

# Las etapas del pensamiento comunicacional\*

BERNARD MIÉGE\*\*



Las ciencias de la información se han beneficiado poco de los «efectos de moda» referidos a las actividades informacionales y comunicacionales en el curso de los años recientes. Los debates teóricos al respecto no han sobrepasado el círculo de los especialistas.

En esta crónica se tomará como hilo conductor las diferentes etapas atravesadas desde hace cincuenta años por el **pensamiento comunicacional**, que acompaña la producción científica en el dominio considerado, inspira los trabajos de los principales actores (a pesar de su diversidad), y se difunde más o menos, por la mediación de expertos y de divulgadores en los medios profesionales.

El estatuto de este pensamiento sigue profundamente indeciso, debido a que él es «organizador» de prácticas a la vez científicas,

---

\* MIÉGE, Bernard. *Les étapes de la pensée communicationnelle*, en: *Revue Sciences de la Société-Les Cahiers du Lerass*. Toulouse, N° 29, Mai 1993, pp.198-210; N° 30, octobre 1993, pp.193-204; N° 31, février 1994, pp. 185-196.

Traducción del original francés autorizada por el autor realizada por: **Luis Ignacio SIERRA GUTIÉRREZ**, Coordinador Académico de la Maestría en Comunicación de la Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

\*\* Profesor de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Grenoble 3. Lisgut/XI/94

reflexivas y profesionales. Tres de estos aspectos, en efecto, deben ser subrayados:

— su estrecho vínculo con acciones sociales (estrategias públicas y privadas, habilidades profesionales, comportamientos de usuarios-consumidores...), y cuestiones procedentes de lugares especializados en la mediación cultural y la transmisión de conocimientos;

— su transversalidad. Dicho de otra forma, su propensión a operar articulaciones entre diferentes campos;

— su facultad de integrar problemáticas provenientes de corrientes teóricas diferentes.

Pondremos el acento en este tercer aspecto, no sin insistir sobre el hecho de que el pensamiento comunicacional no puede reducirse al aporte de los principales actores o corrientes teóricas; él se elabora y se precisa en función de los interrogantes provenientes de las mismas sociedades.

El plan que se desarrollará es de corte clásico: 1. Las corrientes fundadoras (décadas cuarenta, cincuenta y sesenta). 2. La ampliación de las problemáticas (décadas de los años setenta y ochenta). 3. Los interrogantes actuales.

## PRIMERA PARTE

### Las corrientes fundadoras

A primera vista es sorprendente, y hasta discutible, pretender trazar las etapas por las cuales han comenzado a constituirse, como campo (inter) disciplinario autónomo, las ciencias de la información y de la comunicación. En efecto, se trata de una reflexión cuya puesta en práctica se justifica más fácilmente que los fundamentos epistemológicos de una disciplina científica o de un campo son bien identificados y reconocidos.

Ahora bien, las ciencias de la información y de la comunicación dan incontestablemente una imagen de ellas mismas a la vez compuesta y compleja: los paradigmas que pretenden ambiciosamente representar todas las dimensiones se despliegan con regularidad, y las oposiciones teóricas, netamente afirmadas, disimulan los reales aportes y las proposiciones fecundas.

¿Será indispensable que un campo científico se beneficie de un amplio reconocimiento académico o de un apoyo material activo de las instancias político-científicas para que se base en la búsqueda de desarrollos y en establecer la gestación? Raros son quienes se atreverían a responder positivamente a esta pregunta. En efecto, disciplinas aparentemente muy bien constituidas tienen en sus representantes profundos desacuerdos, no solamente sobre la forma de enfocar la historia secular (y el más allá), sino incluso sobre el mismo objeto del cual ellas deben rendir cuenta; es, por ejemplo, el caso de la economía política, convertida en ciencia económica y, más recientemente, con alguna prudencia, las ciencias económicas. Además, disciplinas de aparición más reciente, y de las cuales los responsables político-científicos celebran las ventajas y enfocan el porvenir con grandes certezas, funcionan sin que sus miembros más legítimos hayan logrado ponerse de acuerdo sobre bases conceptuales comunes: las ciencias cognitivas son de esas, y sin duda no es solamente porque su emergencia sea reciente. En cuanto a la informática, los balances trazados por sus representantes más eminentes insisten sobre todo en el avance tecnológico, los servicios prestados a los consumidores, las proezas metodológicas y... los terrenos cubiertos (¡cada vez más numerosos!): es decir, la operatividad toma el lugar del objeto, cuando éste no se da.

¿Será entonces que la emergencia de los nuevos campos del saber se reducirá en adelante a la aplicación de metodologías más o menos refinadas que respondan a las demandas sociales? ¿Y

estaría mejor asegurado cuando se afirmase con determinación, y bajo los influjos de posiciones científicas, la defensa de posiciones sociales? Es un punto de vista que defienden, no sin serios argumentos, ciertos epistemólogos.

Paradójicamente, las ciencias de la información y de la comunicación escapan parcialmente a esta tendencia, no porque estén prevenidas contra la instrumentalización (desde los estudios de audiencia de la prensa y la radio confiados al neoamericano Paul Lazarsfeld formado en el pensamiento crítico europeo hasta los trabajos sobre los nuevos medios, es un riesgo difícilmente evitable o una connivencia aceptada), sino porque desde sus balbucesos ellas no han dejado de darse, a veces con exageración, bases teóricas fuertes: sea presentándose como la ciencia de las ciencias (tendencia siempre recurrente), sea esforzándose en distinguirse por su objeto más que por las metodologías de aquellas a las cuales habían recurrido, de otras ciencias humanas y sociales reconocidas antes de ellas y beneficiadas de una legitimidad más fuerte.

A partir de allí, la cuestión de saber si ellas constituyen «una» disciplina o una interdisciplina o más exactamente un campo donde se aplican metodologías provenientes de disciplinas diversas, será provisionalmente dejado a un lado.

Aquí tomaremos como hilo conductor la evolución de la formación del pensamiento comunicacional y comenzaremos por desarrollar el punto de vista según el cual **tres corrientes fundadoras** se hallan en el origen de este pensamiento, que toma forma esencialmente en los años cuarenta, y sobre todo cincuenta y sesenta. Ciertamente, ella se apoya sobre una larga tradición, la de la retórica, pero marca una profunda ruptura con esta tradición. De otra parte, textos publicados en los años treinta (entre otros autores, H. Laswell, quien publica desde 1927 un artículo precursor, pero lo inscribe... bajo la rúbrica «propaganda

política»<sup>1</sup>) han preparado el camino de la comunicación. En fin, como tendremos la ocasión de mostrarlo, otras corrientes han jugado un rol no despreciable, y algunas veces decisivo, en ciertos países o sectores.

### El modelo cibernético

Las primeras definiciones de la comunicación insisten todas más o menos en los mecanismos que favorecen el desarrollo de las relaciones humanas, y particularmente en los fenómenos de simbolización y los mecanismos de transmisión de contenidos; la comunicación es a la vez un proceso (en el cual concurren ciertos medios) y el resultado de este proceso.

Hacia fines de 1940, estas definiciones van a ser precisadas y a dar nacimiento a lo que A. Moles (1986) llama el esquema canónico de la comunicación: «para dar cuenta de la multiplicidad de aspectos y de fenómenos que crean los medios y las telecomunicaciones a través del espacio o el tiempo, es necesario recoger la diversidad de situaciones reales en la unidad de un esquema de base que llamaremos: 'canónico'. Es el esquema emisor-canal-receptor, que simboliza la unión espacio-temporal y la transferencia de formas, por el empleo de un universo de «repertorios» o de «códigos» comunes, y permite así analizar los diferentes tipos posibles de comunicaciones para establecer una clasificación de los actos de comunicación»<sup>2</sup>. Este esquema ha sido objeto de sucesivas añadiduras (ejemplo: los fenómenos de retroacción) debidos a autores pertenecientes a

<sup>1</sup> LASWELL, H. *The theory of political propaganda*. *American Political Science Review*, vol.21, 1927, pp.627-631.

<sup>2</sup> MOLES, A. *Théorie structurale de la communication et société*. Masson, 1986.

horizontes científicos diferentes; pero lo importante es notar que supone generalmente la existencia de un vínculo típico (el canal) que permite transmitir mensajes (diferenciándose de los medios de su transmisión), y sobre todo que es susceptible de dar cuenta de los diferentes tipos de comunicación. Ahora es ampliamente difundido, generalmente bajo formas simplificadas, y el sentido común en materia de información y de comunicación se reduce a menudo a la reproducción de algunos elementos que le son prestados.

Sus orígenes son múltiples pero, según los autores, la influencia dominante varía. Para los matemáticos, es a la *Teoría matemática de la comunicación* de C. Shannon y W. Weaver (1949)<sup>3</sup> a la que es preciso atribuir lo esencial de los méritos: estos dos ingenieros, trabajando para los laboratorios Bell e inscribiéndose en una corriente de pensamiento que se remonta a Carnoy y Boltzmann, han propuesto una fórmula que ha permitido pasar de la entropía (en crecimiento irreversible en todo sistema cerrado y, por tanto, midiendo su grado de complejidad o desorden) a la información: ésta, al consistir en la emisión de signos y mensajes, anula o reduce la entropía, y la información recibida por un sistema abierto es la medida de la reducción de la incertidumbre o del desorden.

Se ha reprochado evidentemente a Shannon y Weaver el no tener en cuenta la interacción con el receptor o el rol de las redes de comunicación (esta crítica proviene de los psico-sociólogos que han prolongado las ideas de K. Lewin, 1936), o de descuidar el componente semántico de los mensajes. Pero nuestros dos ingenieros no se sentían afectados por estas críticas pues su propósito era mucho más trivial: se trataba de «tratar» los fenó-

menos perturbatorios como los ruidos en todo canal de comunicación y de proponer una teoría permitiendo mejorar el rendimiento de la cadena informacional. Hay como un *quid pro quo* en las proposiciones de esta teoría matemática ... o en la comprensión que se tiene de ella; en efecto, ella se refiere sobre todo a las telecomunicaciones. En todo caso, su éxito ha sido muy grande, más allá de los matemáticos o especialistas de las técnicas de redes.

Si la influencia de la fórmula fundamental de la transmisión de la información ha sido ciertamente sobrestimada, es justificable, en cambio, reconocer el rol central de N. Wiener; es, además, la posición defendida desde hace largo tiempo por la mayoría de los especialistas. *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine*<sup>4</sup> aparece en 1947 y *The Human Use of Human Beings* en 1949. Wiener no es solamente un matemático reconocido ampliamente que, durante la Segunda Guerra Mundial, tuvo que resolver los problemas de investigación operacional y por tanto cuestiones de estrategia militar; él se inscribe en una tendencia de investigación inaugurada por el matemático británico Turing, que desembocará en la producción de las primeras máquinas informáticas; y como sabio no confía en políticas, forma, en respuesta a la barbarie moderna, el proyecto utópico del *homo communicans*, del cual P. Breton dice: «... es un ser sin interioridad y sin cuerpo, que vive en una sociedad sin secretos, un ser todo entero volcado hacia lo social, que no existe más que a través de la información y el intercambio, en una sociedad vuelta transparente gracias a las nuevas «máquinas para comunicar»<sup>5</sup>.

Estas tres características del pensamiento de

<sup>3</sup> SHANNON, C., WEAVER, W. *La théorie mathématique de la communication*. (traducción francesa): CEPL, 1975.

<sup>4</sup> WIENER, N. *Cybernetique et société*. Paris, 1952.

<sup>5</sup> BRETON, P. *L'utopie de la communication*. La Découverte, 1992.

Wiener son indisociables, y la cibernética —teoría de los sistemas generales—, es a la vez una ciencia de los organismos humanos y no-humanos, y un arte de gobierno o de la conducta de los asuntos del mundo (N. Wiener escribe que es «...un campo entero de la teoría de la dirección y de la comunicación, tanto en la máquina como en el animal»); reposa sobre un método (la constitución de modelos que permite simular el funcionamiento de sistemas semialeatorios) y sobre el empleo de herramientas que han sido ampliamente desarrolladas luego: la retroacción y la complejidad. En fin, ella pretende probar, sobre los más variados terrenos, esquemas formales tan desconectados de los «contenidos» que es necesario considerarla como una matemática de las relaciones funcionando independientemente de los contenidos.

