

Carlos Scolari

HIPERMEDIACIONES

Elementos para una Teoría de la Comunicación
Digital Interactiva



CIBERCULTURA

gedisa
editorial

HIPERMEDIACIONES

*Elementos para una Teoría de
la Comunicación Digital Interactiva*

Carlos Scolari

gedisa
editorial

© Carlos Scolari, 2008

Imagen de cubierta: Carlos Scolari

Primera edición: septiembre de 2008, Barcelona

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Editorial Gedisa, S.A.
Avenida Tibidabo, 12, 3º
08022 Barcelona, España
Tel. 93 253 09 04
Fax 93 253 09'05
Correo electrónico: gedisa@gedisa.com
<http://www.gedisa.com>

Preimpresión:
Editor Service S.L.
Diagonal 299, entresol 1ª – 08013 Barcelona

ISBN: 978-84-9784-273-0
Depósito legal: B. 38474-2008

Impreso por Sagrafic

cultura Libre

Impreso en España
Printed in Spain

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión, en forma idéntica, extractada o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma.

Índice

Presentación	13
Introducción. Des-haciendo teorías	21
PRIMERA PARTE: El saber comunicacional	29
1. Teoría y comunicación frente al fantasma digital	31
1.1. Hablar las teorías de la comunicación	33
1.1.1. Organizar las conversaciones del campo comunicacional .	34
1.2. ¿Una mirada comunicacional?	43
1.2.1. Entre cientificismo y ensayismo	43
1.2.2. Una semiosfera posbabélica	50
1.2.3. Síntomas de una crisis	55
1.2.4. Últimas imágenes del naufragio: los modelos	58
1.3. La mirada transdisciplinaria: ¿un mito posmoderno?	60
1.3.1. Un campo conversacional centrífugo	65
2. De los nuevos medios a las hipermediaciones	69
2.1. Construir el objeto	72
2.1.1. <i>The new thing</i>	72
2.1.2. Digitalizaciones	80
2.1.3. Hipertextualidades	83

2.1.4. Reticularidades	87
2.1.5. Interactividades	93
2.1.6. Multimedialidad, convergencias y remedaciones	100
2.2. Definir el objeto	110
2.3. Definir las hipermediaciones	112
3. Conversar sobre las hipermediaciones	119
3.1. ¿Viejas teorías para los nuevos medios?	120
3.1.1. Primeros encuentros cercanos	120
3.1.2. (Dis)continuidades	127
3.2. ¿Nuevas teorías para los nuevos medios?	132
3.2.1. <i>Talking about the (cyber)revolution</i>	132
3.2.2. Ciberteorías 2.0	137
3.3. Hipermediaciones y ciberculturas: separar las aguas	142
4. Las utopías digitales (o las nuevas ideologías de la comunicación)	145
4.1. Cerca de la revolución digital	149
4.1.1. Fortunas textuales (I)	150
4.1.2. MIT Dreams (Fortunas textuales II)	155
4.1.3. Decir lo mismo	157
4.2. Desmitificaciones	160
4.2.1. El manual de zonceras digitales	160
4.2.2. La masa crítica	169
4.3. Las nuevas ideologías de la comunicación	172
SEGUNDA PARTE: El hacer comunicacional	179
5. Economía política de las hipermediaciones: la producción	181
5.1. Los nuevos modos de producción	183
5.1.1. El misterio de las catedrales: cooperación voluntaria descentralizada	188
5.2. La comunicación cooperativa descentralizada	193
5.2.1. <i>Blogging in the wind</i>	194
5.2.2. La Wikipedia	198
5.3. La fuerza de trabajo digitalizada	202
5.3.1. El diseñador de webs	204

5.3.2. El periodista multiplataforma polivalente	206
5.3.3. Recualificar y flexibilizar	208
5.4. Redistribuciones	210
6. Economía política de las hipermediaciones: los textos	213
6.1. Del texto al hipertexto	214
6.2. Del hipertexto al hipermedia	219
6.3. La estética poshipertextual	224
6.3.1. Transmedialidades	231
6.4. La obra de arte en el época de la reapropiación digital	236
6.4.1. Entre la intertextualidad y la hipertextualidad	236
6.4.2. El proceso de posproducción	238
7. Economía política de las hipermediaciones: el consumo	243
7.1. El consumo hipermediático	243
7.1.1. Del receptor al usuario	245
7.2. Usabilidades	248
7.2.1. De la IPO a la usabilidad	249
7.2.2. El taylorismo digital	254
7.3. Las ideologías del usuario	258
7.4. Más allá de la usabilidad: la construcción social del usuario	261
7.4.1. La vida A.D. (Antes del Digital)	261
7.4.2. Negociar interacciones	264
TERCERA PARTE: Hipermediaciones	271
8. Hacia una teoría de las hipermediaciones	273
8.1. Las nuevas subjetividades espaciotemporales	273
8.1.1. El espacio de las hipermediaciones	276
8.1.2. El tiempo de las hipermediaciones	278
8.1.3. La ubicuidad de las hipermediaciones	281
8.2. Entre el saber y el hacer	285
8.2.1. Para terminar: el poder	291
Bibliografía	295

A mis padres

Presentación

No han sido sólo las limitaciones del modelo hegemónico las que nos han forzado a cambiar paradigmas. Han sido los tercos hechos, los procesos sociales de América Latina los que han cambiado los objetos de estudio a los investigadores de la comunicación.

J. MARTÍN-BARBERO

Si la generación de investigadores de la comunicación que llegó a su madurez teórica en los años ochenta fue superada por los procesos sociales y obligada a cambiar de rumbo, en los albores del siglo XXI nuevamente los «tercos hechos» —al decir de Jesús Martín-Barbero, el más lúcido exponente de esa generación— nos llevan a poner a prueba nuestros saberes y prácticas. Pero la historia no se repite como comedia. Sin perder de vista la especificidad de cada sociedad, los procesos que hoy nos afectan no son exclusivos de una clase geográfica o de un continente social, sino que pertenecen a una dimensión global. Es igual pensar en las nuevas formas que va adoptando la comunicación digital desde América Latina que desde el Raval de Barcelona o desde un suburbio de Singapur. Podemos decir que, citando a otro de los investigadores latinoamericanos que marcó a fuego la producción teórica de las últimas dos décadas, todos vivimos en una cultura de frontera donde se expresan nuestras modernidades desviadas. Nos guste o no, de un lado u otro del muro, todos vivimos en una Tijuana digitalizada.

Si en los años ochenta la impronta de los cambios era social, hoy aparenta ser tecnológica. Puro espejismo. Si algo nos ha enseñado la comunicación latinoamericana¹ es que tecnología, cultura y sociedad van de la mano. No podemos pensar en los hipermedios como si sólo fueran un artificio tecnológico. Las tecnologías digitales y los nuevos medios «son más que meros instrumentos o máquinas. La tecnología y la tecnocultura incluyen todos los significados y sistemas que ofrecen y permiten las máquinas y artefactos digitales que circulan en la cultura. En este sentido amplio, por tanto, investigar las posiciones teóricas significa considerar al que habla y con qué fines lo hace» (Thornton Caldwell, 2000: 14). Todas las tecnologías de la comunicación son sociales por los valores que imprimen a sus productos, por los procesos de consumo que desatan, por las concatenaciones que establecen con otras tecnologías dentro de lo que Pierre Lévy denomina «la red sociotécnica» (1992). Tampoco podemos suponer que nuestra subjetividad sale incólume de estos procesos. Todas las tecnologías de la comunicación son cognitivas, por la manera en que transforman nuestra percepción del mundo, por la capacidad de reprogramarnos como usuarios, por lo que nos dejan (y no nos dejan) hacer. Nunca nos cansaremos de recordar una de las frases célebres de McLuhan, aquella que reza: «Primero modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros» (*First we shape our tools, thereafter they shape us*).

Los medios fueron tradicionalmente considerados como instrumentos pertenecientes a la dimensión del hacer saber: un canal que transmitía información. En los años ochenta, especialmente desde América Latina y el Reino Unido, se insistió en el carácter cultural de estos dispositivos, cuya comprensión exigía ir más allá del instrumentalismo. Pero mientras estas

1. Cuando hablamos de comunicología latinoamericana no pensamos en una teoría autónoma sino en un conjunto de producciones teóricas llevadas adelante por investigadores latinoamericanos. Coincidimos con Follari cuando sostiene que «desde el punto de vista propiamente epistemológico, la preocupación por esa supuesta “prioridad latinoamericana” resulta irrelevante: el valor de una teoría para explicar un objeto nada tiene que ver con la “marca de origen”. Los átomos no se explican peor entre nosotros porque Heisemberg o Scrodinger no hayan nacido en Latinoamérica; y Marx, Bourdieu, Gramsci y Giddens (por dar sólo algunos nombres obviamente paradigmáticos) dicen mucho para el entendimiento de nuestras sociedades, aunque sus teorías no surgieran aquí» (Follari, 2002: 53).

nuevas concepciones se difundían en las universidades, la mediaesfera entraba en un proceso acelerado de mutación producido por la invasión de pequeños componentes de silicio y la conformación de redes donde circula el fluido vital de la sociedad de la información. En los capítulos siguientes reflexionaremos sobre esta mutación, un fenómeno de dimensiones históricas comparable a la Revolución Industrial o a la invención de la imprenta.

