

Éric Maigret

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS MEDIOS

Prefacio

Pocos campos académicos sufren de una avalancha editorial tan intelectualmente barata como la que hoy soporta el de los estudios de comunicación. De un lado nos llega la proliferación de los muy diversos tipos de propaganda tecnológica que, travestida de “análisis de la innovación”, busca que los profesores y estudiantes de este campo estén “al día” sobre la evolución tecnológica y sus efectos puntuales sobre el ejercicio profesional, como si lo nuevo fuera tanto y sus efectos, igualmente duraderos. De otro lado, pareciera como si - después del largo desprecio con que las ciencias sociales miraron todo lo concerniente a los medios masivos y a las tecnologías de información- esas disciplinas hubieran descubierto de golpe su relevancia social, cuando en verdad la mayoría de lo que dichas doctrinas nos están ofreciendo son vulgarización recalentada de lo que unos pocos investigadores sociales de-velaron hace años, o pseudoanálisis plagados de sesgos reideologizantes en el peor sentido, aquel que se autolimita a una denuncia gritona pero incapaz de avizorar la misma alternativa al estado de cosas que tenemos.

Por todo ello, cuando el Fondo de Cultura Económica me invitó a evaluar este libro para su posible traducción al castellano inicié su lectura con muy pocas ganas y muchas prevenciones. De ahí mi sorpresa al toparme con un texto que me atrevo a llamar excepcional, pues lo que en él encontré fue todo lo contrario de lo que abunda hoy. Se trata de un libro que es a la vez un *manual* -en el viejo sentido de que ofrece una estructura pedagógica con la que facilita el manejo de sus diferentes acercamientos al tema- y un texto *movilizador* de ideas y tomas de posición. Frente a tantos textos que no son sino un resumen de refritos, estamos ante una verdadera cartografía de los ejes que estructuran y las tensiones que dinamizan el vasto y disperso campo de *la comunicación y los medios*.

Lo que más aporta y sorprende en este libro es la *apertura de visión* con que se da cabida a paradigmas y modos de investigación hoy “condenados” por la línea hegemónica de los estudios de comunicación

en la misma Francia. Pues no sólo se incorporan a la *historia* del campo los pioneros del *pragmatismo sociológico* norteamericano y se matiza la contribución de los *críticos* de la Escuela de Frankfurt, sino que se hace un explícito reconocimiento a los *Estudios Culturales* angloamericanos, los cuales han sido tan torpe y reiteradamente subvalorados y tachados de “reaccionarios” por la mayoría de los textos *hoy políticamente correctos a la francesa*. Éstos, de manera provinciana, desconocieron hasta hace bien poco el aporte decisivo de ingleses como Raymond Williams, Richard Hoggart o Stuart Hall, y ahora amalgaman tramposamente en la misma bolsa de crítica panfletaria a lo más trivial y funcional de los estudios norteamericanos con lo que con más seriedad está renovando esos estudios en Estados Unidos o en América Latina.

Otro aporte en realidad innovador se halla en la manera como se aborda la cuestión, hoy decisiva, de la *economía política de la comunicación*, al sacarla de su vertiente puramente descriptiva y de denuncia para reubicarla sobre pistas y autores mucho menos de moda pero más atentos a la complejidad de los cambios que atraviesan hoy las “industrias culturales”. Con lo que ese cambio de perspectiva implica a la hora de asumir la real envergadura de la concentración de poder mediático, y también a la hora de buscar pistas para enfrentarlo. Y otro tanto sucede con las “miradas a la televisión” y su vínculo con la desubicación y reubicación de *lo público*: movimientos que están exigiendo abandonar definitivamente los tenaces dualismos tras los que se atrinchera nuestra pereza mental y nuestra incapacidad para pensar *ciudadanamente*, es decir en términos de actores, las políticas culturales que conciernen a los medios de comunicación y a las tecnologías de información. O la nueva mirada que se ofrece sobre la “tele-realidad” para poder pensarla no como un mero efecto del medio, sino producida por los desplazamientos y reconfiguraciones del lazo social.