El modelo cibernético, según nosotros, es incontestablemente «fundador», y no solamente por su proyecto utópico que se ha extendido después ampliamente. Su interés, el del punto de vista de la comunicación, nos parece sobrepasar el del análisis sistémico con el cual es confundido frecuentemente. Este, desarrollado por autores como Von Bertalanffy, Ashby o Forrester, acentúa más los fenómenos funcionales sobre los fenómenos estructurales; muy poco empleado como «recurso cognitivo», se presta sobre todo para facilitar la elección de modos de acción de quienes toman decisiones, de preferencia en los sistemas cerrados o en los sistemas abiertos en situación de equilibrio dinámico; y si, durante un período, ha conocido el favor de los especialistas de sistemas biológicos, ecológicos o sociales (deja, en este último caso, que los biólogos se encarguen de transponer sus razonamientos y argumentos a las relaciones sociales), debemos observar que cada vez se recurre menos a él, y muy particularmente, en materia de comunicación: ¿quién pretendería hoy que la primera característica de los seres humanos es la de manejar la información? Las

problemáticas aparecidas en los años ochenta (tanto la psicología cognitiva, la etnometodología y la pragmática como la sociología de la mediación o las filosofías neo-kantianas) han mostrado, cada una a su manera, los límites, y especialmente el reduccionismo del pensamiento sistémico.

De su lado, el modelo cibernético sigue, con los desarrollos de la información, ocupando un lugar importante en las reflexiones sobre la comunicación, ciertamente de manera prioritaria entre los especialistas de tecnologías de la información y de la comunicación, pero no de manera exclusiva. ¿Será preciso, entonces, siguiendo a P. Breton, considerarlo como el «crisol» casi único del pensamiento comunicacional?

#### **El enfoque empírico-funcionalista de los medios masivos**

Sería primero que todo ignorar la influencia de toda una corriente de investigación y reflexiones, aparecida en Estados Unidos a comienzos de los años cuarenta, y que durante largo tiempo ha cautivado en Europa occidental, y en ciertos países del Sur. Esta corriente no se presenta como tal; está constituida por una multiplicidad de autores o escuelas y mantiene un fuerte «poder explicativo» en la medida que ha ligado estrechos vínculos con los grandes medios, las organizaciones profesionales y las escuelas de formación de periodistas. Pero su éxito, lo veremos, no proviene solamente de que ocupe posiciones académicas (en confluencia con las ciencias políticas y la sociología), asumiendo una función de consulta y participando estrechamente en los estudios de audiencia de los medios; importa que este enfoque conlleve, como una evidencia indiscutible, los principios de la libertad de la información y del liberalismo económico como modos de regulación del mundo de los medios. P. Beaud (1984) resume este doble estatu-

to con una bella fórmula: «la empiricidad liberal»<sup>6</sup>.

¿Cómo surgió esta corriente? Según E. Katz, son tres los iniciadores: Paul Lazarsfeld, Carl Hovland y Harold Laswell, cada uno con un rol bien definido. P. Lazarsfeld dirigió los primeros estudios de audiencia de la prensa y la radio; en 1944 publicó el famoso *The people's choice*<sup>7</sup>, prototipo de las encuestas sobre la formación de opinión durante las campañas electorales. C. Hovland es el psicólogo del trío. Se interesó en los fenómenos de persuasión en los pequeños grupos tanto como en los procesos de formación de las opiniones individuales; se le debe el *sleeper effect* (los efectos de un mensaje pueden ser más fuertes o más débiles, en su recepción, y al cabo de cierto tiempo). En cuanto a H. Laswell, luego de los trabajos de politología sobre la prensa y las elites, se interesó, después de la Segunda Guerra Mundial, en los fenómenos de propaganda y sobre todo en el funcionamiento de los medios masivos. Se le debe la célebre definición de la **acción de comunicación**, reproducida aquí *in extenso* tan desconocida como citada: «Podemos describir convenientemente una 'acción de comunicación' respondiendo a las siguientes preguntas: ¿quién, dice qué, por qué canal, a quién, con qué efecto? El estudio científico del proceso de comunicación tiende a centrarse sobre uno u otro de estos interrogantes, el especialista del 'quién' ('el comunicador') se atiene al estudio de los factores que engendran y dirigen la comunicación. Llamamos esta subdivisión del tema, 'análisis de regulación' (control analysis). El que estudia sobre todo la radio, la prensa, el cine, y los demás canales de comunicación, participa del 'análisis de los medios' (media

analysis). Cuando el centro de interés está constituido por las personas afectadas por los medios, hablamos de 'análisis de la audiencia' (audience analysis). Si el problema tratado es el del impacto sobre los receptores, se trata de un 'análisis de los efectos' (effect analysis)».

Lo que debe subrayarse es menos el éxito público —siempre actual— de la fórmula, que su influencia sobre la investigación en comunicación en ese entonces emergente: es, en efecto, un programa de trabajo para los investigadores que había trazado Laswell, y cada uno encontraba allí su participación: universitarios, responsables de medios y dirigentes políticos. El corte propuesto delimitaba bien las competencias de cada especialidad, y la linealidad del esquema se presentaba bajo los fueros de la evidencia. ¿En nombre de qué rechazar tal tipo de programa de investigaciones que, además, se apoyaba en la recolección de datos empíricos, si no en nombre de las posiciones críticas ideológicas? Es esta argumentación la que se opuso sin cesar a las refutaciones provenientes de pensadores europeos, y la que continúa, aunque con menos empuje, siendo desarrollada. Es de allá de donde proviene el malestar que experimentara Th. Adorno, a su vez emigrante a Estados Unidos, y que, incapaz de plegarse a las exigencias normativas de los estudios de audiencias americanas, fue obligado a abandonar las ofertas de colaboración hechas por P. Lazarsfeld.

Si, según E. Katz, se puede identificar en Lazarsfeld, Hovland y Laswell a los tres «pioneros» del enfoque empírico-funcionalista, es preciso agregar que el paradigma laswelliano tiene sólo un carácter fundador en la medida que:

- integre los aportes de los otros dos autores y los coloque en perspectiva;
- proponga una teoría funcionalista de los medios (los medios constituyen una de las partes del «todo social», asegurando allí funciones esenciales tales como la transmisión de la cultura y la herencia social, el control del entorno, las

<sup>6</sup> BEAUD, P. *La société de connivence*. Aubier-Montaigne, 1984.

<sup>7</sup> LAZARSELD, P., BERELSON B., GAUDET, H. *The people's choice*. Columbia University Press, 1944.

interrelaciones de los componentes de la sociedad, la distracción...) que será completada y precisada por autores como R. Merton, C. Wright o T. Parsons;

— esté al origen de un modelo de análisis de la comunicación que se diferencie claramente del modelo cibernético. Las tentativas, particularmente de Moles, por hacer converger los dos modelos, no son convincentes. Más allá de las similitudes observables en las representaciones esquemáticas que pueden dar al respecto, resulta difícil hacer converger un modelo «circular» y un modelo «causa-efecto» (o «stimulus-respuesta» según la versión behaviorista de B. Westley y M. Mac Lean, 1957<sup>8</sup>); a esta diferencia fundamental se agrega otra esencial: si los cibernéticos se interesan en la circulación de la información en la sociedad, los funcionalistas ordenan su reflexión en torno del rol de los medios masivos y una teoría de la influencia.

El enfoque empírico-funcionalista conoció incontestablemente una edad de oro durante la década de los años cincuenta, período donde los fundamentos teóricos del modelo fueron precisados, y donde fueron fijadas las reglas de los trabajos empíricos (B. Berelson, en 1952, subraya que el análisis de contenido debe ser una descripción objetiva, sistemática, y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación) y desarrollados trabajos sobre los efectos (y especialmente la teoría del «two step flow of communication» de E. Katz y P. Lazarsfeld en 1955<sup>9</sup>, primera rectificación de la teoría de la manipulación de masa que será conocida después bajo el nombre de «teoría del pinchazo hipodérmico»). Pero contrariamente a F.

Balle (1980)<sup>10</sup>, quien observa una «dispersión» de los trabajos de esta corriente desde 1960, y especialmente a partir de la constatación de J. Klapper («la comunicación de masa no es generalmente una causa necesaria y suficiente de los efectos sobre la audiencia; ella funciona más bien a través de una conjugación de factores mediatizados», citado por J. Lazar, 1991, p. 144), insistiremos en la plasticidad del enfoque funcionalista, en su capacidad para evolucionar y en integrar cuestionamientos procedentes de otros horizontes (así, luego de haber abusado de préstamos a la psicología behaviorista, será sensible a las críticas procedentes de la sociología de la cultura de masas), y también sobre su adaptación a contextos nacionales diferentes. Es ciertamente lo que ha garantizado su perennidad.

Los ejemplos de la «plasticidad» de este enfoque son numerosos: la estratificación de públicos de la televisión (I. Glick y S. Levy, 1962<sup>11</sup>), la función de «agenda» (Mc Combs y D. Shaw, 1972<sup>12</sup>, la «espiral del silencio» (E. Noelle-Neumann, 1972), el análisis de los «usos y gratificaciones» de los medios por los usuarios (E. Katz y otros, 1973), la eficacia cultural y «civilizacionista» de la televisión (G. Gerbner y otros, 1982<sup>13</sup>), en fin el rol de las tradiciones culturales en la recepción de las series televisadas (E. Katz y T. Liebes, 1990<sup>14</sup>).

Es sin duda lo que ha llevado a J. Cazeneuve, probablemente el más eminente representante francés del enfoque empírico-funcionalista, pero igual-

<sup>8</sup> WESTLEY, B., MAC LEAN, M., *A conceptual model for communication research*, *Journalism Quarterly*, 1957, 34/1.

<sup>9</sup> KATZ, E., LAZARSFELD, P. *Personal influence*. The Free Press, Glencoe, 1955.

<sup>10</sup> BALLE, F., *Médias et société*. Montchrestien, 1980.

<sup>11</sup> GLICK, I., LEVY, S. *Living with Television*. Aldine, 1962.

<sup>12</sup> MC COMBS, M., SHAW, D. *The agenda-setting function of mass media*, *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972.

<sup>13</sup> GERBNER, G., *Mass media and human communication theory*, *Reader*, publicado por: Dance F.E.X., ed., New York: Holt, Rinehart and Winston, 1967.

<sup>14</sup> KATZ, E., LIEBES, T. *The export of meaning. Cross cultural readings of Dallas*. Oxford University Press, 1990.

mente sensible a los aportes de Mac Luhan, a concluir en 1976: «El individuo podría estar entonces, por así decirlo, sumergido en el caudal de informaciones y volverse una especie de máquina grabadora, a menos que, simplemente, una vez alcance cierto límite, no se vuelva indiferente a la sobrecarga de estímulos. Una de las conclusiones más evidentes de los estudios recientes es que no se puede, por la red de comunicaciones, hacer no importa qué a los individuos. Lo que se comunica no está necesariamente integrado a la personalidad»<sup>15</sup>. El funcionalismo se acomoda bastante bien dentro de un cierto relativismo.

### El método estructural y sus aplicaciones lingüísticas

Hemos mostrado que el enfoque empírico-funcionalista debe ser considerado, al igual que el modelo cibernético, como una de las corrientes fundadoras del pensamiento comunicacional. Parece indispensable agregar allí el método estructural, y muy particularmente las aplicaciones lingüísticas a las cuales ha dado lugar, directa o indirectamente. Ciertamente la antropología estructural no ha tenido la misma influencia en las producciones intelectuales, de Europa occidental y de América del Norte. No habría que olvidar, sin embargo, que la obra de C. Lévy-Strauss es ampliamente conocida más allá del Atlántico, al igual que la de M. Foucault o la de R. Barthes. Y, sobre todo, sus trabajos no pueden ser disociados del desarrollo de la lingüística, prácticamente todas las escuelas confundidas; más allá de la contemporaneidad, hay una cierta cantidad de homologías entre ellas que los historiadores de las ideas no han puesto aun en evidencia.

La comunicación ocupa un lugar central en Lévy-Strauss. Esto es lo que él escribe en *Tristes tópicos* (Plon, 1955, p.236): «En toda sociedad, la comunicación opera al menos en tres niveles: comunicación de mujeres, comunicación de bienes y de servicios, comunicación de mensajes. En consecuencia, el estudio del sistema de parentesco, el del sistema económico y el del sistema lingüístico ofrecen ciertas analogías». En la Antropología estructural, vuelve sobre esta cuestión fundamental en términos similares: «Sin reducir la sociedad o la cultura a la lengua, se puede iniciar esta 'revolución copernicana' que consistirá en interpretar la sociedad en su conjunto en función de una teoría de la comunicación. Desde hoy, esta tentativa es posible a tres niveles: pues las reglas de parentesco y del matrimonio sirven para asegurar la comunicación de las mujeres entre los grupos, como las reglas económicas sirven para asegurar la comunicación de bienes y servicios y las reglas lingüísticas la comunicación de mensajes» (1955, p. 95).