¿Qué *es* este libro? Hace unos años el músico argentino Alejandro Del Prado confesaba: «Quiero tocar rock... pero me sale tango». Las editoriales piden manuales, a los autores nos encanta escribir ensayos y los alumnos llegan a la universidad con pocas ganas de leer libros. Comenzamos este texto con la sana intención de escribir un manual sobre las teorías de la comunicación digital... pero salió un ensayo. Sin embargo, así como en las canciones de ese artista porteño los ecos eléctricos del rock y los frases melancólicos del bandoneón acababan mezclándose entre los surcos del disco de vinilo, aquí también encontraremos mucho de ensayo aunque tocado en clave de manual (o al revés). Pero más que encuadrarlo a mitad de camino entre el manual y el ensayo, prefiero pensar que este texto es como la bitácora de un viaje por un territorio recién descubierto: el espacio de las hipermediaciones.

Todo viaje necesita mapas. Fascinados por las infografías y los dispositivos de visualización de la información, nos pareció que era una buena idea fortalecer los aspectos didácticos del texto empleando con generosidad tablas, gráficos y semantogramas que, en su momento, nos ayudaron a poner en limpio algunas de nuestras intuiciones. Estas imágenes están disponibles en la web del libro para que todos los profesores y alumnos las puedan descargar, usar, modificar y criticar. Y ya que estamos, hablemos de la web del libro (www.hipermediaciones.com). Me gusta imaginarla como una continuación del discurso del libro por otros medios. Pero si el libro es discurso, la web es discusión. Los lectores podrán descargar contenidos multimedia, dejar caer sus comentarios en un blog y acceder a materiales extra (entrevistas, enlaces, etcétera).

¿Qué *no es* este libro? ¿Qué temas no serán abordados en las próximas páginas? En este libro no filosofaremos sobre los cyborgs o las realidades virtuales ni entraremos a recopilar las últimas experiencias de arte digital.

Sí haremos referencia a las nuevas tecnologías colaborativas —como los weblogs y los wiki— pero no nos detendremos demasiado en ellas: sólo lo necesario para detectar su relevancia dentro del actual ecosistema de medios. Tampoco dedicaremos mucho espacio a analizar los contenidos de la comunicación digital (tarea pendiente para una semiótica de los hipermedios) ni cuantificaremos la difusión de las conexiones de banda ancha en nuestras sociedades.

En este libro apenas trataremos temas muy interesantes como los géneros en la web o la evolución de sus interfaces, o argumentos que están a la orden del día como la comunicación en los dispositivos móviles. Si alguien busca un informe sobre la divisoria digital o los efectos de los videojuegos en los niños, que elija otro libro. Éste no ha sido escrito para ese lector ¿De qué hablaremos en este libro? Bueno, si el(la) lector(a) tiene un poco de paciencia se lo explicaré en la introducción, dentro de un par de páginas más o menos.

¿Por qué este libro? Apenas terminé de escribir *Hacer clic. Hacia una socio-semiótica de las interacciones digitales* (Gedisa, 2004) me puse a trabajar en la segunda parte, un trabajo que enfocaba el ecosistema comunicativo digital desde la mirada semiótica y con un espíritu transversal y multimodal. Si *Hacer clic* se centraba en las microinteracciones, su segunda parte apuntaba al gran ecosistema mediático y a sus contaminaciones y evoluciones. Dos cosas pasaron en el camino: Steven Spielberg decidió filmar *La guerra de los mundos* de H. G. Wells —lo cual me obligó a desenterrar del disco duro el texto *No pasarán. Las invasiones alienígenas de Wells a Spielberg* (Páginas de Espuma, 2005), un libro que se volvía añejo desde hacía cuatro años en espera de alguna buena invasión— y mi práctica docente en la Universitat de Vic me llevó a pensar en la necesidad de «escribir algo sobre las teorías de la comunicación digital». Lo que nació como un par de ponencias para congresos terminó siendo libro... y aquí estamos. Para la segunda parte de *Hacer clic* el lector deberá esperar todavía un poco.

Pero la semiótica está presente en este texto bajo forma de mirada. Nuestro análisis de las nuevas teorías sobre la comunicación digital interactiva le debe mucho a la ciencia encargada de estudiar los procesos de producción de sentido y de interpretación. Entendemos las teorías como un conjunto de conversaciones y la actividad de los científicos como un

hacer performativo. Si, como decía Austin, podemos hacer cosas con las palabras, entonces los científicos *hacen teorías*. Pero para llegar a construir un modelo explicativo coherente de algún fenómeno, primero deben discutirlo con sus colegas para ajustar los conceptos y pulir sus aristas. O sea, las teorías son el fruto de conversaciones científicas. Podría decirse que este libro trata de las conversaciones teóricas alrededor de la comunicación digital interactiva.

Mencionar a todos los interlocutores que me han acompañado en estos últimos años es una tarea imposible. Trato de enumerarlos y corro el riesgo de quedar mal con alguno de ellos. Hago clic en la carpeta «América Latina» y aparecen varias subcarpetas (voy de norte a sur): «México» (que contiene los nombres de Bruno de Vecchi, Antonio Rivera, Guillermo Orozco Gómez, Silvia Tabachnik), «Colombia» (Jesús Martín-Barbero, Omar Rincón, Jorge Manrique y Jaime Alejandro Rodríguez Ruiz), «Cuba» (Milena Recio), «Puerto Rico» (Eliseo Colón), «Venezuela» (Rocco Mangieri), «Perú» (Teresa Quiroz), «Brasil» (Marcos Palacios, Elías Machado, Geane Alzamora, Cecilia Baranauskas, José Armando Valente, Damián Krauss), «Argentina» (Alejandro Piscitelli, Eliseo Verón, Mario Carlón, José Luis Fernández, Damián Fraticelli, Fernando Irigaray, Marcelo de la Torre, el Cholo Yunes y el resto de Dialógica, Sandra Massoni, María Ledesma, Norberto Baruch, Carlos Pérez Rasetti, Iris Bergero). Otro clic y se abre la carpeta «Europa»... navego de este a oeste y me meto en las carpetas «Finlandia» (Cai Melakoski), «Austria» (Tammo Trantow, Maurizio Poletto, Rainier Steindler y otros amigos del Europrix-Top Talent Award), «Suiza» (Mischa Schaub, Katherine Lutz-Waltard, Regine Halter y los estudiantes de Hyperwerk), «Italia» (Silvio d'Aló, Silvia Amici, Alessandra Russo Suppini, Gabriella Taddeo, Gianpaolo Balboni, Carlo Infante, Giuseppe Granieri, Nicoletta Vittadini, Fausto Colombo), «Francia» (Jean-Francois Verán), «España» (Antonio Caro, Jorge Lozano, Jesús González Requena, Gerard Imbert, Emilio Sáez Soro, Javier Díaz Noci, Xosé Pereira, José Luis Orihuela, Ramón Salaverría y siguen las firmas) y «Portugal» (Antonio Fidalgo, Joao Canavilhas). La carpeta «Catalunya» sigue creciendo sin parar (David Domingo, Laura Borrás, Pau Contreras, Joan Mayans, David Casacuberta, Santiago Miralles, Xavier Ruiz Collantes, José Manuel Jarque, Josep Lluís Micó Sanz y muchos más) y la de la revista *DeSignis* tampoco se que-

da atrás (Lucrecia Escudero, Rafael del Villar, Adrián Gimete Welsh y decenas de semióticos latinoamericanos estratégicamente distribuidos por el mundo). Los colegas de la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD), con los cuales compartimos un par de años de trabajo, debates y amistad, los investigadores que integran el Grup de Recerca de Interaccions Digitals (GRID) —Héctor Navarro, Hugo Pardo Kuklinski, Jaume Soriano, Ruth Contreras e Irene García— y el resto de mis colegas y alumnos de la Universitat de Vic también son parte de la red de interfaces sobre la cual se construye este texto. Algunos de los temas que se desarrollarán en las páginas siguientes provienen de intercambios en Digitalismo (www.digitalismo.com), el blog para digitalistas iberoamericanos que desde el 2005 editamos con Hugo Pardo Kuklinski. Elegido en 2007 entre los mejores blogs en español, Digitalismo se ha convertido en nuestro túnel de viento para poner a prueba ideas e intuiciones digitales. Los prestigiosos invitados que cada año nos visitan durante la eWeek-Setmana Digital a Vic también nos han enriquecido con sus conversaciones: Robert Logan, Kevin Kelly, Pierre Lévy, Howard Rheingold, Ted Nelson, Gonzalo Frasca y Massimo Maietti forman parte de esta lista.

