientos externos que median la construcción de noticia determinado por el sistema social.

Ambos niveles de análisis se encuentran presentes en las investigaciones, de forma articulada y dialéctica, aunque puede prevalecer uno u otro enfoque, siempre aludiendo a la Sociología de la producción de noticias, como marco de interpretación fundamental, partiendo de la

pregunta: ¿Qué factores internos y externos de las organizaciones de medios afectan al contenido del mensaje?

Desde la Sociología de la cultura, destacan los aportes de Williams a la comprensión del término cultura e ideología, conceptos que aunque no constituyen el epicentro en el análisis de estas investigaciones, se recurre a ello con frecuencia.

Los aportes de la Sociología del conocimiento se centran en los supuestos de la obra *La construcción social de la realidad* de Berger y Luckmann, que sirve de fuente a los agentes investigadores en sus interpretaciones de la práctica periodística como estrategia de construcción y reconstrucción de la realidad, en la cual se legitima un sistema social y contribuye a mantener las representaciones colectivas. Los aportes de estos autores sobre las prácticas o rutinas productivas en la construcción del mensaje fueron apuntados en el apartado teórico del presente artículo.

De manera general, los principales aparatos terminológicos de la Sociología que se encuentran en las investigaciones son los siguientes: proceso productivo, rutinas productivas, determinaciones externas e internas del proceso productivo, factores organizativos y estructurales, institución, valores noticiosos, ideología, cultura, profesionalización, construcción social de la realidad, representaciones colectivas, reproducción, legitimación, poder simbólico, socialización.

## **5. Análisis y discusión de las disposiciones adquiridas en el campo**

Como se expuso, diversas son las manifestaciones de la perspectiva sociológica presentes en las tesis de maestría del campo de la Comunicación analizadas, fundamentalmente a las corrientes interpretativas de la Sociología que resaltan los elementos microsociales como la cotidianidad, los procesos por los cuales los sujetos construyen socialmente su realidad y le dan sentido. Esto se manifiesta en las investigaciones mediante el análisis de las prácticas sociales y sus relaciones con los sistemas culturales o de significación.

Ejemplo de ello es también que en las tesis se observa una creciente tendencia hacia la perspectiva cualitativa de investigación. Se infiere que para los agentes, la comunicación tiene

un carácter reflexivo, dado por la capacidad de apropiación, aprovechamiento y transformación de los sistemas de comunicación que hacen los sujetos objetos de estudio. Eso a su vez condiciona el énfasis en los procesos de interacción social, evidentes en la noción de la comunicación que hacen, donde los componentes simbólicos y culturales resultan medulares.

Estrechamente vinculado a ello, está el uso generalizado de la cultura desde perspectivas sociológicas asociado a los distintos procesos de comunicación que se estudian, ya sea de forma explícita como implícita. Las investigaciones que de forma explícita abordan el término de cultura, usualmente se apoyan en fuentes sociológicas como referentes principales, desde la perspectiva crítica de los estudios latinoamericanos, los estudios culturales británicos, la Sociología de la cultura de Bourdieu y Williams, fundamentalmente. En el área de Comunicación Institucional por su parte, el entendimiento de lo cultural se hace desde el estructural funcionalismo, ya que en la mayoría refieren a la cultura y comunicación organizacional.

En este sentido, Gómez (2008) plantea que la Sociología de la Cultura constituye una fuente teórica y conceptual para la Comunicación, la cual ha fungido como marco ontológico y epistemológico para su comprensión, pues en sus configuraciones hay una concepción de la comunicación y su acción dentro de la sociedad y la cultura.

Por otro lado, se visibiliza la importancia atribuida por los agentes del campo a la obra *La construcción social de la realidad* de Berger y Luckmann, la cual es mencionada en casi todas las áreas de conocimiento. En el área de Comunicología fundamentalmente se rescata los supuestos de estos autores en relación a la Sociología del conocimiento y los procesos de institucionalización; en el área de Comunicación Educativa sobre lo planteado por los autores acerca de la socialización y en el área de Periodismo para la comprensión de la construcción social de la realidad desde la construcción de noticias.