Algunos de los primeros críticos del estructuralismo han visto precisamente esta importancia atribuida a la comunicación como totalidad dando lugar a invariantes estructurales, una forma de pasar bajo silencio el rol de las relaciones sociales de producción y en consecuencia una refutación de la sociología en general y del marxismo en particular. Es difícil equivocarse, tanto más cuanto que, en las proposiciones de Lévy-Strauss, el estatuto de la lingüística, y particularmente el de uno de sus componentes, la fonología (encargada del estudio de elementos sonoros codificados como son los fonemas) es ambiguo: ¿el intercambio de mensajes se reduce a la comunicación lingüística? El antropólogo se ha defendido siempre de predicar una concepción tan reduccionista, sin acertar sin embargo a dar de la comunicación una definición extra-lingüística y de la comunicación un concepto sintético que designe el conjunto de relaciones sociales de intercambio que fundamentan una sociedad. La cuestión está planteada, a

<sup>15</sup> CAZENEUVE, J. *Les communications de masse-Guide alphabétique*. Denoël-Gonthier, 1976, pp.92-101.



pesar del aporte de ciertos autores contemporáneos (sobre todo M. Godelier)<sup>16</sup>.

Sea lo que sea, el método estructural, y el pensamiento que lo prolonga, el estructuralismo, han tenido un impacto profundo y durable sobre el pensamiento comunicacional, especialmente en tres direcciones:

1. **El análisis estructural de los relatos** ha sido puesto al día a partir de textos literarios y para su estudio. En un número de *Communications*, publicado en 1966 con firmas prestigiosas, R. Barthes «... propone distinguir en la obra narrativa tres niveles de descripción: el nivel de las 'funciones' ..., el nivel de las 'acciones' ..., el nivel de la 'narración' que es en grande el nivel del 'discurso'... Recordaremos, que, prosigue, estos tres niveles están unidos entre ellos según un modo de integración progresiva: una función no tiene sentido sino en cuanto que se ubique en la acción general de un actuante; y esta acción misma recibe su sentido último por el hecho de ser ella misma narrada, confiada a un discurso que tiene su propio código»<sup>17</sup>. Estas proposiciones han sido luego ampliamente retomadas para el estudio de textos comunicacionales (discursos de prensa, mensajes y argumentos publicitarios) y han derivado en el cuestionamiento del primado del tradicional análisis de contenido temático, hasta entonces resguardado de las evidencias que no cesaba de producir.

2. **El análisis de los mensajes visuales**, cuyas especificidades (codificación analógica, contigüidad ...) son manifiestas, ha permitido salir del marco reductor de la comunicación lingüística. Es U. Eco quien lo comenta: «en una investigación

semiológica, es preciso considerar siempre que los fenómenos de comunicación no son todos explicables con las categorías de la lingüística. Una tentativa para interpretar semiológicamente las comunicaciones visuales presenta entonces el siguiente interés: permite al semiólogo poner a prueba sus posibilidades de independencia en relación con la lingüística»<sup>18</sup>. Y, a propósito del cine de ficción, un importante artículo de C. Metz había concluido también en el mismo sentido: «Existe una organización del lenguaje cinematográfico, una especie de 'gramática' del cine. Ella no es arbitraria (contrariamente a las verdaderas gramáticas), y ella no es inmodificable (ella evoluciona hasta más rápido que las verdaderas gramáticas)»<sup>19</sup>.

El proyecto semiológico, tal como estaba entonces enfocado, no cristalizó, máxime cuando los autores se consagraron casi exclusivamente al estudio de obras de cultura: obras pictóricas y sobre todo fílmicas, ... y repitieron con frecuencia análisis similares sobre *corpus* vecinos; en el curso de los años ochenta, las problemáticas se diversificaron, y el método estructural no se beneficia actualmente de la misma aureola; sólo queda que su relación ha sido esencial al análisis de los mensajes visuales, sonoros y audiovisuales y ha dado un impulso todavía hoy verificable.

3. **La documentación informatizada**: es un campo raramente evocado donde las técnicas de análisis de los discursos han permitido un progreso importante de la investigación. A los técnicos del tratamiento de la información (en el campo de la informática), cuyo rol es generalmente conocido y a menudo sobreestimado, se deben adjuntar los trabajos concernientes a un análisis estructural de

<sup>16</sup> GODELIER, M. *L'idéal et le matériel*. Gallimard, 1984.

<sup>17</sup> BARTHES, R. *L'analyse structurale du récit*. *Communications*, nº 8, 1966.

<sup>18</sup> ECO, U. *L'analyse des images*. *Communications*, nº 15, 1970.

<sup>19</sup> METZ, C. *La grande syntagmatique du film narratif*. *Communications*, nº 15, 1970.

los discursos que han permitido progresivamente hallar «soluciones» al problema de la representación de los conocimientos.

### Propósito de la etapa

Es a fines de 1960 cuando el pensamiento comunicacional constituido alrededor de sus tres principales «corrientes fundadoras» se difunde más allá de los círculos reducidos que le han asegurado la formación y comienza a llamar el interés de comunidades académicas y de ciertos medios profesionales. Adquiere, en Estados Unidos primero, luego en varios países de Europa occidental, una cierta autonomía frente a las disciplinas existentes y a los grandes sistemas intelectuales que ocupan entonces el primer lugar del escenario político-cultural. Apenas formada, va a sufrir sin embargo modificaciones importantes y a «expandirse» en nuevas direcciones. Ya, durante los años sesenta, había sufrido las críticas o recibido las proposiciones de «cooperación» de **varias corrientes:**

— **la sociología de la cultura de masa:** Edgar Morin, autor en 1962 de *L'esprit du temps*<sup>20</sup>, observa que el proceso es a la inversa del enfoque empírico-funcionalista: la cultura de masas debe ser considerada como un sistema propio, en relación con la sociedad y la historia, y no como efecto de los medios masivos: es «...un sistema articulado y ramificado que parte de lo económico y va a lo psicológico (o mejor lo psicológico-afectivo), y donde los dinamismos dialécticos son, en diferentes niveles, producción-consumo, producción-creación, proyección-identificación-transferts» (1968, en Balle y Padioleau, *Sociologie de l'information - Textes fondamentaux*, Larousse Université, 1973). En este sentido, el sistema de la cultura de masas

responde a las tres primeras cuestiones de Laswell llamando los tres términos que corresponden allí: la producción-creación, la temática cultural y el consumo cultural. Otro sociólogo, Georges Friedmann, desarrolla análisis cercanos a los de Morin, insistiendo en la importancia de las técnicas y en el «sistema técnico»; se debe indicar también el rol que desempeña a través de la creación y la dirección del Centre d'Etudes des Communications de Masse, CECMAS, laboratorio de investigación vinculado con la Escuela Práctica de Altos Estudios; a través de su revista *Communications* y sus múltiples trabajos, el CECMAS fue el polo de referencia en Francia, y más allá.

— **el pensamiento crítico:** ha sido durante largo tiempo el que ha impedido el «dar vueltas» y el polo de resistencia a los trabajos empírico-funcionalistas. En 1983, J.L. Missika y D. Wolton, en *La folle du logis*<sup>21</sup>, se contentan con clasificar los enfoques comunicacionales alrededor del binomio trabajos empíricos/enfoque crítico. El pensamiento crítico es, sin embargo, un conjunto multiforme. En sentido estricto y específico, se refiere a la Escuela de Frankfurt, y especialmente a los trabajos de Th. Adorno sobre las industrias culturales<sup>22</sup> y el estatuto del arte en las sociedades capitalistas avanzadas, así como las producciones de H. Marcuse a las cuales la juventud de 1968 fue muy sensible. En un sentido amplio, reúne todas las posiciones críticas (marxistas, sartrianas, anarquistas, «intelectuales» ...) que se movilizan entonces para analizar los efectos de la cultura de masas, de la información mercantil y de la información 'administrada'. Es entonces abusivo reunir todas estas posiciones en una sola y misma categoría. Debemos anotar también que su influencia sobre el pensamiento comunicacional no

<sup>20</sup> MORIN, E. *L'esprit du temps*. Grasset, 1962.

<sup>21</sup> MISSIKA, J.L., WOLTON, D. *La folle du logis*. Gallimard, 1983.

<sup>22</sup> ADORNO, Th., HORKHEIMER, M. *La dialectique de la raison - Fragments philosophiques*. Gallimard, 1976.

se hará sentir sino en el curso de la etapa siguiente. Volveremos sobre ello.

— **la psicociología:** siempre presente bajo sus diversas variantes en el seno del pensamiento comunicacional dominante (comprendido allí en los trabajos tocantes con la cibernética, y especialmente los análisis de A. Moles), parece aspirar a no ocupar allí más que una posición «secundaria», como complemento de las problemáticas principales, y se contenta con tratar cuestiones como la difusión de las informaciones en los pequeños grupos o los fenómenos de los rumores. La situación va a cambiar con la corriente de la pragmática que se inspira en los análisis del etnólogo G. Bateson y que se identifica con los trabajos de P. Watzlawick, J. Beavin y D. Jackson<sup>23</sup>. Pretenderá escuchar las leyes de funcionamiento de las unidades sociales restringidas a los conjuntos sociales más vastos, presentándose como una auténtica teoría general de la comunicación.

— **El pensamiento macluhiano:** *La galaxie Gutenberg*<sup>24</sup> aparece en 1962 y *Pour comprendre les médias*<sup>25</sup> en 1964. Estas obras valen inmediatamente a su autor, profesor de literatura en la Universidad de Toronto, hombre nutrido de cultura clásica y católico convertido, una notoriedad a escala mundial. Más allá del estilo provocador y de las referencias culturales del cual están repletas sus obras, son tres intuiciones las que seducen: lo esencial en la comunicación no son los discursos, sino los medios mismos, su materialidad diría el mediólogo R. Debray; la transposición de esta idea a la historia cultural de las sociedades; un cierto optimismo norteamericano, teñido de hu-

manismo, que lo lleva a pasar bajo el silencio, en la evolución de los medios, los conflictos de intereses y la intervención de las fuerzas sociales. Mac Luhan ve lejos y alto, y aunque él simplifica ciertas tendencias, sabe de buen gusto abrir perspectivas. El inaugura también una reflexión que, si no está fundada en el pensamiento comunicacional, no ha dejado de marcarla en profundidad.

Los años sesenta constituyen entonces un momento crucial para el pensamiento comunicacional, que comienza a diversificarse y a ganar en «consistencia» teórica. Pero lo que caracteriza sobre todo la primera etapa es la conjunción de un modelo (el modelo cibernético), de un enfoque de gran flexibilidad y orientado alrededor de una axiomática (el enfoque empírico-funcionalista) y de un método ( el método estructural).

## SEGUNDA PARTE

### La ampliación de las problemáticas (Decenios setenta y ochenta)

A partir de comienzos de los años setenta, el pensamiento comunicacional se diversifica; las corrientes fundadoras siguen dominando y prosiguen su «obra», pero otras concepciones comienzan a afirmarse, tanto en América del Norte como en Europa. La influencia de estas nuevas concepciones es hoy aun difícil de evaluar, más cuando las corrientes identificables se ramifican en múltiples posiciones o incluso en escuelas. Si ellas son generalmente inconciliables unas con otras, han tenido sin embargo un efecto global y han contribuido a complejizar el pensamiento comunicacional mismo; y si se continúa, en ciertos medios, a reclamarse de una u otra corriente fundadora, es con frecuencia teniendo en cuenta los aportes de tal o cual de las nuevas concepciones. La ampliación de las problemáticas es entonces un rasgo característico de las décadas de los años setenta y ochenta, y podríamos ir ciertamente más allá de las seis grandes categorías que vamos a presentar.

<sup>23</sup> WATZLAWICK, P., BEAVIN, J., JACKSON, D. *Une logique de la communication*. Le Seuil, col. Points, 1979.

<sup>24</sup> MAC LUHAN, M. *La galaxie Gutenberg*. Gallimard, col. Idées, 2 tomes, 1977.

<sup>25</sup> MAC LUHAN, M., *Pour comprendre les médias*. Le Seuil, col. Points, 1977.