Hago clic en la carpeta de «Fotos» y aparecen imágenes de talleres en Viena, Basilea y Rosario, conferencias en La Habana y Aguascalientes, mesas redondas en Vic, Turín y Amsterdam, ponencias en Dresde y Sevilla... Como siempre, estoy agradecido al software que nos ha acompañado en tantas jornadas de trabajo. En este caso las horas de uso de iTunes casi superan a las de Word. En la carpeta «MP3» está la columna sonora de este libro: Andrés Calamaro, Bersuit Vergarabat, Divididos, Rolling Stones, Kevin Johansen, Gotan Project, Misia, Liliana Herrero, Fabiana Cantilo, Tom Waits, Joaquín Sabina, Los Tigres del Norte y Bajofondo Tango Club. Finalmente, hago una mención de honor a mi familia, que soporta estoicamente las horas del autor frente a la pantalla.

Respecto al título de este libro, al lector no le costará mucho identificar el enlace con dos autores clásicos de los estudios de comunicación, uno de ellos un punto de referencia de la tradición crítica europea —tan devaluada en estos días—, el otro un movilizador de las transformaciones teóricas que vivimos en carne propia en los años de nuestra primera formación universitaria. Tal como me había pasado en el primer capítulo de *Hacer clic*,

donde a modo de introducción incluí un diálogo entre dos semiólogos —el argentino Luis Prieto y el italiano Tullio de Mauro—, una vez más dos teóricos —en esta ocasión Jesús Martín-Barbero y Hans Magnus Enzensberger— son los dos extremos de una línea que atraviesa nuestra vida de latinoamericanos transplantados en Europa y que nos lleva a repetir, junto con el músico argentino Charly García, que «tenemos que ir tan lejos para estar acá».

Vic, julio de 2008

CARLOS A. SCOLARI

www.hipermediaciones.com

www.digitalismo.com

INTRODUCCIÓN

Des-haciendo teorías

Nada ocurre sin el lenguaje.

F. FLORES

Vivimos nuestra vida social diaria en una atmósfera de conversación, discusión, argumentación, negociación, crítica y justificación.

J. SHOTTER

Las tecnologías pasan, las preguntas y las dudas quedan... ¿Qué es una teoría? ¿Qué es comunicación? ¿Puede una tecnología —o el uso de una tecnología— remodelar una teoría? ¿Acaso la difusión de la televisión en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial no articuló una nueva agenda de investigación en los estudios de comunicación? Sin ir muy lejos, la consolidación de la televisión como gran medio de comunicación de masas en los años sesenta coincide con la crisis del modelo de los efectos limitados (Klapper, 1969; Wolf, 1987), el desarrollo de conceptos como *agenda* (McCombs, 1996) o *videopolítica* (Wolf, 1994) y la irrupción del personaje-McLuhan en esas mismas pantallas que tanto desvelaban a los teóricos.

¿Cómo se verán estos años de vida digital dentro de unas décadas? ¿Qué pensarán de nuestras conversaciones teóricas? ¿Qué se dirá en el futuro de esta dieta hipercalórica de ciberteorías que hemos consumido desde la lle-

gada de la World Wide Web? No podemos descartar que los teóricos de la comunicación de mediados del siglo XXI nos traten con la misma socarrería con la cual nosotros leemos hoy las reflexiones sobre la bala de cañón o la aguja hipodérmica elaboradas en las primeras décadas del siglo XX.

Como dice Fernando Flores, en la vida diaria «pasamos mucho tiempo conversando» (1997: 16). Ese conversar tiene consecuencias y debe ser considerado un trabajo a todos los efectos. Los profesores e investigadores universitarios no somos ajenos a este tipo de dinámica. Nuestra jornada laboral se distribuye en diferentes actividades, desde hablar y escuchar a los alumnos en la clase hasta leer o escribir correos electrónicos. También mantenemos charlas telefónicas, leemos textos de otros investigadores y escribimos artículos. Un investigador, entre otras cosas, debe redactar proyectos para solicitar ayudas económicas, intercambiar ideas con sus colegas o presentar informes con los resultados de sus estudios. Todas son actividades exquisitamente lingüísticas. El lenguaje es el elemento fundamental para la creación y subsistencia de las organizaciones (Winograd y Flores, 1987; Flores, 1997) y de las instituciones científicas (Shotter, 2001).¹

El análisis de las conversaciones es esencial para entender un dominio científico.² Si para desarrollar su teoría de las empresas Flores necesitaba una teoría de la comunicación donde el lenguaje tuviera un papel central, para comprender el estado actual de los estudios de comunicación podemos seguir el mismo camino. En este modelo analítico

el lenguaje tiene un papel central; pero no el lenguaje entendido como herramienta descriptiva, sino como práctica articuladora de futuros con dos dimensiones: la noción de lenguaje como constitución de la realidad, y la noción de lenguaje como la forma en que la historia se manifiesta (Flores, 1997: 18).

1. Según Jesús Martín-Barbero, «en gran medida la forma como se conoce y difunde nuestra producción escrita es por circulación oral: ya sea intercambiando textos en los pasillos de los congresos y seminarios o mediante esa otra oralidad que conservan las cartas que acompañan el envío personal de libros que hacen los propios autores» (2002: 382).

2. Una brillante reflexión semiótica sobre las conversaciones entre científicos (y de los científicos con el resto de la sociedad) se encuentra en Verón (1999b).

Las universidades, centros de investigación, publicaciones especializadas y congresos constituyen el entorno organizativo donde se producen, circulan e interpretan los discursos científicos. Los científicos no se limitan a intercambiar información, sino que también debaten hipótesis, se pelean, llegan a acuerdos y asumen compromisos. Los investigadores, por ejemplo, se comprometen a respetar un método que los llevará al conocimiento y, ya dentro del aula, los profesores tratan de respetar el programa de su asignatura, que no es otra cosa que una lista de temas sobre los cuales hablar a lo largo del curso. Según Flores, «la comunicación y la organización están totalmente ligadas», ya que «la organización permite o no la comunicación, y [...] la organización se realiza a través de la comunicación» (p. 16). Desde esta perspectiva un campo científico es algo más que un espacio donde se manifiestan conflictos y en el que diferentes actores ponen en juego sus capitales simbólicos (Bourdieu, 1999): es también una red de conversaciones, un tejido de compromisos lingüísticos —en el sentido de la teoría de los actos del habla (Searle, 1990; Austin, 1982)— donde esos actores definen qué tipo de interacciones quieren mantener entre ellos, en qué clase de conversaciones les interesa participar y cómo las llevarán a cabo. Si queremos entender qué está pasando en un campo científico —en nuestro caso las teorías de la comunicación— debemos mapear sus discursos, identificar los enunciadores y enunciatarios que integran la red de conversaciones y comprender los actos del habla y escucha que tienen lugar dentro de esa porción de la semiosfera (Lotman, 1996).³

Nos proponemos pensar que las teorías son como un conjunto de conversaciones científicas sobre un tema determinado. Estas conversaciones tienen un diccionario propio, una delimitación del objeto del discurso, una serie de mecanismos más o menos declarados de exclusión (Foucault, 1999) y unas reglas discursivas que hay que respetar (al menos si se quiere se-

3. Según Aida Prado (2003: 138), «el objeto final de la investigación es un objeto semiotizado, semantizado, interpretado y colocado a disposición de los futuros investigadores». Cuando un investigador decide trabajar un tema en especial, lo primero que hace (o debería hacer...) es analizar todo lo que se ha dicho sobre ese argumento, ver cómo los colegas que lo precedieron construyeron el objeto de estudio, cómo lo hablaron, etcétera.

guir participando en *esa* discusión). Además, para tener éxito en las conversaciones teóricas hay que utilizar un conjunto de conceptos compartido por la comunidad de hablantes. «Antes de conversar, aclaremos los términos», decía Voltaire. Si decidimos hablar de economía política, nuestro discurso estará plagado de *clases sociales, mercancías, reproducción, dialéctica, capitalismo o fetichismo*,⁴ y si entablamos una conversación semiótica utilizaremos conceptos como *signo, semiosis, interpretación o enunciatario*.