La importancia para el campo de la Comunicación de esta obra sociológica, fue demostrada por Fuentes (2007) en un estudio sobre los referentes bibliográficos empleados en las tesis de maestría en Comunicación en la Universidad de Guadalajara y en el ITESO, cuya obra se encontró referencias en más del 20% de las 71 tesis analizadas; que evidencia los perfiles de referencia de las tesis mostrando patrones en la reproducción del campo.



Similar tendencia se muestra en las referencias al sociólogo Pierre Bourdieu, uno de los autores de la Sociología más referenciados en las tesis analizadas en el presente artículo, que coincide con las tesis del citado estudio de Fuentes, donde se evidenció referencias al autor en el 40% de las tesis, pero solo en la Universidad de Guadalajara. Al respecto, Piedra (2009) apunta a partir del análisis de cita de la producción científica sobre comunicación en el web de la ciencia en el período del 2000 al 2007, que Bourdieu resulta un autor externo al campo de la Comunicación de obligada consulta, considerando el número de citas recibidas en el estudio realizado.

La recurrencia a la Sociología como matriz disciplinar para la interpretación de los fenómenos comunicacionales puede comprenderse por la diversidad de enfoques y aparatos terminológicos que esta ofrece para abordar los objetos de investigación de la Comunicación dado su carácter complejo y multidimensional, constituyendo así un marco interpretativo para los agentes investigadores.

A su vez, la presencia de capitales comunes incorporados, objetivados e institucionalizados por estos agentes, pueden verse como una especie de símbolos estandarizados, en términos de Small (1978), o como una estructura consensual de la presencia de conceptos sociológicos en el campo por parte de la comunidad académica para comprender el objeto de estudio.

Estos capitales sociológicos han tributado al proceso de institucionalización cognitiva de la Comunicación como área de conocimiento, a la vez que ha institucionalizado ciertos ideales teóricos, presupuestos, matrices, paradigmas sociológicos. Ello afecta la producción de conocimiento al impactar en los habitus investigativos adquiridos y reproducidos por los agentes en el proceso de formación de postgrado. La institucionalización de estos capitales sociológicos, tienen una importancia considerable para comprender el desarrollo científico del campo de la Comunicación y afirma su estatuto interdisciplinar, donde la Sociología se refleja no solo como matriz disciplinar, sino también como marco interpretativo.

La incorporación, objetivación e institucionalización de capitales sociológicos puede explicarse por la búsqueda de científicidad, representada en este caso por un estatuto epistemológico. Por ende, se pretende la búsqueda de un reaseguro- empleando el término bourdieuano- que hace que se adopte con complacencia los signos más significativos de la legitimidad científica, entendido como el uso del aparato terminológico de la Sociología.

En la producción científica de las tesis, los capitales objetivados se acumulan como parte de la cultura científica del campo, y a la vez, como elementos que visibilizan la existencia de un habitus que se constata en las prácticas investigativas. Estos capitales pueden ser entendidos como conocimientos certificados en el sentido mertoniano, pues son legitimados por la comunidad científica o por agentes importantes de la misma. Estos pueden ser los propios tribunales donde se presentan las tesis. Dichos tribunales, según los requerimientos del postgrado, se conforman por agentes que son autoridades académicas y de reconocimiento en el campo por el capital científico acumulado. Ello refuerza la idea del conocimiento como una construcción social, pues lo que lo constituye como conocimiento es el proceso de aceptación y consenso al que se somete. En tanto, “la utilización de los resultados precedentes, su modificación, el cruce de informaciones y modelos, es lo que constituye la ciencia en una tradición acumulativa de conocimientos y prácticas”. (Núñez, 1999: 3)

La acumulación de conocimientos sociológicos genera entonces, un capital cultural y simbólico, que al ser reproducido mediante esquemas teóricos y metodológicos, muestra un habitus en la selección, incorporación, objetivación, validación y legitimación del conocimiento que ya ha sido institucionalizado y certificado en investigaciones de las áreas de conocimiento con las que se identifican los agentes en formación.

De esta forma se observa cómo los agentes investigadores incorporan procedimientos metodológicos, enmarcamientos teóricos, categorías analíticas y conceptuales portadores de la perspectiva sociológica. Se trata de elementos que en los estudios precedentes sobre el objeto de estudio han sido validados. Ello arroja la conformación de un habitus, una rutinización en los esquemas de investigación y una tradición en las prácticas investigativas, atadas a la hegemonía del conocimiento socialmente certificado y simbólicamente legitimado.