Antes conviene preguntarse lo que está al origen de esta segunda etapa y del florecimiento de análisis y de inspiraciones teóricas nuevas. Una forma simple, aunque insuficiente, de responder a este interrogante, es hacer referencia a los profundos cambios culturales (véase. los movimientos de contestación y crítica de 1968) y socio-económicos (la reestructuración de la economía mundial luego del agotamiento de rendiciones). De hecho, la renovación del pensamiento comunicacional no se explica solamente por este corte histórico mayor. En adelante, la teorías que se elaboran acompañan los cambios sociales esenciales donde la comunicación tiene su parte: la emergencia de las técnicas de la información y de la comunicación, el recurso creciente a las estrategias de la comunicación de parte de las empresas y de la mayoría de las organizaciones, la mediatización de la vida política... Los paradigmas de la primera etapa se manifiestan impotentes para dar cuenta de toda la efervescencia de la comunicación, sus límites conceptuales son difíciles de disimular.

### La economía política (crítica) de la comunicación

Haciendo de la información un concepto central de sus razonamientos, los economistas clásicos y neo-clásicos no habían casi experimentado la necesidad de precisar su posición en cuanto a la naturaleza de la información y las funciones específicas que ella cumple, y hasta F. Machlup<sup>26</sup> la información permanecía como un elemento impensado del pensamiento económico dominante.

Son autores vinculados con otra visión de la economía política los que van, con cierto éxito, a dedicarse a introducir la «dimensión» económica

en el estudio de los fenómenos informacionales y comunicacionales. Economistas críticos han sufrido incontestablemente la influencia de la escuela de Frankfurt, sin considerar con Adorno que la razón instrumental lleva a negar todo valor en sí y todo tendrá a la cultura difundida por medios masivos. Economistas marxistas, tratan, a partir de los instrumentos teóricos dejados por K. Marx, de proponer un análisis de las modernas industrias de la información y de la cultura, y particularmente de los efectos de su transnacionalismo creciente.

Estos autores son americanos (H. Schiller, D. Smythe) o europeos (N. Garnham<sup>27</sup>, G. Murdock, A. Mattelart, E. Bustamante<sup>28</sup> y R. Zallo<sup>29</sup>); ellos no constituyen una escuela, pues sus trabajos no abordan los mismos temas y sus diferencias son sensibles. Pero ellos tienen en común la preocupación de poner en evidencia la cara económica (con frecuencia escondida) de la comunicación, la formación de los grandes grupos económicos transnacionales, los fenómenos de dominación que de allí resultan y los aspectos estratégicos de los flujos transnacionales de datos o de productos culturales.

Cuáles sean los aportes específicos de unos y otros, el rol de pionero le corresponde a Herbert I. Schiller: sus obras *Mass Communications and American Empire* y *Communication and Cultural Domination*<sup>30</sup> han tenido una cierta resonancia, y el profesor de San Diego no ha cesado desde entonces de proponer análisis cada vez más afinados y siempre bien documentados.

<sup>26</sup> MACHLUP, F., *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton University Press, 1962.

<sup>27</sup> GARNHAM, N., *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. Sage, 1990.

<sup>28</sup> BUSTAMANTE, E., ZALLO, R., *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal, 1988.

<sup>29</sup> ZALLO, R. *El mercado de la cultura*. Bilbao: Gakoa, 1992.

<sup>30</sup> SCHILLER, H. I. *Mass Communications and American Empire*. Oxford University Press, 1969; *Communication and Cultural Domination*. International Sciences and Arts Press, 1976.

¿Cómo se explica el impacto de estos diferentes trabajos? Tres razones al menos pueden adelantarse. Primero es una novedad no limitar el análisis de la dominación cultural únicamente en términos estéticos (en una tradición post-kantiana) o del punto de vista de la sociología de la cultura de masas. Luego, estos diversos enfoques se esfuerzan por evitar toda deriva hacia el «economicismo» volviéndose generalmente pluridisciplinarios: así es una constante en A. y M. Mattelart que al desarrollar un enfoque insisten generalmente en los aspectos geoestratégicos o socioculturales.

En fin, el debate muy conflictivo sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, NOMIC, provocado por la preparación y luego la discusión en el seno de la UNESCO del informe de la Comisión Mac Bride *Voix multiples - Un seul Monde*<sup>31</sup> ha servido, de cierta manera, a la popularización de las tesis de la economía política-crítica de la comunicación; los defensores del NOMIC han encontrado allí argumentos en favor de su proyecto.

Sería un error asimilar esta orientación de la investigación con las ideas desarrolladas por ciertos publicistas en torno del tema del «imperialismo cultural»: una cosa es mostrar cómo la dominación del capitalismo como sistema mundial se refuerza apoyándose en la información y la cultura y otra cosa es anunciar el fin de la diversidad y la homogeneización de las culturas de los pueblos del mundo.

La problemática de la economía política (crítica) de la comunicación está siempre activa, pero a partir de los años ochenta se ha diversificado profundamente; daremos al respecto dos ejem-

plos. Las perspectivas teóricas de A. y M. Mattelart se profundizaron y modificaron; así *Penser les médias*<sup>32</sup> marca una evolución neta hacia la toma en cuenta de «nuevos paradigmas», prestando especialmente de M. Foucault para pensar la relación con los medios: la rehabilitación del sujeto, el rol de la memoria, el rol de la sociedad civil en la construcción cotidiana de la democracia, la importancia de lo local, el placer brindado por la televisión...

De nuestra parte, luego de haber tratado de precisar con otros autores el «estatuto» de las industrias culturales en el capitalismo contemporáneo, buscamos, en el seno del GRESEC, identificar los movimientos de larga duración que serían las «lógicas sociales de la comunicación», en una perspectiva que permite «sobrepasar» a la vez el análisis estratégico y la teoría habermasiana del espacio público<sup>33</sup>.

### La pragmática

¿Existe algo como una «gramática» de comportamientos que los hombres, más o menos conscientemente, utilicen en sus intercambios interpersonales? ¿Estas «reglas» del comportamiento tienen algo que ver con la comunicación humana? A estas dos preguntas, los miembros del Colegio Invisible, más conocido bajo el nombre de Escuela de Palo Alto, responden afirmativamente proponiendo un axioma fundamental, bien conocido hoy: «no se puede no comunicarse», y P. Watzlawick precisa: «...nosotros obedecemos permanentemente a reglas de la comunicación, pero las reglas mismas, la 'gramática' de la comunicación, es una cosa de la cual somos inconscien-

<sup>31</sup> MAC BRIDE, S., et al. *Voix multiples - Un seul monde*. La Documentation française/Nouvelles éditions africaines/UNESCO, 1980.

<sup>32</sup> MATTELART, A. y M. *Penser les médias*. La Découverte, 1986.

<sup>33</sup> HUET, A., et al. *Capitalisme et industries culturelles*. PUG., 2<sup>a</sup> éd. con un postfacio de MIEGE, B., 1982. MIEGE, B. *La société conquise par la communication*. PUG., 1989.

tes»<sup>34</sup>. Y P. Winkin, quien ha contribuido a hacer conocer la pragmática en Europa agrega: «La comunicación es pues para estos autores un proceso social permanente integrante de múltiples modos de comportamiento: la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, el espacio individual, etc. No se trata de hacer una oposición entre la comunicación verbal y la comunicación no-verbal: la comunicación es un todo integrado»<sup>35</sup>.

Según nosotros, esta posición teórica explica el éxito y la rápida difusión de las tesis de la Escuela de Palo Alto, especialmente en Europa, pues ella se inscribe especialmente como reacción a los esquemas hasta entonces en vigencia, a saber, el «esquema canónico de la comunicación» y el primado de la lengua; además, ella trata de establecer un puente entre lo relacional y lo societal, entre lo que regula las relaciones interindividuales y las relaciones sociales.

Esta lectura de la pragmática no debe hacer olvidar que su objeto de estudio privilegiado es la esquizofrenia, y su terreno de aplicación primero la enfermedad sistémica. La esquizofrenia, en efecto, va contra las reglas más corrientes de la comunicación humana, y la patología ayuda a percibir mejor lo que distingue lo funcional de lo disfuncional. Es aquí donde interviene el mecanismo del «doble vínculo» (*double bind*): toda predicción paradójica o contradictoria impide metacomunicarse y conlleva el mantener indefinidamente la situación patológica de la comunicación. Ahora bien, la metacomunicación es esencial para la comunicación, ella sola proporciona los elementos de comprensión indispensables (es una postura corporal o una entonación de la voz las que ayudarán a comprender el sentido de las palabras emitidas, etc.).

La idea de enfermedad sistémica (la enfermedad se comprende menos por el estado del enfermo que por el contexto familiar que le rodea) ha seducido, e inspira en adelante varias terapias. Mucho menos pertinentes han sido las tentativas de «aplicación» de la pragmática hechas en campos diferentes del patológico: el funcionamiento de los mensajes publicitarios, las relaciones internacionales entre Estados o la utilización de los medios en las crisis políticas. Una enseñanza debe sacarse de estos fracasos: modelo interpretativo de las relaciones interindividuales, la pragmática no pretende ser una teoría explicativa de toda la comunicación humana, sobre todo cuando le han sido dirigidas importantes críticas.

— Una crítica lógica: el nivel metacomunicacional que permite dar sentido al nivel comunicacional, y en todo caso observar allí el funcionamiento para descubrir las distorsiones introducidas en la comunicación «pura», está fundado en la idea de que el observador está dotado de una capacidad de observación y de percepción que no introduce distorsiones. Ahora, este postulado epistemológico está hoy día bien refutado;

— Una crítica interna: inspirándose en la semiótica de Ch. S. Peirce, D. Bounoux identifica la comunicación de la cual da cuenta la pragmática como una comunicación indicial en oposición a la comunicación simbólica. Ahora, si la comunicación indicial «no se refuta y apenas si se rechaza»<sup>36</sup> (en este sentido D. Bounoux retoma las tesis de la Escuela de Palo Alto y trata hasta de vincularlas con ciertos rasgos del orden primario, según Freud), este autor considera que la pragmática introduce el *impasse* en la comunicación simbólica (excepto suponer que ésta pueda ser asimilada al «contenido» de la relación ).

<sup>34</sup> WATZLAWICK, P., BEAVIN, J.H., JACKSON, D. *Une logique de la communication*. Seuil, 1972.

<sup>35</sup> WINKIN, Y. (dir.). *La nouvelle communication*. Seuil, 1981.

<sup>36</sup> BOUGNOUX, D. *La communication par la bande*. La Découverte, 1991.

— Una crítica teórica: «la Escuela de Palo Alto es la vertiente psicológica del funcionalismo clásico»<sup>37</sup>. Es la conclusión a la cual llega, entre otros autores, P. Attalah; pues la psicoterapia paloaltista busca finalmente hacer coincidir el comportamiento individual con las normas sociales. Una forma de evitar la paradoja y el sufrimiento que resultan de los comportamientos «disfuncionales» es, en efecto, conformarse con las normas sociales. A pesar de las apariencias, esta forma de enfocar la comunicación humana se encuentra con la visión funcionalista donde la «necesidad de comunicar» del individuo autónomo y racional está asegurada por la participación en el sistema mediático.

### La etnografía de la comunicación, la etnometodología y la sociología de las interacciones sociales

Con frecuencia vinculadas con la pragmática, hasta confundidas con ella, la etnografía de la comunicación, la etnometodología y la sociología de las interacciones sociales deben distinguirse cuidadosamente, tanto por sus ambiciones teóricas cuanto por la exigencia metodológica afirmada que las caracteriza. Ciertamente, tienen en común con la pragmática el enfocar ante todo lo «micro-social». Como ella, conocen un interés creciente desde hace veinte años, y a veces casi de apasionamiento. Pero sus perspectivas difieren netamente.

Los etnógrafos de la comunicación, y particularmente J. J. Gumperz y D. Hymnes<sup>38</sup>, pretenden, ante todo, desmarcarse de los enfoques lingüísti-

cos dominantes; lo que les interesa son los actos de habla en cuanto constituyen la unidad de base de la comunicación verbal (y un elemento central de los componentes humanos), y que ellos tratan de aprehender gracias a un trabajo riguroso de observación etnográfica, de situaciones de comunicación. El sociólogo L. Quéré parte también de una crítica de lo que él considera como el paradigma principal de las ciencias de la comunicación: el esquema emisor-receptor, y el tratamiento lingüístico de los mensajes; este paradigma, escribe, «contribuye a esterilizar la investigación sobre la comunicación haciéndola volcar enteramente hacia el análisis del discurso... Hace imposible (igualmente) toda observación de la dimensión pragmática o generativa de la relación social tal como ella se auto-instituye en el medio de la intersubjetividad lingüística»<sup>39</sup>. Y es el mismo L. Quéré quien, colocándose en la filiación de la teoría de la sociabilidad de G. Simmel, de la teoría de la acción comunicativa de G. H. Mead, de la teoría de la «dimensión escénica» de la vida social de E. Goffman y de la etnometodología de H. Garfinkel y de A. Schütz, trata de mostrar que un análisis de las interacciones comunicativas de la vida cotidiana tiene una dimensión sociológica general; este autor trabaja por una deconstrucción de los conceptos de las diferentes teorías de la comunicación en provecho de «una puesta al día de los procesos concretos de organización interna de las interacciones»<sup>40</sup> en una perspectiva a la vez internalista, dinámica y anti-reificatriz (N.T.: anti-cosificante).