Durante varias décadas las teorías de la comunicación se fijaron como objetivo encontrar una definición compartida para su objeto de estudio y un modelo que representara fielmente el proceso comunicativo. Como sabemos, ésta fue una empresa infructuosa: cada teoría propuso su propio modelo y definición de *comunicación*. Según Craig, «las diferentes tradiciones de la teoría de la comunicación ofrecen distintos caminos para conceptualizar y discutir las prácticas y problemas comunicativos. Estos caminos derivan de (y apelan a) ciertos lugares comunes y creencias sobre la comunicación, al mismo tiempo que problematizan otros. En este diálogo entre tradiciones la teoría de la comunicación puede ser plenamente interconectada con la práctica discursiva (o metadiscursiva) sobre la comunicación en la sociedad» (1999: 120). Podría incluso decirse que las teorías de la comunicación no han sido otra cosa que una gran conversación destinada a aclarar el significado de la palabra *comunicación*.

Proponerse a estas alturas dotar de un significado unívoco al concepto de *comunicación* no tiene sentido. Si pasamos revista a todas las definiciones elaboradas en los últimos cincuenta años podríamos tardar otro medio siglo en enumerarlas. Es mejor elegir una, la que más nos guste, la que mejor se adapte a nuestra visión de los procesos de intercambio simbólico. Y ya que hablamos de *sentido* y de *conversaciones*, quizá la mejor definición de comunicación es la que propuso hace unos cuantos años Algirdas Greimas: «La comunicación sólo es una sucesión de malentendidos» (1996: 13). Para el semiótico lituano la comunicación es el «lugar de los errores, de las

4. No nos engañemos: ya casi nadie habla de economía política usando esos términos. Es más, ya casi nadie habla de economía política. Ahora sólo hablan los economistas y los políticos, pero no es lo mismo.

mentiras y los secretos» (1991: 27). Con esta definición matamos dos pájaros de un tiro: por un lado nos despegamos de cualquier concepción lineal de la comunicación —«el discurso no sólo es el lugar donde se produce el encuentro del significante con el significado, sino también el lugar donde se producen las distorsiones de la significación, debidas a las exigencias contradictorias de la libertad y de las constricciones de la comunicación [...]» (Greimas, 1968: 49)— y por otro reconocemos el carácter contradictorio y polémico de nuestro objeto de estudio. Si la comunicación es una «sucesión de malentendidos»... ¿qué otro destino le podría corresponder a la disciplina encargada de estudiarla?

Cada definición de *comunicación* está fundada en una metáfora (Lakoff y Johnson, 1985, 1987; Lizcano, 2006). La comunicación ha sido vista sucesivamente como canal, instrumento, flecha, proyectil, conflicto, contrato, orquesta, espiral o red. Cada una de estas metáforas configura las percepciones, preguntas y métodos del investigador. Si la comunicación es un *proyectil*, entonces se tratará de medir su *impacto* en los receptores, y si la consideramos un *canal*, nos fijaremos sobre todo en las características tecnológicas del *tubo* por donde circulan los mensajes. A los que ven la comunicación como una relación polémico-contractual les interesa analizar quiénes son los interlocutores, qué estrategias discursivas desarrollan para persuadir a sus contrincantes y qué procesos de interpretación se llevan a cabo. Pero las metáforas, como sostiene Lizcano, «también arrastran sentimientos y valores» (2006: 66) y, a partir del uso continuado por parte de una comunidad de hablantes, terminan por naturalizarse:

Estas metáforas son tan comunes que nos pasan desapercibidas. Con su uso reiterado, han cristalizado en tópicos o en conceptos, borrando las huellas de su origen metafórico. Es precisamente esa naturalidad adquirida (por el olvido del artificio que la origina) lo que las hace tan eficaces. Más que metáforas que decimos, son metáforas que nos dicen. Nos dicen lo que debemos ver y lo que no, así como la manera en que debemos verlo; lo que debemos sentir y lo que no, así como la manera en que debemos sentirlo (Lizcano, 2006: 86-87).

A comienzos del siglo XXI las metáforas que ven a la comunicación como un proyectil destinado a impactar a los receptores o un instrumento para el

desarrollo, la concienciación o la dominación social son cada vez menos utilizadas por la comunidad científica. En este texto haremos una apuesta muy clara por la metáfora del ecosistema, o sea la comunicación entendida como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas.

Por otro lado en los debates científicos —como en cualquier otra conversación— siempre operan mecanismos de exclusión. No podemos decir *cualquier cosa*. En un artículo científico expresiones como «yo creo que...» no suelen estar permitidas y el autor debe explicitar permanentemente sus fuentes de información y justificar sus conclusiones y tomas de posiciones. El texto científico, además, debería indicar un marco teórico que responda a la pregunta: «¿Desde dónde habla este autor?» y al final, después de las conclusiones, algunos aconsejan indicar posibles desarrollos futuros a partir del trabajo realizado. De esta manera el artículo se encuadra en una narrativa mayor que lo contiene y, como en un producto de la cultura de masas, termina con un *Continuará*. Si no respetamos algunas de estas reglas (u otras que los expertos en epistemología y metodología de la investigación científica se encargan de determinar) los mecanismos de exclusión nos expulsarán de la literatura científica y nos remitirán, por ejemplo, al ensayo o un poco más allá, al exilio del género periodístico. Los mecanismos de exclusión, como ya dijimos, están presentes en cualquier conversación y forman parte del orden del discurso. Pueden servir para deslegitimar a un interlocutor o para mantener la coherencia de una conversación. El movimiento discursivo de exclusión traza una frontera y al mismo tiempo consolida una comunidad.

Este libro se propone describir las transformaciones del ecosistema mediático y las conversaciones teóricas sobre la comunicación digital interactiva que se han ido desarrollando en los últimos años. Además, nos interesa analizar algunos de los malentendidos surgidos en el territorio epistemológico donde las teorías de la comunicación se cruzan con las tecnologías digitales. O sea que este libro se podría subtítular «Introducción a los malentendidos comunicacionales digitales»... ¿Cómo relatar una historia de malentendidos? Una posibilidad es contar las diferentes versiones que existen y que el lector elija la que más le convence. También se podrían fragmentar dichas versiones y presentarlas entrelazadas, como un mosaico de

muchos colores que componen un cuadro general. Marshall McLuhan no hubiera dudado: la segunda opción era la suya, la que él dominaba mejor.

En este texto proponemos el siguiente guión. El libro comienza con una *introducción* que el lector está leyendo en este mismo momento (imaginen un punto rojo en el mapa que especifica «Usted está aquí»). A partir de ahí se pasa a un ala del edificio denominada *Primera parte: el saber comunicacional*. Este sector cuenta con varias habitaciones que recomendamos leer en orden secuencial (o no):

- *Capítulo 1. Teoría y comunicación frente al fantasma digital* o donde el lector se encontrará con una descripción del *stato dell'arte* en los estudios de la comunicación de masas y con algunas de las dudas que aquejan a los que pretenden trabajar en tan amplio y controvertido campo.
- *Capítulo 2. De los nuevos medios a las hipermediaciones* o donde el lector entrará en el territorio de las comunicaciones digitales interactivas a partir de un debate sobre el objeto de estudio y las formas de nombrarlo.
- *Capítulo 3. Conversar sobre las hipermediaciones* o donde el lector vivirá en primera persona el debate sobre las ciberculturas y la necesidad de generar nuevos paradigmas teóricos para entender lo que está pasando en el mundo de las comunicaciones digitales interactivas.
- *Capítulo 4. Las utopías digitales (o las nuevas ideologías de la comunicación)* o donde, como el título indica, el lector se verá obligado a diferenciar la paja del trigo, o sea, a separar los discursos teóricos de los excesos ciberculturales.

Y así hemos llegado al otra ala del edificio, denominada *Segunda parte: el hacer comunicacional*. También aquí el lector podrá optar por recorrer de manera secuencial las habitaciones o simplemente vagar por ellas sin rumbo:

- *Capítulo 5. Economía política de las hipermediaciones: la producción* o donde el lector conocerá las nuevas lógicas productivas del mundo digital y verá cómo éstas favorecen el nacimiento de entornos colaborativos.
- *Capítulo 6. Economía política de las hipermediaciones: los textos* o donde el lector volverá a encontrarse con las bondades del hipertexto, la multi-

medialidad y otras propiedades de las producciones digitales que están contaminando al mundo de los medios de comunicación.

- *Capítulo 7. Economía política de las hipermediaciones: el consumo* o donde el lector debería terminar entendiendo la diferencia entre audiencia y usuario, y sabiendo los peligros que entraña la creencia en el mito de la usabilidad.