De todo ello resulta una ganancia muy especial: *la perspectiva sociológica* deja de ser la de una disciplina particular para convertirse en *un lugar ancho y alto desde el que se mira*, y ese lugar es el de las transformaciones que vive *lo social* en cuanto tejido básico de la comunicación cotidiana. De ahí que el título del libro parece lo más engañoso, pues no se trata de un libro *de sociología* sin más -aunque en un país con las ciencias sociales más disciplinadamente fragmentadas de Latinoamérica puede hacer que el título sea más atractivo para su venta-, sino de la comunicación pensada e investigada desde las ciencias sociales en su más ancho sentido.

Por último, la estructura en capítulos breves, siguiendo ejes que ubican los tiempos y las tendencias, facilita de modo enorme la lectura de un texto nada fácil por la densidad de pensamiento, pero al que se le ahorran las repeticiones y redundancias de las que están llenos los retóricos manuales a los que el mercado nos tiene acostumbrados.

Accesible y exigente intelectualmente sería quizá la mejor caracterización de éste, uno de los pocos libros recomendables especialmente para profesores de comunicación.

Jesús Martín Barbero

)))

Introducción (Fragmento)

La sociología y las teorías de la comunicación

Este libro se puede leer como una introducción a las teorías de la comunicación. Plantea una serie de precisiones temáticas y cronológicas sobre corrientes de pensamiento presentadas de manera concisa que se inscriben en tradiciones internacionales de investigación. He intentado destacar los aportes de las diversas corrientes, las posibles “imbricaciones” y los límites de cada una de ellas, es decir que he tratado de poner de manifiesto los elementos canónicos de cada una de las grandes tradiciones -que constituyen la sustancia de los manuales- conservando al mismo tiempo una visión histórica, que ilustra las evoluciones de las teorías y los compromisos de sus autores. Los lectores apresurados o que necesitan una iniciación progresiva, de lo más sencillo hasta lo más complicado, acudirán al primer capítulo, luego al tercero y así sucesivamente y evitarán la continuación de esta introducción y el debate sobre la fundación de las ciencias sociales (capítulo 2). Pero como este libro también desenvuelve un hilo a lo largo de los diferentes capítulos, propongo a los demás lectores que lo sigan a partir de esta introducción. Considero que la investigación sobre lo que se denominaba de manera todavía excepcional “comunicación” conoció entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, una primavera precoz en el momento en que se formaron las ciencias sociales, momento en que se hizo el inventario de las diferentes dimensiones del fenómeno y se trabajaron de manera abierta. Por múltiples razones, esta primavera se transformó rápidamente en un invierno bastante largo y riguroso, con la afirmación de teorías muy reductoras, fundadas en la idea de la manipulación mental por los medios o la de reducción de la comunicación humana a la comunicación máquina.

La historia de las teorías de la comunicación debe entonces fundamentarse en una anamnesia, a la manera de la encuesta que se

hace a un enfermo para descubrir las razones de su enfermedad. No se trata de decir que los desarrollos consagrados a la comunicación máquina carecieron de utilidad, ni mucho menos, sino que es necesario ubicarlos en un espacio que no es específicamente el de la comunicación humana y depurarlos de los fantasmas que esos desarrollos vehiculan sobre el universo de los hombres, como fue posible hacerlo, de manera muy progresiva, a partir de mediados del siglo XX, en el campo de las ciencias sociales. Quiero defender la existencia de una sociología de la comunicación frente a los reduccionismos tecnológicos, pero también frente a los discursos postmodernistas que invalidan hoy en día su alcance al subrayar la violencia de una disciplina, convertida a su vez, en reduccionismo y cientismo. Recordaré que el funcionalismo y el sociologismo no son el proyecto de las ciencias sociales, sino solamente una de sus facetas históricas. Me permitiré aportar una demostración histórica, con vocación pedagógica y en la última parte recapitularé mi clarificación de la empresa sociológica y de sus relaciones con el objeto comunicacional, con el deseo de realzar sus contornos mediante un proceso que describe el conflicto de los paradigmas.