El proyecto coloca entonces a la comunicación en el centro del cuestionamiento que tiene que ver con la misma sociología, y sobre las teorías de la

<sup>37</sup> ATTALAH, P. *Théories de la communication. Sens, sujets, savoirs*. Presses de l'Université de Québec/ TéléUniversité, 1991.

<sup>38</sup> GUMPERZ, J.J., HYMNES, D., eds. *The ethnography of communication*, Spécial publication, *American Anthropologist*, 66, 1964.

<sup>39</sup> QUÉRÉ, L. *Les miroirs équivoques*. Aubier-Montaigne, col. Res-Babel, 1982.

<sup>40</sup> QUÉRÉ, L. *Sociabilité et interactions sociales*. *Réseaux*, n° 29, p. 77-91, mars 1988.

acción que le sirven de fundamento. Que el acento sea puesto en la intersubjetividad lingüística o sobre la intersubjetividad práctica, no puede dejar de interrogarse sobre la importancia que estos enfoques están adquiriendo en la investigación en ciencias sociales; colocándose al comienzo como una reacción a las ambiciones exageradas de las «macro-sociologías» aun como una respuesta a la caída de las escatologías, ellas se imponen por su plasticidad, a la vez frente a las ingenierías sociales y frente a los interrogantes sobre el futuro de las sociedades. Al respecto A. y M. Mattelart escriben: «Esta metodología trata de unirse a lo vivencial para reubicar las micro-física de las prácticas de interacción entre el público y el emisor. Ella no tiene otra pretensión que describir los datos de base de lo real que las teorías de la manipulación habían por sí mismo presupuesto prohibidas para la observación; es mucho y al mismo tiempo es poco»<sup>41</sup>. Es en efecto sobre sus ausencias que es preciso interrogarse: la no-inscripción de las prácticas sociales en la historia, el «encogimiento» de los objetos de investigación, el rechazo de toda distancia crítica ... Se agregará que los trabajos efectuados en su nombre no han alcanzado todavía todas las promesas anunciadas, y que su pertinencia varía según los terrenos; ellos se revelan más cómodos en enfocar las situaciones de comunicación en las pequeñas organizaciones o en las actividades profesionales más que en tratar las comunicaciones inter-individuales (por ejemplo las conversaciones telefónicas) o las relaciones que los grandes medios mantienen con su público.

### Las sociologías de la técnica y de la mediación

*A priori* las reflexiones que se refieren a la técnica y los análisis relativos a la mediación social y cultural no son llamadas a ensamblarse; en el caso de la comunicación, nos parece que ellas no deben estar disociadas; el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación conduce a interrogarse sobre los cambios que conllevan, o que ellas acompañan, en el seno de las estructuras de mediación.

El finalismo tecnológico implica que cada objeto técnico se adapte casi espontáneamente y casi sin desfase con las exigencias que le preceden y a las cuales él se adapta fácilmente: el telégrafo de Chappe respondía a una demanda de control político-militar del territorio de la república amenazada, el teléfono móvil responde hoy a una demanda creciente de «comunicaciones» profesionales a toda hora y en todos los lugares, etc... Esta concepción reviste formas más o menos refinadas, pero a pesar de los trabajos de historiadores de los medios que han insistido generalmente en la inserción caótica de los medios de comunicación (el teléfono, entre otros ejemplos, había sido concebido para ser un teatrón y permitir acceder a espectáculos de ópera y no para favorecer los intercambios interpersonales...), sigue ampliamente compartida, especialmente por los ingenieros y por quienes deciden, políticos o industriales. La emergencia de nuevas máquinas para comunicar, pero también las modificaciones que afectan el seno de los medios audiovisuales masivos, va a llevar a una multiplicación de las investigaciones sociológicas, como reacción a esta concepción finalista.

Es ante todo en torno a la cuestión de las modalidades de difusión de las técnicas de comunicación en las sociedades como se va a organizar la re-

<sup>41</sup> MATTELART, A. y M., op. cit.



flexión. Desde 1963, Everett Rogers<sup>42</sup> había renovado las perspectivas proponiendo un modelo de análisis, llamado luego «modelo difusionista»: una innovación es comunicada según ciertos canales a los miembros del sistema social, y su difusión está asegurada en la medida que sea más simple y se adapte a los valores del grupo de acogida; el modelo, además, subraya la existencia de etapas (información, persuasión, decisión, aplicación, confirmación), sobre la necesidad de distinguir diversas categorías de «adoptantes» (los innovadores, los adaptantes precoces, la mayoría precoz, la mayoría tardía, los retardatarios) y sobre el rol esencial de los intermediarios. El modelo difusionista, curiosamente, ha sido retomado bajo versiones más o menos sofisticadas, por los especialistas del *marketing*.

Este modelo ha sido criticado por varios autores, y particularmente por M. Callon y B. Latour<sup>43</sup>. Según ellos, los innovadores, necesariamente en el cruce de varios mundos, deben hacerse aliados introduciendo heterogeneidad en los grupos-modelo e introduciendo sus interlocutores en nuevas redes; los innovadores deben poder traducir (de donde la apelación de modelo de la «traducción») los aportes de estos nuevos aliados y de «interesarlos» en las nuevas técnicas. ¿El innovador no es, en fin de cuentas, sino un empleado experto? No, responde P. Flichy<sup>44</sup>, criticando el modelo de la traducción, demasiado exclusivamente centrado según él en el nivel micro-social; es preciso tener en cuenta igualmente los movimientos de la técnica y lo social a largo plazo; y explicar así los fracasos industriales y financieros de la firma RCA

que persistió en querer lanzar un video-disco a comienzos de los años setenta. El proceso es «circular» e iterativo: una vez captado, la demanda ayuda a modificar la oferta.

Es sobre el análisis mismo del progreso técnico que van a centrarse luego los debates. ¿Cómo se debe considerar el acontecimiento progresivo, pero cierto, de las técnicas simbólicas o de las técnicas intelectuales? Si hay pensadores que, como J. Ellul, tienen por absurdo e inaceptable la mediatización de la comunicación, otros, como Y. Stourdzé, se muestran *a priori* favorables; ellos ven allí ciertamente una posible deconstrucción de las formas de percepción y de razonamiento, pero tienen confianza en esta «revolución tecnocrónica»<sup>45</sup>. Sin embargo, durante los años ochenta esta forma de concebir las relaciones hombres-técnicas-sociedades (dicho de otra forma, la problemática de los efectos), si ella ocupa las discusiones académicas o mediáticas, va a ser suplantada, entre los investigadores, por preocupaciones de otro orden: la mayoría, en efecto, se dedicó a estudiar la formación del empleo de las nuevas máquinas (Minitel, micro-computador ...), tanto en la vida corriente como en el trabajo; y como tendremos la ocasión de verlo luego, la mayoría de trabajos, orientando las miradas hacia los usuarios-consumidores, han tratado de poner en evidencia la complejidad de la inserción social de las técnicas, y su estrecha relación con el conjunto de las prácticas sociales y culturales.

Además, autores como R. Williams, y más recientemente P. Beaud, han insistido en la necesidad de reubicar el estudio de los medios en el marco de la transformación de las relaciones sociales con el fin, como lo escribe P. Beaud, de «tratar de profundizar la comprensión de las interacciones que unen la evolución social y la evolución de las represen-

<sup>42</sup> ROGERS, E.M. *Diffusion of Innovations*. New York, Free Press, 1963.

<sup>43</sup> CALLON, M., LATOUR, B. *Les paradoxes de la modernité - Comment concevoir les innovations?*, *Prospective et Santé*, n° 36, 1985, pp.13-25.

<sup>44</sup> FLICHY, P. *Histoire de la communication moderne*. La Découverte, 1991.

<sup>45</sup> STOURDZÉ, Y. *Pour une poignée d'électrones*. Fayard, 1987.

taciones de esta evolución»<sup>46</sup>; los medios no son más concebidos entonces como simples objetos técnicos, asumiendo una cierta cantidad de funciones sociales, sino como los lugares donde se opera cada vez más, por la simbólica y el discurso, la mediación del poder social. Sociología de la técnica y sociología de las mediaciones sociales y culturales no podrían separarse aquí.

### Recepción de los mensajes y formación del empleo de los medios

Pudo decirse que la recepción era la cara oculta, y descuidada, de la comunicación. Esta afirmación podía sin duda dirigirse a las corrientes fundadoras del pensamiento comunicacional; pero ella no se justifica más en la actualidad, por cuanto se han multiplicado los enfoques colocando en primer plano el lector, el espectador, el usuario o el consumidor. Esta atención dada al destinatario no es el hecho de una sola teoría ni propiamente hablando de sólo los estudios de comunicación. La encontramos también en los trabajos de inspiración fenomenológica de H. R. Jauss<sup>47</sup> y de la llamada Escuela de Constanza sobre la interpretación en la lectura de textos literarios, en la pragmática austiniana<sup>48</sup>, en ciertos enfoques económicos contemporáneos sobre el rol del consumidor en la producción de los servicios, en el análisis genealógico de las formas culturales occidentales propuestas por M. de Certeau<sup>49</sup>, en ciertos estudios transculturales desarrollados en el seno de los «medias studies» británicos, siguiendo especial-

mente a Stuart Hall<sup>50</sup>, y aun (como ya lo hemos señalado anteriormente) en el seno de las más recientes producciones de la corriente empírico-funcionalista (véase las investigaciones de E. Katz y T. Liebes sobre la recepción de la telenovela *Dallas*).

Lo importante aquí es constatar el surgimiento de un nuevo paradigma, en el sentido preciso del término. Lo importante es igualmente insistir sobre la amplia variedad de enfoques propuestos a partir de él. Si aun no ha acertado a reemplazar, según los no-especialistas, el paradigma «fundador» de la manipulación y del rol determinante de la oferta, no es lo mismo en el seno de la comunidad científica: la idea de «recepción negociada» propuesta por S. Hall y quien supone que los receptores decodifican los mensajes modificando las significaciones preferenciales sobre la base de sus intereses y prácticas culturales, es bastante admitida allí, con frecuencia bajo presentaciones teóricas diferentes.

Curiosamente en Francia, por oposición a Gran Bretaña, el acento es puesto muy poco sobre el análisis de la recepción de los discursos de los medios o sobre la producción conjunta del sentido de los mensajes. La mayor parte de los trabajos se refieren a la apropiación social de las nuevas máquinas para comunicar como son los magnetoscopios, los sistemas de videotex, las redes de cable, y ahora los medios de comunicación móvil o los sistemas de acceso a la televisión pagada. ¿Cómo explicar esta diferencia? Sin duda por el hecho de que el operador de telecomunicaciones, director de investigaciones, ha privilegiado este aspecto del conocimiento. Pero otras expli-

<sup>46</sup> BEAUD, P., *La société de connivence*. Aubier-Montaigne, col. Res-Babel, 1984.

<sup>47</sup> JAUSS, H.R. *Pour une esthétique de la réception*. Gallimard, 1978.

<sup>48</sup> AUSTIN, J.L. *Quand dire c'est faire*. Seuil, 1970.

<sup>49</sup> CERTEAU, M. de. *L'invention du quotidien - Les arts de faire*. UGE, col. 10/18, 1980.

<sup>50</sup> HALL, S. 'Encoding/Decoding', *Culture, Medias, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London: Hutchinson, 1980.

caciones, propias de la investigación francesa, pueden adelantarse, en particular: la importancia de los enfoques estructurales en semiótica, el carácter todavía poco legítimo de los análisis del discurso televisivo o del discurso de la prensa, y la dificultad para que en los análisis del discurso se den metodologías rigurosas.

Se agregará a este cuadro, de una parte, la tendencia a vincular las reflexiones sobre la técnica y las reflexiones sobre la participación de los usuarios en la producción de los usos a partir de la noción todavía muy imprecisa de interactividad (¿está ella ligada a la máquina, o depende ella del usuario?); de otra parte, la orientación hacia los enfoques de orden antropológico, de la formación de los usos de las máquinas para comunicar (cf. entre otros: J. Perriault<sup>51</sup>).