Para la despedida hemos preparado una tercera sala (tercera parte) llamada *Hipermediaciones* donde, además de retomar lo que se ha dicho en las otras habitaciones, el lector se enterará, entre otras cosas, de las nuevas subjetividades espaciotemporales que están generando las tecnologías digitales.

La metáfora arquitectónica termina aquí, en esta última reflexión: no nos interesa construir palacios teóricos sino mapear las conversaciones que están naciendo al calor de la digitalización de las comunicaciones. Resulta difícil, por el momento, ir mucho más allá. El libro propone, en pocas palabras, una aportación teórica a una conversación sobre la comunicación que no comienza ni acaba con este texto que el lector tiene en sus manos.

PRIMERA PARTE
EL SABER
COMUNICACIONAL

1

Teoría y comunicación frente al fantasma digital

Los *media studies* están casi muertos...

Larga vida a los *new media studies*...

D. GAUNTLETT

Un fantasma recorre el mundo de la comunicación. No empuña banderas rojas pero, como los viejos espectros del siglo XIX, nos invita a sumarnos al tren de la Historia para cambiar nuestras vidas. *New economy, eBusiness, eLearning, information highways, eGovernment, eHealth, virtual communities, artificial intelligence...* podríamos seguir durante varias páginas agitando banderas y exprimiendo el Diccionario Oxford hasta llegar al concepto que nos interesa: los *new media*.

La difusión de la tecnología electrónica del *broadcasting* a partir de la segunda década del siglo XX fue acompañada por el desarrollo de teorías sobre «nuevos medios» como la radio y, treinta años más tarde, la televisión. Este cuerpo teórico integró en una misma tradición diferentes tipos de estudios, como las investigaciones sobre el periodismo o la opinión pública, hasta llegar a consolidarse como un nuevo territorio epistemológico: las teorías de la comunicación de masas. La aparición de una nueva genera-

ción de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcasting* sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas.

En la última década numerosos autores han tratado de construir o al menos delinear una teoría de los nuevos medios. Las teorías sobre la World Wide Web (Burnett y Marshall, 2003; Gauntlett y Horsley, 2004), las reflexiones tecnoculturales sobre los medios electrónicos (Thornton Caldwell, 2000), los análisis de los procesos de remedación (Bolter y Grusin, 2000) o las introducciones críticas a los *new media* (Lister *et al.*, 2003) son sólo algunos ejemplos de una producción científica por demás heterogénea. En este primer capítulo reflexionaremos sobre el estado actual de las investigaciones sobre la comunicación digital interactiva en el contexto de los estudios sobre la comunicación de masas.

Aun si trabajamos con una definición estrecha del término, podemos sostener con cierta seguridad que existen numerosas formas de comunicación. Hay una comunicación intrapersonal con nosotros mismos, así como hay una comunicación cara a cara (interpersonal), con o sin mediación tecnológica, entre dos sujetos. Tenemos comunicaciones de grupo y, quizá las más estudiadas a lo largo del siglo XX, también encontramos las comunicaciones de masas. A principios del siglo XXI se sospecha la existencia de nuevas formas posmasivas de comunicación. En este libro nos interesan los procesos de comunicación mediados por tecnologías digitales. Para identificar a las producciones teóricas que tratan de explicar estos nuevos procesos nos referiremos a ellas como teorías de la comunicación digital interactiva. En este juego constructivo (estas teorías no existen como tales, debemos construirlas como objeto de estudio) haremos permanentemente referencia a las teorías de la comunicación, sobre todo a los saberes científicos que han tratado de explicar los procesos de comunicación de masas.

1.1. Hablar las teorías de la comunicación

La autonomía científica del campo de estudios de la comunicación es muy baja y tiende a decrecer aún más.

R. FUENTES NAVARRO

El territorio de las teorías de la comunicación de masas se encuentra atravesado por una trama de modelos teóricos, metodologías y diccionarios particulares imposibles de englobar en un único discurso. De la *agenda-setting* al enfoque funcionalista, pasando por la espiral del silencio, los usos y gratificaciones o las teorías de la dependencia y el imperialismo cultural, resulta imposible articular toda esta producción teórica en un discurso científico consistente. Por el contrario, las teorías de la comunicación de masas constituyen un espacio donde se confrontan discursos que, en mayor o menor medida, se inspiran y recrean debates de las ciencias sociales.

Sólo desde esta perspectiva podemos hablar de las *teorías de la comunicación de masas* como entidad más o menos diferenciada. Se trata, como ya dijimos, de un conjunto de conversaciones sobre unos determinados objetos y procesos. Entre otras cosas estas teorías hablan de los medios masivos, de los intercambios simbólicos que éstos posibilitan y de la dinámica que oponen las estrategias de manipulación a los procesos de interpretación. La novedad de lo digital llega por lo tanto a un campo fluctuante, aportando aún más inestabilidad a las conversaciones sobre los medios.

Según Thornton Caldwell, «teorizar la cultura digital no significa simplemente examinar cómo los teóricos han articulado y descrito sus efectos. También significa prestar atención al proceso según el cual la misma teoría es una práctica cultural, producida y que circula dentro de comunidades profesionales específicas» (2000: 10). Las tecnologías informáticas en general y las comunicaciones digitales en particular han dado lugar a muchas (¿demasiadas?) conversaciones. En los últimos quince años parecería que no se hubiera hablado de otra cosa: hipertextos, interfaces, simulaciones, virtualidades e interacciones han entrado a formar parte de nuestras charlas cotidianas. Desde la aparición de la World Wide Web los investigadores de la comunicación de masas han introducido en sus conversaciones

decenas de conceptos de origen digital y se han visto casi obligados a incorporarlos en sus agendas de investigación (Scolari, 2005a). No existe ningún teórico de la comunicación que no se haya enfrentado al menos una vez con estas cuestiones. Así como los chips se fueron infiltrando en los objetos que nos rodean, los tópicos digitales se fueron entramando en nuestras conversaciones teóricas.

Pero antes de llegar a la digitalización de las teorías de la comunicación nos toca recorrer un largo camino. Si el objetivo es describir las conversaciones científicas inspiradas en las nuevas formas de comunicación digital, debemos comenzar analizando cómo se organizaban *antes* las conversaciones en el campo de las teorías de la comunicación de masas.

1.1.1. Organizar las conversaciones del campo comunicacional

Como demuestran las recientes teorías evolutivas, los grandes procesos de cambio en los ecosistemas biológicos no se producen gradualmente sino de manera explosiva. La aparición de nuevas especies —como durante la explosión cámbrica hace 500 millones de años— se concentra en períodos de tiempo muy reducidos (Kaufmann, 1995). Es probable que los estudios de comunicación estén entrando en un fase de este tipo, caracterizada por el estallido en las pantallas interactivas (antes que en los libros) de nuevas conversaciones e interlocutores. Antes de analizar las conversaciones que van tomando forma en los estudios de comunicación conviene dar un vistazo al juego teórico anterior. ¿Por qué? Porque los estudios sobre los *new media* no pueden, alegremente, desterrar al olvido casi un siglo de investigación sobre los *old media*.¹ Algunos autores hablan con toda razón —y coincidimos con ellos— de una amnesia histórica en las investigaciones sobre la comunicación digital. Según Thornton Caldwell (2000) para los estudios de comunicación es esencial poner en su contexto histórico a la retórica y la teoría digital.

Las teorías de la comunicación han sido clasificadas de diferentes maneras: a partir de su origen disciplinario (sociología, psicología, antropología,

1. Véase al respecto las interesantes reflexiones de Jennifer Light (2006) sobre la historia del fax.

etcétera), de sus sistemas explicativos (cognitivo, sistémico, etcétera), de sus niveles de organización (interpersonal, grupal, institucional, masiva, etcétera), de sus premisas epistemológicas (empíricas, críticas, etcétera) o de su concepción implícita de la práctica comunicacional (retórica, semiótica, fenomenológica, etcétera) (Craig, 1999). Nuestra descripción de las teorías de la comunicación de masas sigue el criterio tradicional que las organiza en grandes paradigmas o modelos a partir de la epistemología que subyace a sus dominios conversacionales. Obviamente, la representación que proponemos es esquemática y debería ser vista como una especie de caricatura de un territorio mucho más complejo, cruzado por contaminaciones teóricas y confrontaciones entre paradigmas:

- *Paradigma informacional*: podría decirse que ha sido «el paradigma» por excelencia. Hasta la naciente semiología de los años sesenta cayó rendida a sus pies. Sin embargo el paradigma empírico-analítico ha sido el que mejor ha integrado dentro de su modelo al paradigma informacional. La teoría de la información (o teoría matemática de la comunicación) de Shannon y Weaver (1981) ofrecía a los sociólogos un modelo sencillo para representar lo que para ellos era un proceso lineal y directo que iba de un emisor a un receptor. La fusión de ambos modelos en el contexto de una teoría del *broadcasting* toma cuerpo en la famosa tumba de Schramm (1972).
- *Paradigma crítico*: este paradigma —un espacio discursivo central en las ciencias sociales del siglo xx (Mansilla, 1970)— encuentra su expresión más definida en la producción de la Escuela de Fráncfort. Desde las reflexiones de Theodor Adorno y Max Horkheimer (1981) sobre la industria cultural y la racionalización de la dominación en los años cuarenta hasta las denuncias del imperialismo comunicacional de Armand Mattelart en los setenta, pasando por la lucidez inoxidable de Walter Benjamin (1981), la escuela crítica siempre ha hecho oír su voz en las conversaciones de las teorías de la comunicación de masas. El espíritu de Fráncfort siguió teniendo vigencia gracias a los trabajos de Herbert Marcuse (2001), Jürgen Habermas (1998), Tomás Maldonado (1998) y otros investigadores interesados en desmontar las estructuras de dominación de la sociedad capitalista.