Los conocimientos científicos acumulados se convierten en estructuras de conocimiento objetivadas, como estructura estructurante que ejerce presión y coerción en los posteriores estudios. Estos se erigen a partir de ese conocimiento, lo que vuelve a su estado incorporado al ser asumido por un agente y luego objetivado. De esta manera, lo señalado se convierte en un ciclo de reproducción de las propias estructuras de conocimiento y el uso de los mismos procedimientos para su construcción, mediante las prácticas investigativas.

La incorporación de la perspectiva sociológica puede verse como un elemento estructural de la producción y reproducción del conocimiento en el campo, o sea, que las tesis se estructuran como cuerpos de conocimiento objetivados a partir del enmarcamiento en una estructura académica y científica. Tienen sus pautas, patrones propios en la producción y comunicación del conocimiento, que constituye el campo de poder donde se definen los capitales en juego.

Lo cierto es que para emprender una investigación, uno de los primeros pasos que realiza el investigador es la consulta de aquellas fuentes que se han acercado en el abordaje del objeto de estudio de interés para él. La consulta de estas fuentes permite conformar un estado del arte, que a la vez, puede condicionar el tratamiento del mismo manteniendo los criterios, posturas, modos de interpretación, fuentes bibliográficas empleados por los autores o un autor en particular. Con este (estos) se puede compartir posturas epistemológicas por el reconocimiento social, prestigio, capital científico acumulado y la repercusión de sus trabajos en la comunidad científica.

En este sentido, se observa un habitus por parte de los agentes investigadores de reproducir ciertos conocimientos, conceptos, categorías validadas, certificadas académicamente por agentes con autoridad y prestigio en el campo (ya sea a nivel específico del campo en Cuba como en el campo internacional que ejerce influencia sobre el primero). Estos agentes muchas veces fungen como tutores de estas investigaciones objeto de estudio. Tal es el caso por ejemplo, de las categorías “prácticas comunicativas” aportada por Portal (2003), “gestión de la comunicación” y “cultura organizacional” trabajadas por Trelles (2002), las nociones de campo académico y profesional de la tradición latinoamericana aplicadas al contexto cubano, propuestos fundamentalmente por la Dra. Hilda Saladrigas<sup>2</sup>. Las categorías mencionadas, de una u otra forma incorporan elementos de la perspectiva sociológica, como ya fue analizado.

Esta intertextualidad, entendida como estrategias retóricas de objetivación, manifiesta mediante las referencias a una tradición académica y científica en la producción de conocimiento como una empresa colectiva, concentran los resultados y en ocasiones, ellos mismos son las fuentes a consultar, como expertos entrevistados, y sujetos activos de los procesos de investigación. De ahí la necesidad de ver el proceso investigativo, las decisiones

---

<sup>2</sup> Profesora que dirige la línea de investigación Campo Académico y Profesional de la Comunicación en Cuba.

que se toman a nivel teórico y metodológico como un proceso relacional, de socialización del conocimiento y también como resultado de las estructuras y relaciones de poder que se dan en el campo a través de la violencia simbólica.

## **6. Conclusiones**

La identificación de la perspectiva sociológica desde la Sociología del conocimiento posibilitó delimitar el alcance y los diversos discursos que sobre la comunicación se dan en dependencia de los posicionamientos de los agentes respecto a la adopción de los presupuestos de la Sociología.

La perspectiva sociológica en el campo de la Comunicación según las tesis analizadas, se manifiesta de diversas maneras según las áreas de conocimiento. No obstante, se evidencian preferencias generalizadas hacia determinados enfoques, teorías y autores de la Sociología. Las especialidades de la Sociología más abordadas son: Sociología de la cultura, Sociología del conocimiento, Sociología de la producción de noticias, Sociología de las profesiones, Sociología de las organizaciones. Los autores de preferencia en sentido general son: Bourdieu, Berger y Luckmann, Williams fundamentalmente.

El aparato terminológico propio de la Sociología empleados de forma general en el campo de la Comunicación son: estructura social, socialización, interacción social, grupos sociales, relaciones sociales, comunidad, sociedad, participación, prácticas sociales, cambio, vida cotidiana.