### Las «filosofías» de la comunicación

El pensamiento comunicacional se construyó al comienzo como un pensamiento sectorial, específico de ciertos sectores de la actividad social y fuera de toda relación con los sistemas filosóficos e intelectuales existentes. Ciertamente, P. Breton tiene razón en insistir sobre el cuidado de los fundadores de la cibernética de proponer, a fines de la Segunda Guerra Mundial, un sistema de pensamiento que permitiera resistir a la barbarie y al hundimiento de los valores; pero este objetivo, nunca abandonado, no se afirmó con fuerza sino en el curso de los años ochenta, período marcado también por profundas transformaciones. Desde entonces, la comunicación va a dar lugar a la producción, si no de sistemas filosóficos (en el

sentido técnico de la expresión), al menos de doctrinas o de interrogantes de carácter filosófico.

Uno de los primeros en interrogar la emergencia de la comunicación y con mucha constancia y talento literario es J. Baudrillard. Los textos de este autor son numerosos, y siempre denunciadores: «La comunicación sucede de alguna manera a la comunión. Allí donde el intercambio entre los hombres no está más espontáneamente regulado por un consenso informal, es preciso producir un dispositivo formal, un artefacto colectivo que asegure la circulación del sentido»<sup>52</sup>. De allí las técnicas y las ciencias de la comunicación que concurren a neutralizar los individuos, a controlarlos y a reforzar su encerramiento en la esfera privada. «Todo comunica», escribe aun J. Baudrillard, y nada se toca ... (Se trata) de una interconexión sobre la base de una distancia infinita».

La teoría de sistemas, y particularmente la relectura que ha hecho E. Morin, constituye otro aporte contemporáneo a la reflexión sobre la comunicación. Según este autor, «falta fundamentalmente a la cibernética un principio de complejidad que le permita incluir la idea de desorden. Por eso es incapaz de concebir la reorganización permanente, el antagonismo, el conflicto, y por lo mismo, incapaz de concebir la originalidad de los seres-máquina naturales»<sup>53</sup>. De allí la necesidad de un método de conocimiento que traduzca la complejidad de lo real, la realidad de las cosas como la existencia de los hombres.

<sup>51</sup> PERRIAULT, J., *La logique de l'usage - Essai sur les machines à communiquer*. Flammarion, 1989.

<sup>52</sup> BAUDRILLARD, J. *La communication mythe et circularité*, Colloque du CNCA, 1986.

<sup>53</sup> MORIN, E., *La méthode: La Nature de la Nature*, tome 1, Seuil, col. Points, 1977.

Los cuatro tomos de *El método* constituyen la proposición, rigurosamente elaborada por Morin, de «una» ciencia compleja de la comunicación, destacando sobre todo la antroposociología. Esfuerzos paralelos a los suyos provienen de biólogos, de pensadores que se interesan en las ciencias cognitivas (por ejemplo, el americano D. Hofstadter<sup>54</sup>), o de filósofos políticos como el alemán N. Luhmann quien, partiendo del principio de auto referencia, repiensa la comunicación política en las sociedades mediatizadas, marcadas por la supresión de la intercomprensión natural y de la intersubjetividad, y la concibe como «autopoiesis», cerrada sobre ella misma y desprovista de fin.

Las tesis de J. Habermas, por su parte, influyen profundamente a quienes tratan de pensar en términos renovados la función de los medios en la formación de las opiniones, la circulación de las ideas y la vida política. Inscibiéndose primero en la posteridad de la Escuela de Francfort, se apoyan en el principio de Publicidad (*die Publizität*) (retomado en francés bajo la expresión «espacio público») del cual él estudia la génesis como facultad de ejercicio crítico de la razón, luego el declive, en las sociedades contemporáneas, bajo el efecto de la cultura de masa, de la organización de la vida política al ritmo de los sondeos y de la «administración» de la información<sup>55</sup>. Pero las posiciones de Habermas han evolucionado profundamente a partir del momento en que, considerando que el concepto de razón estaba colocado bajo la dependencia de una teoría de la conciencia,

se dio como tarea lograr «una elucidación pragmática formal del concepto de actividad comunicacional (cuyo análisis) debe ser manejado siguiendo el hilo director de la actividad lingüística. El concepto de intercomprensión reenvía a un acuerdo racionalmente motivado, obtenido entre los participantes»<sup>56</sup>. Y esta racionalidad debe entonces ser pensada a la vez en los discursos, favoreciendo la argumentación, y en las relaciones con el mundo (el mundo vivido) de quienes actúan comunicacionalmente.

Más recientemente, en fin, han sido propuestos sistemas explicativos que enfocan los problemas ligados con la informatización creciente de habilidades, de modalidades de representación de los conocimientos y aun del funcionamiento del pensamiento, al igual que de la creación artística. En una perspectiva postheideggeriana, P. Lévy anuncia una verdadera mutación antropológica, la inversión de las relaciones de subordinación entre lenguaje y cálculo: «la informatización de la sociedad puede desde entonces ser concebida como un efecto del historial, un signo de la toma del poder del cálculo sobre el lenguaje, caído de su soberanía ontológica»<sup>57</sup>. En una perspectiva que marca un regreso a la hermenéutica, L. Sfez profetiza la supresión del mensaje y de los sujetos emisor y receptor, así como la eliminación de toda referencia a la representación cartesiana o a la expresión spinozista; emerge entonces una nueva comunicación que se hace a sí misma, y donde reina el «tautismo», neologismo condensando tautología, autismo y totalidad<sup>58</sup>.

<sup>54</sup> HOFSTADTER, D. y DENNETT, D. *Vues de l'esprit*. Inter editions, trad., 1987.

<sup>55</sup> HABERMAS, J. *L'espace public - Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société burgeoise*. trad. Payot, 1978.

<sup>56</sup> HABERMAS, J. *Théorie de l'agir communicationnel*. trad. Fayard, 1987, 2 tomes.

<sup>57</sup> LEVY, P. *La machine-univers: création-cognition et culture informatique*. La Découverte, 1987.

<sup>58</sup> SFEZ, L. *Critique de la communication*. Seuil, 1988.

Durante los decenios setenta y ochenta, el pensamiento comunicacional, sin renegar de sus corrientes fundadoras, se ha enriquecido profundamente con el aporte de las nuevas problemáticas. Estas, sin embargo, son más o menos contradictorias entre sí. El pensamiento comunicacional es así más complejo, y ciertas presentaciones que se hacen de él se agregan a la confusión. Más adelante, evaluaremos las respuestas que el pensamiento comunicacional aporta a las cuestiones que le son dirigidas, y haremos la lista de los interrogantes que permanecen y los que comienzan a ser formulados.

### TERCERA PARTE

#### Los interrogantes actuales

En un poco más de cincuenta años, los fundamentos teóricos de las ciencias de la información y de la comunicación se han precisado y enriquecido con múltiples aportes. A las tres corrientes fundadoras iniciales (el modelo cibernético, el enfoque empírico-funcionalista de los medios masivos y el método estructural en sus aplicaciones lingüísticas) que, a pesar de las negaciones y críticas, ocupan siempre un lugar central, se agregaron recientemente problemáticas «específicas» que han renovado en profundidad el pensamiento comunicacional y, a través de él, las investigaciones en información y comunicación. Entre estas problemáticas, conviene citar particularmente: la economía política (crítica) de la comunicación, la pragmática, la etnografía de la comunicación, la etnometodología y la sociología de las interacciones sociales, las sociologías de la técnica y la mediación, la recepción de los mensajes y la formación de los usos sociales de los medios y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, al igual que diversos enfoques «filosóficos».

Este enriquecimiento del pensamiento comunicacional puede apreciarse de diferentes formas:

algunos se congratulan de la ampliación regular de las referencias teóricas y de los ejes de la investigación en marcha en la interdisciplinariedad; otros ven allí una especie de confusión, hasta los orígenes de una concepción sincrética; otros incluso, preocupados ante todo por el desarrollo de sus enfoques, supuestamente dando cuenta del conjunto de los fenómenos comunicacionales, tienen como única preocupación «disminuir» la efervescencia y la diversidad de lo real comunicacional a sus puntos de vista particulares; los últimos, finalmente, se inquietan por no disponer de teorías nuevas aptas para dar cuenta de las prácticas contemporáneas.

Las posiciones, además, varían considerablemente de un país a otro. El liderazgo americano está hoy día contrabalanceado, no por las «escuelas» nacionales, sino por producciones teóricas que especialmente, en Gran Bretaña y Francia, contribuyen a extender sensiblemente los interrogantes y los intercambios científicos. Y, sobre todo, la necesidad de una mayor seguridad de bases teóricas proviene de que los fenómenos informacionales y comunicacionales están en adelante en el corazón de cierta cantidad de desafíos de sociedad, entre los más decisivos. La información tiene en adelante un valor estratégico, no solamente por la activación de las discusiones en el seno del espacio público, sino también por la modernización de las sociedades y la competencia económica; las técnicas de comunicación, comienzan a renovar nuestras «técnicas intelectuales», en el sentido de Jack Goody<sup>59</sup>, y el sector de los productos informacionales, organizado cada vez más sobre una base industrial, es considerado por los que detentan el capital como uno de los más productivos de valor.

<sup>59</sup> GOODY, J. *La raison graphique: la domestication de la pensée sauvage*. Paris, Editions de Minuit, 1979.

En el proceso de formación del pensamiento comunicacional, los investigadores no pueden entonces pretender retener una especie de exclusividad. Este pensamiento es profundamente «social», anclado profundamente en las sociedades, en las técnicas de mediación y de mediatización que desarrollan, al igual que en las ideologías que ellas producen. Tratándose del componente ideológico de la comunicación, es preciso seguir a Philippe Breton cuando insiste en «la utopía de la comunicación», nuevo valor, pero valor pragmático, sin contenido, que no propone sino impedir la degradación del mundo (...y) en el fondo nada distinto a la lucha contra la entropía<sup>60</sup>.

Pero esta característica no debe impedir seguir las transformaciones del pensamiento comunicacional mismo, e identificar las cuestiones que plantea en este final del siglo XX a los investigadores como a quienes se interesan en la epistemología de las ciencias. Nosotros retendremos cinco cuestiones, que presentaremos sucesivamente, tratando de aportarles una primera respuesta.

### Una teoría general improbable y hasta inconcebible

En la introducción a su *Teoría general de la información y la comunicación*, obra no bastante conocida hasta hoy, incluso entre los especialistas, Robert Escarpit declaraba que se trataba tal vez de «una última oportunidad para una síntesis de ese género»<sup>61</sup>. Esta puesta en guardia, o esta precaución, nos concierne todavía hoy, pues el autor,

haciendo votos por la formulación de una teoría diacrónica, criticaba severamente las pretensiones de las teorías unificadas; refiriéndose sobre todo al pensamiento macluhaniano pero igualmente al método estructural; y habría faltado agregar el modelo cibernético, y hasta el pragmático.

Luego, las apariciones de «teorías generales» se sucedieron a intervalos regulares, sin que sus autores se apoyaran sobre las teorías precedentes, para refutar la argumentación o... retomar algunos elementos clave. Todo sucede como si un golpe de fuerza teórico tuviera tantas posibilidades de triunfar como el autor (o la corriente) aludidos haciendo tábula rasa del pasado científico, afirmando con mayor convicción la radical novedad de su propósito. Esta manera de proceder, de la cual es fácil mostrar que reposa sobre la ignorancia de trozos completos de conocimientos producidos anteriormente, no es evidentemente específica del campo de la información y la comunicación; y la historia de las ideas reseña numerosos ejemplos de prácticas de este tipo. Pero lo importante está más allá: la crítica de las insuficiencias o derivas de estas teorías, que enfocan horizontes demasiado vastos para ser pertinentes, es un medio de trazar las perspectivas que parecen ser actualmente las más heurísticas.

¿Con qué límites chocan estas teorías generales? Sin negar los aportes particulares de unas o otras, sobre todo cuando se enfocan solamente como «problemáticas parciales», consideraremos<sup>62</sup> que ellas están marcadas por los siguientes rasgos:

<sup>60</sup> BRETON, Ph. *L'utopie de la communication*. Paris: La Découverte, 1992.

<sup>61</sup> ESCARPIT, R. *Théorie générale de l'information et de la communication*. Paris, Hachette, 1976.

<sup>62</sup> MIEGE, B. *La faible pertinence des théories générales de la communication* en: SFEZ, L. y COUTLEE, G. (dir.). *Technologies et symboliques de la communication-Colloque de Cerisy*, Grenoble, PUG, 1990.