- *Paradigma empírico-analítico*: encarnado en el objeto de estudio (los efectos) y el método (empírico-cuantitativo) de la *Mass Communication Research*, este paradigma ha sido durante décadas el principal contrapunto teórico del paradigma crítico. También podemos ver esta oposición como una confrontación entre un modo europeo y otro estadounidense de hablar la comunicación de masas. Si bien la investigación empírica ha evolucionado con el correr de los años —entre otras cosas se ha ido puliendo y perfeccionando hasta desarrollar métodos cada vez más finos de recolección y análisis de datos—, es posible reconocer una línea epistemológica bastante coherente desde sus inicios en los años veinte. Más allá de la mayor o menor simpatía que puedan despertar sus investigaciones de corte administrativo, los nombres de Harold Lasswell (1927), Robert Merton (Lazarsfeld y Merton, 1986), Paul Lazarsfeld (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1962) o Wilbur Schramm (1972) ya son parte de la historia de los estudios de la comunicación de masas.
- *Paradigma interpretativo-cultural*: inspirado en la investigación antropológica, dicho paradigma excede ese campo para entrar de lleno en los estudios de comunicación. El paradigma interpretativo-cultural entiende que la comunicación de masas es una construcción social, y por lo tanto se centrará en aspectos como el *newsmaking*, los discursos sociales o los procesos de recepción y los abordará con métodos cualitativos. Esta forma de encarar el estudio de la comunicación de masas fue tomando forma gracias a los trabajos de los investigadores británicos —desde Raymond Williams (1983) hasta Stuart Hall (1980), Nicholas Garnham (1986) y David Morley (1996)— y latinoamericanos —entre los que no podemos dejar de nombrar a Jesús Martín-Barbero (1987), Néstor García Canclini (1989), Aníbal Ford (1994), Jorge Rivera, Eduardo Romano (Ford, Rivera y Romano, 1985), Renato Ortiz (1997), Guillermo Orozco Gómez (1997)— a partir de los años sesenta en el Reino Unido y de los ochenta en América Latina. Si bien existen rasgos que los distinguen —por ejemplo el componente marxista que aún sobrevive en la reflexión anglosajona pero que se ha ido diluyendo en la producción latinoamericana—, los estudios culturales británicos y latinoamericanos fueron creciendo a lo largo de las últimas décadas hasta conformar un territorio delimitado por problemáticas y metodologías, si

no comunes, al menos bastante vecinas. No los une el amor sino la recuperación de formas de trabajo etnográficas, un interés por las culturas marginales (los punks en Londres, las barriadas pobres de Río de Janeiro o Lima) y los estudios sobre la recepción de los géneros populares (las telenovelas en el sur, los informativos en el norte). Además, la investigación de inspiración cultural ha tenido pocos prejuicios a la hora de contaminarse con otros campos del saber como la antropología, la teoría política o la semiótica.²

Dos notas sobre este mapa que acabamos de delinear. En primer lugar volvemos a repetir que se trata de un simple esbozo, un esquema rápido para comenzar a ordenar las conversaciones que nos interesa analizar. En segundo lugar, en este mapa cuesta encontrar un lugar para la semiótica. Y aquí se abre una discusión que afrontaremos de manera tangencial: ¿hasta dónde las conversaciones sobre los medios que la semiótica lleva adelante pueden incluirse dentro de las teorías de la comunicación de masas? Es un viejo debate. En un texto publicado originalmente en 1968 Eliseo Verón mezclaba las aguas:

Desde el punto de vista más general, es preciso dar un nombre al conjunto de las disciplinas que estudian los fenómenos de la comunicación social, desde la comunicación en especies subhumanas hasta la comunicación de masas. Los problemas teóricos comunes a este conjunto de disciplinas son lo bastante numerosos como para desear la existencia de una denominación común que las abarque. La terminología no está aún estabilizada, de modo que, por el momento, semiología, semiótica o simplemente ciencias de la comunicación pueden ser consideradas expresiones equivalentes (1984: 19-20).

2. Mattelart y Neveu ofrecen un buen mapa de los estudios culturales ingleses. Ambos autores marcan polémicamente las diferencias entre dos formas de encarar la investigación: si los estudios británicos fueron «iniciados por investigadores procedentes de una izquierda en busca de un modelo alternativo de cambio social», sus colegas latinoamericanos debieron sufrir en los años ochenta la herencia (y el miedo) de las represiones dictatoriales y en los noventa el triunfo del neoliberalismo. Por estos motivos sus temáticas se ocupan «del consumo o de la identidad», lo cual es «menos comprometido que analizar las estructuras de poder, los movimientos sociales o la extremada concentración de los medios» (2004: 119-120).

Tres años más tarde, en una conferencia dictada en Milán, Algirdas Greimas sostenía que el estudio de las comunicaciones sociales no ofrecía «garantías de homogeneidad metodológica suficientes para sancionar la constitución de una disciplina autónoma» (1991: 140). Greimas ha sido quien más ha insistido en desplegar una idea de comunicación totalmente opuesta a aquella sostenida por las teorías de la comunicación de masas (tanto en su versión empírico-analítica como crítica). Como ya indicamos, para el semiólogo lituano la comunicación es un proceso polémico-contractual, una «sucesión de malentendidos» (1996: 13) que no puede ser reducida a las linealidades del modelo emisor/mensaje/receptor que reinó durante años en el mundo de las teorías de la comunicación.³ Si vamos un poco más atrás, el italiano Ferruccio Rossi-Landi, ya en 1961, había demolido la que él llamaba la *teoría del paquete postal*. La comunicación, decía Rossi-Landi, no puede ser considerada un paquete que viaja de un emisor a un receptor. Éste es un modelo inadecuado para representar un proceso donde lo que sale nunca es igual a lo que llega (Calabrese, Petrilli y Ponzio, 1993: 129). Desde esta perspectiva la semiótica se colocaría en la vereda de enfrente respecto a una tradición que por la derecha o la izquierda terminó comulgando con los modelos de Lasswell y Shannon.⁴

Este debate entre semiótica y ciencias de la comunicación sirve para ilustrar las relaciones peligrosas que se suelen establecer entre las teorías de

3. Es obvio que los planteamientos de Eliseo Verón también estaban en las antípodas de cualquier idea lineal de la comunicación, sólo que el argentino no tenía tantos pruritos a la hora de usar el concepto de *comunicación* (o *ciencias de la comunicación*).

4. Estas lecturas divergentes se enrarecen por los procesos que ha atravesado la semiótica en Europa: de moda teórica desde los años sesenta hasta los ochenta, en la última década del siglo XX pasó a convertirse, al menos en algunos países, en una peligrosa enfermedad de la cual había que mantenerse alejado. Por ejemplo en España muchos investigadores que hablan la lengua semiótica o alguno de sus dialectos prefieren proteger su integridad curricular autodefiniéndose analistas de discursos o directamente enrolándose en los estudios culturales... Lo peor que le puede pasar a una teoría es ponerse de moda. Cuando deja de estarlo entra en un período donde los teóricos, como un vestido de la temporada anterior, tratan de sacársela de encima. Por el contrario, creemos que puede ser una experiencia cuanto menos interesante recuperar paradigmas olvidados —o por lo menos fuera de los reflectores de los escaparates epistemológicos— para iluminar de manera novedosa un objeto de estudio.