Se evidencia una tradición en la reproducción de los habitus investigativos en cuanto a la incorporación de elementos de la Sociología para la comprensión de los objetos de estudio, que hace entender el proceso investigativo como proceso relacional y colectivo.

El enfoque sociológico representa una plataforma a partir de la cual se aplican los métodos, técnicas y perspectivas propias del campo para abordaje de sus objetos de estudio.

Los datos obtenidos reafirman la interdisciplinariedad del campo y el carácter social de sus objetos de estudio.

## Referencias

---

- AHUMADA, R. (2010). *Las lógicas de organización del conocimiento en el estudio de la comunicación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores Aragón.
- ALONSO, M. (2000). "La investigación de la comunicación en Cuba: préstamos teóricos para un itinerario singular". *Temas* n 5, pp. 20-25.
- ALSINA, M. (2002). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Bellaterra.
- BENÍTEZ, L. R. (2012). Una mirada al campo de la comunicación social en los albores del siglo XXI. Tesis de Maestría inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- COSTA, J. (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- DEL PINO, T. (2010). La Comunicación Educativa para la Salud en la Atención Primaria. Un estudio de casos en Ciudad de La Habana. Tesis de Maestría inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- FUENTES, R. (2007). "Las marcas de la profesionalización avanzada. Un acercamiento descriptivo a las tesis de maestría en comunicación del ITESO y de la UDEG a través de sus referentes bibliográficos". *Comunicación y Sociedad*, n 7, pp. 11-44.
- GÓMEZ, H. (2008). "La sociología cultural como fuente científica histórica de la comunicología posible". En Galindo, J. (coord.). *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U., pp. 165-243.
- MARQUES DE MELO, J. (2002). "Apresentação". En Marques De Melo, J., Gobbi, M. Kunsch, L. (2002). *Matrizes comunicacionais latinoamericanas, marxismo e cristianismo*. SAGE Publications. Recuperado el 06 de mayo de 2014 de <http://gaz.sagepub.com>, pp. 9-12.
- MORAGAS, M. (1994). Introducción: El lugar de la sociología en la investigación sobre Comunicación de Masas. *Sociología de la Comunicación de Masas. I. Escuelas y autores* Barcelona: Ed. Gustavo Gili S.A., pp. 15-22.
- MUÑOZ, T. (2005). "Los caminos hacia una Sociología en Cuba. Avatares históricos, teóricos y profesionales". *Sociología en América Latina*, ALAS.
- NÚÑEZ, J. (1999). *La ciencia y la tecnología como procesos sociales*. La Habana: Félix Varela.

- OROZCO, G. (1997). *La investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- PIEDRA, Y. (2009). La producción científica sobre comunicación: análisis desde una perspectiva de dominio en el web de la ciencia. Período 2000-2007. Tesis de maestría inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- PIÑUEL, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 1-42.
- PORTAL, R. (2003). Por los caminos de la utopía. Un estudio de las prácticas comunicativas de los Talleres de Transformación Integral del Barrio en la Ciudad de La Habana. Tesis doctoral inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- SALADRIGAS, H. (2006). La epistemología. Un terreno de urgentes reflexiones y necesarias aportaciones en el campo de la comunicación. Colectivo de autores (Eds.). *Comunicología. Temas Actuales*, La Habana: Félix Varela.
- SALADRIGAS, H. y Olivera, D. (2012). La investigación en Comunicación. Su lugar en Cuba. *Redes Com.* No. 6, 343-363.
- SÁNCHEZ, O. (2007). Comunicación transmisiva a comunicación trascendente: una experiencia radial. Tesis de maestría inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- SMALL, H. G. (1978). Cited Documents as Concept Symbols. *Social Studies of Science*, 8 (3).
- TRELLES, I. (2002). Bases Teórico- Metodológicas para una Propuesta de Modelo de Gestión de Comunicación en Organizaciones. Tesis doctoral inédita. Universidad de la Habana. Facultad de Comunicación, Cuba.
- WERSIG, Gersing. (1992). "Information science and theory: a weaver bird's perspective". En Vakkari, P., Cronin, B. *Conceptions of Library and Information Science: Historical, Empirical and Theoretical Perspectives*. London: Taylor Graham, pp. 201–217.