— el reduccionismo: un aspecto de la comunicación, por ejemplo la informatización, es vetado de representar el todo, el conjunto de fenómenos informacionales y comunicacionales, y basta para sacar conclusiones válidas *hic et nunc*;

— la abstracción: los modelos abstractos evitan con frecuencia el enfoque de la complejidad de lo social, o se fundan para lo esencial en las tendencias emergentes o las innovaciones;

— la primacía acordada a un paradigma único: así, por ejemplo, la pragmática o ciertas teorías lingüísticas no tratan ningún otro enfoque de la comunicación distinto del que ellas proponen;

— la confusión de las instancias tratadas: esta crítica retoma la anterior; aquí, una de las instancias, la de la comunicación lingüística e interindividual, es confundida con otras instancias de la comunicación en la sociedad;

— la deriva futuroológica: los teóricos de la comunicación son cada vez menos numerosos en prometernos un «mundo mejor» y un futuro felizmente reglamentado por las técnicas infográficas o telecomunicantes, pero tienen en común con otros autores postmodernistas el proyectarnos hacia el futuro o incluso hacia un presente «futurizado»;

— la ausencia o la insuficiencia de procedimientos de verificación empírica: las demostraciones se apoyan sobre estudios de caso o sobre la muestra de fenómenos presentados como «ejemplares» o en trance de serlo.

Estos rasgos comunes se aplican a ciertas problemáticas surgidas durante la década de los años ochenta, y de la cual hemos dado cuenta más arriba. A quienes hemos clasificado entre los «filósofos» de la comunicación (J. Baudrillard, D. Hofstadter, P. Lévy y L. Sfez en *Crítica de la comunicación*), pero igualmente los pragmáticos o los etnometodólogos, nos parecen representativos, más o menos directamente, de esta tendencia

recurrente a producir teorías generales, mientras los fenómenos se hacen más complejos y la mayoría de autores citados no disponen casi de conocimientos acumulados suficientes para dar cuenta, al nivel en que ellos se ubican.

Un lugar aparte debe ser reservado para Régis Debray, y para su proyecto de fundar una «mediología general», es decir una disciplina nueva que «es al mundo ideológico lo que la ecología es al mundo económico» y que trata ante todo de «precisar las determinaciones objetivas de las maniobras del pensamiento» poniendo el acento en el rol de los soportes de transmisión. La mediología, cuyo proyecto adelanta desde hace largo tiempo y de la cual traza los fundamentos en dos obras, que seducen y provocan a la vez (*Curso de mediología general*<sup>63</sup> y *Vida y muerte de la imagen*<sup>64</sup>), ignora soberbiamente toda referencia a los trabajos sociológicos o históricos (mientras que el autor propone una retrospectiva histórica de la imagen en las sociedades occidentales), a la semiología (el lenguaje audiovisual se anuncia como dominante en la época actual, la de la videoesfera), a la historia de las técnicas (mientras que la perspectiva es ampliamente neomacluhaniana); en síntesis, a todo lo que se refiera al análisis o la investigación, calificadas de referencias... documentales.

Cuidadoso de proponer visiones de conjunto y de rehabilitar el papel de los intelectuales («los escribas»), el autor anuncia el hundimiento de la grafoesfera (lo escrito operante hoy bajo la dominación de lo oral) y la dominación sin límite de la televisión (la TV «no propone una secuencia de signos, sino un flujo de imágenes sin sintaxis, un

<sup>63</sup> DEBRAY, R. *Cours de médiologie générale*. Gallimard, 1991.

<sup>64</sup> DEBRAY, R., *Vie et mort de l'image. Une histoire du regard en Occident*. Gallimard, 1992.

cuadro de programas sin un vínculo discursivo, que yuxtapone sin jerarquizar, sin totalizar, sin distinguir (...). La pequeña pantalla es onírica, repetitiva, selectiva; fusiona principio de placer y de realidad. Programa por adelantado a sus programadores» (*Curso...* p. 321). R. Debray critica el auge de lo visual en la medida que cuestiona la simbólica en las imágenes: Nuestras imágenes se han desvitalizado y desimbolizado... porque nuestra mirada se ha privatizado (...). La completa privatización de la mirada, evidentemente mortal por la magia de las imágenes, lo es tal vez también finalmente al arte en general» (*Vida y muerte...*, p. 73).

Numerosos son los aspectos particulares de la argumentación de R. Debray que renuevan las perspectivas; otros son muy discutibles. En cuanto a su proyecto mediológico, si él opera un vuelco en relación con las orientaciones de la historia cultural, o por relación a las ideologías, colocando el acento sobre el rol y la eficacia de los soportes de transmisión, tiende de manera excesiva a reemplazar el primado de la ideología por una especie de «matierismo» mediológico.

¿Por qué Debray dirige casi exclusivamente su mirada de polemista hacia el poder de las imágenes? ¿Por qué experimenta la necesidad de fundar una nueva disciplina mientras que las ciencias de la información y la comunicación se han dado precisamente por objeto unir soportes y contenidos, discursos y estrategias de actores, escritura de mensajes y lógicas técnicas, en un enfoque que articule sociología, historia y semiología?

### La información prolongada por la comunicación

Las divisiones internas de las ciencias de la información y la comunicación resisten al tiempo. Los especialistas de la información (entendida en el sentido de información de prensa) y los de la información profesional especializada (se emplean

igualmente otras apelaciones: información científica y técnica, informática documental o *information science* entre los anglosajones) pretenden no ser confundidos con los especialistas de la comunicación, quienes no conceden con frecuencia más que un interés distante a los problemas de la información que ellos consideran como «reduccionistas». Más allá de estas querellas clásicas de territorios que, de una cierta manera, retoman las divisiones profesionales clásicas, nos hallamos en presencia de una cuestión mayor, la de las relaciones entre información y comunicación, y en el último período se ha cuestionado con frecuencia el acercamiento, hasta la posible convergencia, entre los dos conceptos.

Este debate se realizó ya durante los años setenta, esencialmente como reacción al «linealismo» de la teoría matemática de la información y al hecho de que ella excluye el tener en cuenta toda significación. La mayoría de los autores consideraban entonces la teoría de la información (concebida como reducción de la incertidumbre) como un capítulo de una teoría general de las comunicaciones, mostrándose éste más rico, *el feed-back* (o retroacción) y permitiéndole tener en cuenta las reacciones de los lectores o de los usuarios. R. Escarpit ha insistido con frecuencia sobre esta relación cuasi-orgánica entre información y comunicación: «toda comunicación conlleva la captación, la transferencia y el tratamiento de información, es decir del producto original de espíritus humanos individuales, cualquiera sea la naturaleza de este producto (científico, técnico, artístico, circunstancial, etc.)<sup>65</sup>».

<sup>65</sup> ESCARPIT, R. *Critique de la terminologie de l'information et de la communication*, en: COLECTIVO. *Rapports entre sciences de l'information et de la communication*. Comité des sciences de l'information et de la communication, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, Bordeaux-Talence, 1977.



Los profesionales y usuarios, sin embargo, cada vez tienen más la tendencia a oponer comunicación e información, y a atribuir a la primera todas las carencias y derivas de la segunda. Citemos todavía a R. Debray, cuya posición es compartida por muchos autores y profesionales: «El polo comunicación prevalece sobre el polo información; como el audiovisual, que captura más, sobre el impreso que despliega mejor. Durante la Guerra del Golfo hemos, fijándonos en la pantalla, 'participado' mucho, pero aprendido casi nada. Y sin embargo, la comunicación reafirma y la información molesta» (*Vie et Mort... p. 373*). La debilidad de la información se explicaría por el ascenso poderoso de grupos de comunicación y la instalación de poderosas redes que, acelerando la velocidad de circulación de las informaciones y favoreciendo la concentración y la concurrencia, estarían en el origen de las fallas constatadas en la verificación de las fuentes o en la difusión apresurada y espectacularizada de las noticias.

Igualmente, el desarrollo de la comunicación organizacional y administrativa tendría por consecuencia la pérdida de autonomía redaccional de los órganos de información, el abandono progresivo de las prácticas de encuesta y la adopción de modalidades de producción de la información poco conformes con los principios deontológicos en vigor. En cuanto a la información profesional especializada (científica, técnica y profesional), funcionaría cada vez más para satisfacer las demandas de los usuarios profesionales e institucionales: así los principales bancos de datos tenderían a reunir solamente los datos objeto de una demanda solvente; la vigilia estratégica y la información estratégica, nueva versión, metodológicamente más sofisticada, de la gerencia de los sistemas de información de empresas, llevarían a favorecer el acceso a la información pertinente, rechazando todo aquello que no tenga un «valor estratégico».

Aun si todas no son nuevas, las evoluciones anotadas arriba son cada vez más notables. Pero no se

da sino una explicación superficial al oponer información y comunicación. Primero porque ello equivale a idealizar el funcionamiento pasado de la prensa o de los sistemas de información, y a atribuir a los informes de prensa proporcionados obligatoriamente por las directivas a la comunicación de las grandes organizaciones, las fallas de los órganos de información. Luego, porque, como ya había sido anotado por algunos autores citados (Jean Meyriat: «Digamos entonces que toda comunicación tiene un contenido cognitivo, más o menos importante, que es la información. Eso implica que no hay información sin comunicación»<sup>66</sup>, la información no es solamente producida para ser distribuida, sino concebida en función de una cierta representación de los lectores y tele-espectadores. No hay que olvidar que la comunicación implica la información y que una información no comunicada ve su producción abandonada progresivamente (¿qué nos garantiza que se trata de un fenómeno reciente?). Finalmente porque las oposiciones entre las dos nociones se fundan con frecuencia sobre consideraciones de carácter técnico, las técnicas de la comunicación supuestamente conllevan una distorsión, hasta una desnaturalización de las obras del espíritu que son los productos informacionales.

Ahora bien, la información y la comunicación tienen sus destinos unidos desde las sociedades de la antigüedad; y si es verdad que los cambios que intervienen en los soportes de comunicación han desembocado siempre en una modificación sensible o esencial del contenido y de la forma de las informaciones concebidas y luego difundidas<sup>67</sup>,

<sup>66</sup> MEYRIAT, J. *Information vs. Communication?*, en: LAULAN, A.M. *L'espace social de la communication. Concepts et théories*, Paris: Retz-CNRS, 1986.

<sup>67</sup> EISENSTEIN, E. *La révolution de l'imprimé dans l'Europe des temps modernes*. Paris: La Découverte, 1991.

los cambios contemporáneos no pueden reducirse al pasaje de una era técnica a otra, como lo sostiene por ejemplo Pierre Lévy<sup>68</sup>.

Tan importantes son los cambios político-culturales o los que intervienen en el funcionamiento de la información<sup>69</sup>, como decisivos son los desafíos estratégicos al igual que la industrialización creciente de la información y la cultura<sup>70</sup>, la concentración de grupos de comunicación<sup>71</sup>, o la implantación abierta de una cadena estricta de redes de comunicación: «La noción de globalidad es entonces central. Su causa evidente e inmediata: las comunicaciones. Medios de comunicación y computadores han creado una 'sociedad con elementos extraordinariamente entrelazados'. La paradoja de esta sociedad consiste en esto: en un mismo movimiento, la realidad (pero también la humanidad) se unifica y se fragmenta», escribe Armand Mattelart<sup>72</sup>. En este contexto, más que nunca, la comunicación no se opone a la información sino que la prolonga; las dos nociones son con frecuencia indisociables; y las críticas hechas a una... valen igualmente para la otra.

### La interdisciplina de preferencia al repliegue disciplinar

La organización académica de las ciencias de la información y de la comunicación varía conside-

rablemente de un país a otro. En América del Norte o del Sur, al igual que en España, los estudios de comunicación están organizados generalmente de manera autónoma dentro de Departamentos universitarios o Facultades, desde al menos hace unos veinte años; pero esta autonomía no impide la intervención de otros sectores de la universidad. En Francia, una relativa autonomía se ha impuesto, sobre todo a partir de fines de los años ochenta, no sin que luchas, a veces rudas, se hayan llevado a cabo dentro de las Universidades o de los grandes establecimientos científicos (aquí casi sin éxito). En los países anglosajones o escandinavos se ha reproducido con frecuencia, pero sin exclusividad, el modelo norteamericano. En Alemania o Italia, por el contrario, los trabajos referentes a la información y a la comunicación siguen ampliamente dispersos en las disciplinas de origen. En el nordeste de Asia, en India, en algunos países de Africa, y en condiciones particulares en Europa del Este, se observa el surgimiento de centros autónomos.