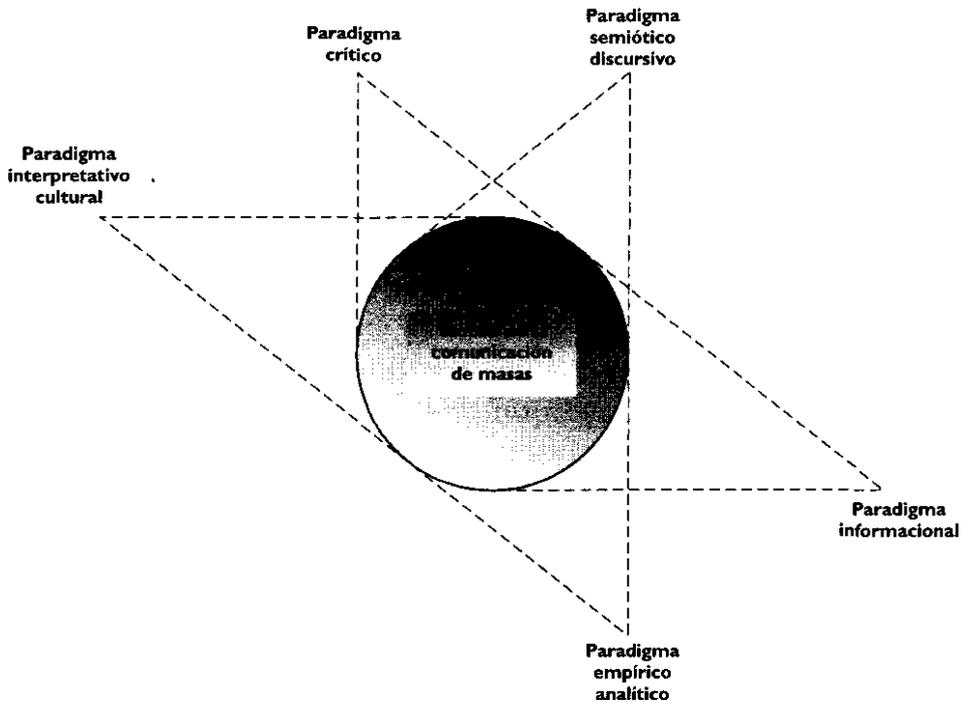
la comunicación y otros campos del saber. De estos grandes paradigmas, seguramente el cultural interpretativo —al ser más proclive a la promiscuidad en sus conversaciones— es el que más ha sabido incorporar conceptos e instrumentos de análisis provenientes de la semiótica. Entonces, ¿por qué no englobar a la semiótica dentro del paradigma cultural? Por dos motivos. En primer lugar, porque si bien el paradigma interpretativo también incorpora buena parte del paradigma crítico, eso no es motivo suficiente para pegar las figuritas de Stuart Hall o Raymond Williams en el mismo álbum que las de Theodor Adorno y Max Horkheimer. Y, en segundo lugar, para evitar las iras de algunos colegas que consideran que la semiótica tiene poco en común con el enfoque culturalista. Una cosa es evidente: el estudio de los procesos de comunicación no puede prescindir de un espacio teórico de reflexión dedicado a la producción de sentido y a los procesos de interpretación.⁵ Por lo tanto, podemos incluir en nuestra descripción un quinto y último paradigma:

- *Paradigma semiótico-discursivo*: partiendo de los trabajos de Saussure (1985) y Peirce (1987), en la segunda mitad del siglo XX la semiótica se convirtió en un catalizador de saberes lingüísticos, sociológicos, sistémicos, psicológicos y cognitivos. En los años sesenta las primeras investigaciones realizadas en Francia (Barthes, 1986, 1990; Metz, 1974, 2001, 2002) e Italia (Eco, 1962, 1964, 1968) abrieron el camino al estudio de las textualidades que circulan por los medios de comunicación de masas. Fabbri (1973) se encargará de separar las aguas y definir las pertinencias de la *mirada semiótica* respecto al enfoque sociológico. El acercamiento a las ciencias cognitivas (Eco, 1979, 1984, 1991, 1997) —criticado por algunos semióticos (Fabbri, 1998)—, la proliferación de diferentes líneas de trabajo (las llamadas *semióticas aplicadas*), el debate entre una semiótica interpretativa y otra generativa, y el diálogo a veces conflictivo con los estudios culturales —que no dudaron en apropiarse de una buena parte del bagaje semiológico— han sido algunos de los

5. Por si existen dudas, volvemos a aclarar que el objetivo de este libro es analizar las nuevas conversaciones sobre la comunicación digital y no debatir las relaciones entre los estudios culturales, la semiótica y las teorías de la comunicación.

hechos más significativos para la semiótica de finales del siglo. Además, si consideramos que en los últimos años los semióticos han estado muy ocupados analizando los medios digitales y las interacciones (DelVillar y Scolari, 2004; Scolari, 2004; Cosenza, 2003, 2004), este campo del saber todavía en ciernes —una semiótica específica de las comunicaciones interactivas— y debería ser incluido entre los posibles interlocutores de las teorías de la comunicación digital que se encuentran también en desarrollo.

De esta manera, el paradigma semiótico-discursivo queda integrado en un primer esquema de las conversaciones que han generado las teorías de la comunicación de masas a lo largo del siglo XX (véase la figura 1.1).



FUENTE: elaboración del autor.

Figura 1.1.
Los grandes paradigmas de la comunicación de masas

Llegados a este punto, el mapa de las teorías de la comunicación de masas que proponemos se podría traducir en una tabla (véase la tabla 1.1). En las cuatro primeras columnas encontramos los principales conceptos que se emplean (*Diccionario*), los grandes temas de debate (*Agenda*), la forma de abordar el objeto de estudio (*Métodos*) y los *Enunciadores* más destacados en cada una de las conversaciones sobre la comunicación de masas que hemos identificado. Hasta aquí nada nuevo: este esquema es parte del programa canónico de la asignatura de Teorías de la Comunicación en cualquier universidad.

Las dos últimas columnas merecen una explicación más detallada. Entendemos por *matrices teóricas* el gran campo del saber científico (autónomo y reconocido) sobre el que se asienta un determinado paradigma comunicacional. Toda teoría está obligada a abreviar en las aguas de otras teorías precedentes. Así como el paradigma crítico se apoya en la economía política de corte marxista y el psicoanálisis, el interpretativo-cultural abreva en las aguas antropológicas, semiológicas, politológicas, etcétera. De estas matrices proviene el interés por un(os) objeto(s) de estudio(s), la elección de una determinada metodología, un diccionario básico y, hasta nos animaríamos a decir, cierto estilo narrativo. Las marcas que deja Theodor Adorno sobre el papel son muy distintas a las de Roland Barthes o Raymond Williams.

En la columna *Especialización* nos interesa incorporar el nombre que reciben las extensiones de un campo de saber que tienden a independizarse o, por lo menos, a recortarse como una rama específica de un árbol. El paradigma empírico-analítico, por ejemplo, se consolidó cuando la sociología de la comunicación dejó de ser una simple especialización para tomar alas y remontar su propio vuelo. Estas especializaciones, o mejor aún, los procesos que llevan a su nacimiento, son también los que encarnan y animan los debates dentro de las teorías de la comunicación de masas.

Tabla 1.1.
Las teorías de la comunicación de masas

Paradigma	Diccionario	Agenda	Métodos (técnicas)	Enunciadores	Matrices teóricas	Especialización
	<i>emisor, receptor, código, canal, mensaje, entropía, ruido, feedback, retroalimentación</i>	Calidad de las transmisiones. Procesos de retroalimentación.	Cuantitativos	C. Shannon W. Weaver N. Wiener	Ingenierías.	Cibernética. Teoría de la información.
	<i>alienación, clase, ideología, falsa conciencia, mercancía, racionalidad, imperialismo, unidimensionalidad</i>	Producción, distribución y consumo de bienes culturales. Dominación y reproducción social.	Especulativo (análisis producción, análisis ideológico, etcétera).	T. Adorno W. Benjamin M. Horkheimer H. Habermas T. Maldonado H. Marcuse	Economía política. Psicoanálisis.	Economía política de la comunicación y la información.
	<i>efectos, opinión pública, audiencias, función, disfunción, agenda, rutina productiva</i>	Efectos Opinión pública. Agendas.	Cuantitativos (encuestas, sondeos, estudio contenido manifiesto, etcétera).	H. Lasswell P. Lazarsfeld M. McCombs R. Merton W. Schramm	Sociología. Psicología conductista. Teoría de la información.	Sociología de la comunicación. Psicología de la comunicación.
	<i>subcultura, hegemonía, culturas populares, audiencias, mediaciones, connotación, texto, discurso, interpretación</i>	Producción, distribución y consumo cultural. Subculturas. Resistencias y hegemonías. Culturas populares y cultura de masas.	Cualitativos (diagnóstico, entrevistas, historias de vida, etcétera).	S. Hall D. Morley R. Williams N. García Canclini A. Ford J. Martín-Barbero G. Orozco Gómez R. Ortiz J. Rivera	Antropología cultural. Economía política. Semiología. Teoría política. Historia. Etnografía.	Antropología de la comunicación. <i>Media Studies</i> <i>Film Studies</i> Estudios de audiencias. Estudios de recepción.
	<i>enunciador, enunciario, signo, lengua, habla, connotación, texto, discurso, sentido, interpretación</i>	Procesos de producción de sentido e interpretación. Discursos sociales.	Cualitativos (estudio contenidos latentes, análisis textual, análisis discurso, etcétera).	R. Barthes G. Bettetini U. Eco P. Fabbri A. Greimas R. Jakobson C. Metz E. Verón	Lingüística. Filosofía del lenguaje. Psicoanálisis.	Semióticas aplicadas (cine, televisión, publicidad, etcétera).