Las condiciones en las cuales las ciencias de la información y de la comunicación están llamadas a institucionalizarse —juntas o separadamente— dependen fuertemente de los contextos nacionales, aunque en todos los casos, las luchas científicas adelantadas para que se afirme un «campo» nuevo y sea admitida su legitimidad son la expresión de luchas de poder en el seno de las instituciones universitarias. Sin embargo, las condiciones en las cuales las ciencias de la información y la comunicación son llevadas hoy día a autonomizarse en relación con los estudios literarios, las ciencias humanas y sociales, y (más raramente) en relación con las ciencias físicas, no pueden ser comparadas con las instancias de hace veinte o treinta años, pues los desafíos teóricos, y sobre todo prácticos, se han desplazado.

La ambición de ver imponerse *una* ciencia de la comunicación, de alguna forma una super-ciencia cuya problemática habría irrigado la mayoría de disciplinas reconocidas y catalogadas desde hace

<sup>68</sup> LEVY, P. *Les technologies de l'intelligence. L'avenir de la pensée à l'ère informatique*. Paris: La Découverte, 1990.

<sup>69</sup> CHARON, J.M. *La presse en France de 1945 à nos jours*. Paris: Seuil, col. Points, 1991. WOLTON, D. *War Game - L'information de guerre*. Paris: Flammarion, 1991.

<sup>70</sup> MIEGE, B., PAJON, P., SALAUN, J.M. *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*. Paris: Aubier, col. Res-Babel, 1986.

<sup>71</sup> GUILLOU, B. *Les stratégies multimédias des groupes de communication*. Paris, La Documentation Française, NED, 1985. FLICHY, P. *Les industries de l'imaginaire. Pur une analyse économique des médias* 2ª ed., Grenoble, PUG, 1991.

<sup>72</sup> MATTELART, A. *La communication-monde: histoire des idées et des stratégies*. Paris, La Découverte, 1992.

tiempo en las clasificaciones de ciencias, ha marcado incontestablemente los esfuerzos de algunos pioneros: Norbert Wiener sobre todo, pero también Claude Lévi-Strauss, Roland Barthes, Grégory Bateson o Abraham Moles. Este proyecto persiste, pero los autores contemporáneos que se proponen tal objetivo son mucho menos numerosos e influyentes. Algunos investigadores, por el contrario, tratan de aplicar al campo de la información y de la comunicación metodologías y cuestionamientos «de medio alcance» en una perspectiva intercientífica. Su trabajo se funda en:

— un postulado: el objeto comunicacional difícilmente puede ser aprehendido en cuanto tal, tan sólo en sus manifestaciones presentes en una diversidad de campos sociales;

— la constatación del fracaso o de la dificultad de llevar a cabo trabajos pluridisciplinarios y, por el contrario, la constatación de la fecundidad de las cooperaciones inter-ciencias;

— la necesidad de una elaboración teórica que se apoye en observaciones empíricas y en análisis de situaciones comunicacionales, tal como ellas se desarrollan y no tal como se las puede concebir.

Tal orientación de la investigación está en vías de imponerse; está siendo compartida por investigadores cuyas problemáticas difieren hasta contradecirse. Obstáculos se dan, sin embargo. Primero, entre los profesionales de la información y la comunicación (periodistas y dirigentes de los grandes medios, publicistas, directores de la comunicación...) que rechazan que una palabra diferente de la propia, que ellos consideran como no autorizada, se haga escuchar. Luego entre los especialistas de las disciplinas «clásicas» (derecho, ciencias políticas, psicología, hasta sociología...) que quieren ver respetadas las demarcaciones científicas establecidas, si no admitidas, desde hace largo tiempo.

Las reacciones de unos y otros pueden explicarse fácilmente por la agudeza y recrudescimiento de los desafíos en el campo de la información y de la comunicación; estos desafíos son tanto simbólicos (de ahí la necesidad de controlar la expresión de «otras» palabras) como prácticos (de ahí las declaraciones recientes de interés de representantes de disciplinas y sus intentos de hacer, en el seno académico legítimo, trabajos necesariamente transversales). El repliegue sobre discursos autorizados o sobre las disciplinas no es una solución aceptable: no solamente ello equivaldría a negar los resultados obtenidos (y que son ya importantes), sino sobre todo dicho repliegue constituiría un estorbo al progreso de los conocimientos. Y el hecho de confiar a las solas disciplinas el cuidado de tratar el objeto comunicacional conduciría casi inevitablemente a una fragmentación de perspectivas, a una dispersión de interrogantes y, probablemente, a incoherencias.

#### **La necesaria afirmación de las especificidades de las ciencias de la información y de la comunicación**

Las ciencias humanas y sociales, cada una por su cuenta, tienen evidentemente la vocación de abordar los fenómenos informacionales y comunicacionales. A partir del momento en que sus representantes no cuestionen la oportunidad y el interés de una interdisciplina, las discusiones propiamente científicas se volverán posibles, y ciertamente fecundas, con quienes han optado por trabajar en el interior de las ciencias de la información y la comunicación. La situación, además, no es nueva (¿qué son, por ejemplo, la geografía o la informática sino «confrontación» de disciplinas?), y ella está llamada a tomar cada vez más extensión en el futuro (¿hasta es posible ver emerger nuevas disciplinas, al interior de la clasificación de las ciencias propuestas durante el siglo XIX?). En todo caso, luego de debates, con frecuencia tensos,

los informáticos no tienen casi dificultad para intercambiar con los matemáticos, sean «puros» o «aplicados»; y lo mismo entre los geógrafos especialistas de geografía humana y los economistas interesados en problemas espaciales.

Pero el debate científico se hace corto mientras uno de los protagonistas refuta, de hecho o por principio, el derecho a la existencia de otro asunto. La historia de las ciencias está llena de episodios de este género, y toda disciplina, o interdisciplina, ha encontrado vecinos ambiciosos que rechazan toda especificidad en su enfoque o proceden como si el problema no fuera ése. Las ciencias de la información y la comunicación siempre han tenido que vérselas con vecinos incómodos, poderosos y reconocidos o sostenidos por programas provenientes de los poderes públicos.

De hecho las ciencias cognitivas, ellas mismas plurales, y que deben entonces manejar su pluralismo respecto de la psicología cognitiva, de la así llamada inteligencia «artificial», de la lingüística o de las neurociencias, no están exentas de objetivos hegemónicos de este tipo: es particularmente el caso de la ergonomía cognitiva, primero centrada sobre el individuo aislado en interacción con un dispositivo técnico, pero que se orienta igualmente hacia la puesta en evidencia de determinantes organizacionales generales de las actividades cognitivas; el proyecto de la ingeniería del conocimiento centrado en la comunicación llamada «hombre-máquina», y en consecuencia sobre la articulación de dos sistemas de tratamiento de la información (vía el lenguaje, las imágenes, los gestos ...), el «sistema humano» y el sistema maquinal, tiende también a imponer, como lo anota L. Sfez «el ideal computacional, como pro-

ceso universal del pensamiento...»<sup>73</sup>. P. Lévy, con qué ingenuidad, llega a escribir: «en la medida que el conocimiento es para una amplia mayoría asunto de clasificación, todo proceso social, y hasta microsociedad, puede ser interpretado como un proceso cognitivo»<sup>74</sup>. Para las ciencias de la información y la comunicación, esta perspectiva es inquietante: en efecto, las tecnologías intelectuales (y entre ellas, los medios) supuestamente juegan un rol esencial en los procesos cognitivos, es prácticamente el conjunto de actividades comunicacionales el que se ve reducido así a procesos cognitivos, referentes a las cogniciencias.

Estas proposiciones son posibles por el desarrollo de la informática que les sirve de fundamento. En los sistemas de inferencia puestos al día dentro del marco de la inteligencia artificial, el objetivo fijado es el de integrar los medios de percepción, de comunicación y de acción del operador humano con su entorno. Que la inteligencia humana, y muy particularmente los procesos mentales y los fenómenos simbólicos, no pueda descomponerse actualmente en elementos que puedan ser duplicados por máquinas, no inquieta además a la mayoría de informáticos; ellos buscan resolver esta dificultad (¡momentánea!) con la construcción de máquinas, de forma que progresivamente se reduzcan las diferencias... con el sistema humano. Este pragmatismo debe ser criticado, especialmente desde el punto de vista específico de las ciencias de la información y la comunicación.

En este contexto, si es preciso trazar un programa de trabajo para las ciencias de la información y la comunicación, convendría destacar los siguientes elementos:

<sup>73</sup> SFEZ, L., (dir) *Dictionnaire critique de la communication*. Paris: PUF, 1993.

<sup>74</sup> LEVY, P. op.cit. 165.

— la articulación entre los dispositivos técnicos de la comunicación y la producción de mensajes y de sentido;

— la «inserción social» de las técnicas, y muy particularmente la actividad de los usuarios-consumidores en el funcionamiento de los dispositivos;

— la puesta en evidencia de los «procedimientos» de escritura de los mensajes (icónicos, sonoros, gráficos...), y de las condiciones que dirigen su concepción y realización;

— la dimensión sociológica, política y económica de las actividades informacionales y comunicacionales que dan lugar a innovaciones y experimentaciones de nuevos soportes;

— y el estudio de los cambios que intervienen en los procesos de mediación, de la cual recuerda oportunamente Bernard Lamizet que «tiene por rol, en el campo de los intercambios de comunicación, comprometer relaciones y formas de comunicación que no se reduzcan a formas intersubjetivas, sino que sean formas accesibles y abiertas a todos»<sup>75</sup>. En síntesis, la mediación tiene por función evitar que se instaure, en el campo social, una lógica de relaciones de fuerza.

### **La impensable sociedad de la información (o de la comunicación)**

Extraño destino el de la noción de sociedad de la información. Introducida hace más de treinta años por sociólogos prospectivistas, entre los cuales

sobresale la figura de Daniel Bell, fue criticada por todas partes; hoy, sin haber sufrido rectificaciones significativas y sin anexos teóricos decisivos, sigue siendo empleada regularmente, especialmente por profesionales o ingenieros, pero sin un fuerte contenido explicativo. De su lado, la noción de sociedad de la comunicación es objeto de un empleo más reservado, como si las crisis de las sociedades contemporáneas incitaran a la prudencia en cuanto a la efectividad de la comunicación.

¿Qué es lo que justifica el calificativo de «sociedad de la información»? Más allá de las apelaciones puramente metafóricas, retenemos dos definiciones: la primera subraya el peso creciente de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación; la segunda insiste en el desarrollo de las actividades comunicacionales, sea para hacer de la información la fuente de las actividades comunicacionales, sea para hacer de la información la fuente principal de la producción de valor, sea para constatar, según el economista Marc Porat<sup>76</sup>, el primado de las actividades informacionales sobre las actividades de sectores secundarios y terciarios. Sabemos que la lista de actividades informacionales establecida por Porat conlleva un estilo de inventario a la Prévert, pues mezcla los profesionales del sector de la cultura, de la enseñanza, de la información *stricto sensu*, del experto y del consultor, así como del conjunto del personal directivo.

Estas diversas indicaciones muestran claramente cómo siguen de imprecisos los fundamentos de la llamada sociedad de la información, sobre todo, agregan ciertos especialistas, que las industrias calificadas de inmateriales (como por ejemplo las

<sup>75</sup> LAMIZET, B. *Les lieux de la communication*. Liège: Mardaga, 1992.

<sup>76</sup> PORAT, M. (P.U.). *The information economy*. Washington: United States Department of Commerce, 1977.

del imaginario, o las de la informática) son las que sufren un déficit... de programas inmateriales, las empresas dominantes se muestran más aptas para producir aparatos (televisores, microcomputadores...) que programas, editados o no. Además, las mutaciones hacen llamado a productos informacionales, y tocan la organización del trabajo o la gestión de la producción no refiriéndose solamente a ciertos sectores económicos, sino que son transversales, y sus efectos son lentos y aun difícilmente evaluables en comparación con una sociedad anterior calificada como «industrial». La información, en este sentido, es cada vez más incontrolable, pues a pesar del crecimiento de las industrias de la información, una parte solamente de las actividades informacionales está «externalizada» y da lugar a la producción de mercancías; y se trata sin duda de una tendencia durable todavía.

Finalmente, la idea de la sociedad de la información no se impone hoy más que en los años sesenta. Muchas críticas que se le dirigían entonces son todavía válidas. Y los desarrollos recientes no hacen sino volver más complejas las cuestiones en debate. Sin embargo, las ciencias de la información y la comunicación no pueden quedarse en esta conclusión razonable: el aumento de las actividades, profesiones, mercancías, técnicas y redes que requieren de la información y la comunicación, exige un esfuerzo muy particular para pensar su inserción tanto en las sociedades del Norte como en las del Sur. También sobre todos estos puntos, el pensamiento comunicacional está, en el final de este siglo, llamado a enriquecerse de nuevos aportes.