FUENTE: elaboración del autor.

Antes de terminar esta sección lo volvemos a repetir: este mapa teórico es un esquema general. Por fortuna la realidad de los estudios de comunicación de masas es mucho más dinámica y presenta numerosas contaminaciones entre paradigmas.⁶ Las conversaciones reales dentro de la teorías de la comunicación de masas han sido mucho más complejas y han involucrado a numerosos interlocutores: psicólogos, expertos en ciencias cognitivas, teóricos políticos, narratólogos, ingenieros, etcétera. La llegada de nuevas formas de comunicación multimedia e interactivas está incrementado aún más los malentendidos al descolocar estas viejas conversaciones teóricas y aumentar el número de interlocutores que se suman al debate (Scolari, 2005b).

1.2. ¿Una mirada comunicacional?

Los lenguajes de la ciencia son mutuamente intraducibles,
y fuertemente diferenciales, promoviendo una Babel
a la hora de su mutuo discernimiento.

R. FOLLARI

1.2.1. Entre cientificismo y ensayismo

Este primer mapa del territorio de las teorías de la comunicación de masas puede llevarnos a pensar en la existencia de un espacio consolidado académica y científicamente. Sin embargo, si los encuadramos en el contexto de las ciencias sociales, los estudios de comunicación aparecen todavía sin un perfil claro ni un destacado reconocimiento institucional. Existen cientos de facultades donde se enseña e investiga la comunicación y miles de alumnos se matriculan en ellas todos los años. Las carreras de Periodismo, Publicidad o Comunicación social mantienen desde los años ochenta un

6. Este esquema, además, presenta un problema aparentemente secundario que, a la hora de investigar la comunicación digital, se vuelve fundamental: ¿dónde colocar a Marshall McLuhan? Casi medio siglo después de su irrupción teórica, McLuhan sigue siendo un interlocutor incómodo e inclasificable.

lugar de privilegio en el imaginario de los futuros estudiantes universitarios. Proliferan las colecciones de libros —casi todas las editoriales poseen al menos una— y se inauguran librerías dedicadas a las ciencias de la comunicación. Los congresos, sobre todo en América Latina, suelen convocar a una cantidad de asistentes que supera a los de cualquier otro campo científico. Sin embargo, a menudo esta febril actividad no tiene un correlato institucional. Existen en Iberoamérica muchas revistas de comunicación pero pocas están reconocidas internacionalmente. Los trabajos académicos que en ellas se publican quedan fuera de esos dispositivos de inclusión/exclusión científica llamados, con espíritu inquisitorial, índices de citación. Un mediocre *journal* publicado en inglés tiene más reconocimiento institucional que la mejor revista publicada en castellano o portugués. Además, en muchos países las investigaciones y los recorridos académicos de los comunicadores terminan siendo evaluados y convalidados por profesionales de otros campos del saber (economistas, sociólogos, psicólogos, etcétera). Son sugerentes las consideraciones de Philip Schlesinger (2002: 20) a propósito de estas cuestiones:

La falta de una disciplinariedad clara ha sido su gran fuerza (de los estudios de comunicación): ha abierto algunas aproximaciones productivas. Nos ubicamos dentro de y en medio de las humanidades y las ciencias sociales. Pero esta posición intermedia también ha sido una causa de debilidad: ha dispersado nuestro reconocimiento académico y ha reducido nuestro alcance. A pesar de nuestros mejores esfuerzos de los últimos años, no hay una comunidad bien definida, basada en el objetivo de la investigación, que actúe de forma concertada o que pueda representarse profesionalmente de una manera convincente.

Esta falta de correlato entre la actividad de docentes e investigadores y el peso específico institucional podría atribuirse a causas diversas, algunas intrínsecas y otras ajenas al universo de los estudios de la comunicación. En primer lugar se podría hacer mención a la reciente configuración de este campo del conocimiento: si bien ya en el siglo XIX hubo reflexiones sobre los procesos de industrialización de la cultura —por ejemplo sobre los conflictos que surgían cuando el novelista comenzaba a escribir para la prensa de masas—, los primeros estudios sistemáticos sobre la comunicación de masas comenzaron inmediatamente después de la Primera Guerra

Mundial (Moragas, 1981; Wolf, 1987; Mattelart y Mattelart, 1997). La comunicación sería entonces un campo del saber joven y todavía en formación. Por otro lado esos estudios todavía sufren fuertes tensiones internas. Desgarrados durante varias décadas por el conflicto entre teorías críticas y administrativas, súbitamente enamorados de la semiótica para después abandonarla como en un tango para irse a vivir con los estudios culturales, los investigadores de la comunicación apenas parecen estar saliendo de su adolescencia para alcanzar un equilibrio hormonal propio de la adultez.

Sin embargo, estos argumentos que acabamos de mencionar —seguramente compartidos por muchos comunicadores— no nos convencen del todo. La excusa de la aparente juventud de las ciencias de la comunicación, a medida que pasan los años, se vuelve cada vez más insostenible. Los estudios de comunicación no son mucho más jóvenes que los sociológicos (un poco más de medio siglo separa sus orígenes) y sin embargo la solidez epistemológica de ese segundo campo del conocimiento está fuera de discusión. Por no hablar de la lingüística, renacida en Europa de la mano de Saussure cuando en Estados Unidos comenzaban a interesarse por la comunicación de masas en los años veinte. ¿Será que los estudios de la comunicación, por la misma naturaleza moderna de su objeto de estudio, aspiran al mito de la eterna juventud?

La fragmentación de un campo donde conviven diferentes escuelas y paradigmas más o menos apocalípticos, más o menos integrados, tampoco es un argumento sólido para justificar la levedad institucional de los estudios de comunicación. Dentro de la sociología, la economía o la lingüística, diversos modelos también se han disputado la hegemonía epistemológica. Este hecho, en el fondo, ha servido para consolidar a cada uno de esos campos. El conflicto entre teorías suma, no resta.

Nuestro análisis debería apuntar hacia otro lado. Un aspecto que cabe tener en cuenta a la hora de explicar el poco reconocimiento institucional que tienen los estudios de comunicación es la casi ausencia de mecanismos científicos de promoción académica. ¿Cómo gana reconocimiento profesional un economista o un biólogo? Publicando en *journals* y publicaciones reconocidas por la misma comunidad científica (donde sus textos son evaluados a ciegas por sus colegas), recibiendo premios por su trabajo, siendo seleccionado en convocatorias competitivas de proyectos de inves-

tigación, asistiendo a congresos internacionales con rigurosa selección de *papers*, etcétera. En muchos países iberoamericanos, sólo en los últimos años se han comenzado a implementar dispositivos de promoción académica estrictos para los investigadores de la comunicación. Aquí no nos interesa señalar los límites de este tipo de procedimientos de promoción⁷ —¿son universales los criterios de promoción provenientes de las ciencias duras?, ¿podemos evaluar de la misma manera la producción de un físico o un biólogo y la de un comunicólogo?— sino simplemente indicar que, en el mundo de la comunicación iberoamericana, esos criterios prácticamente no existían.⁸ La poca presencia de estudiosos de la comunicación en los niveles más altos de las estructuras que gestionan la investigación puede deberse, en gran parte, a esta lejanía de los comunicadores respecto a los dispositivos institucionales de promoción científica que incluyen, para comenzar, la obtención del ansiado título de doctor.⁹

Esta falta de institucionalización de los estudios de comunicación se realimenta con la difusión del ensayo como género para la transmisión del conocimiento dentro de la comunidad académica. Según Orozco Gómez, los estudios latinoamericanos adolecen de una falta de base empírica que, en términos de producción textual, deriva en lo que él denomina «ensayismo sustituyente» (1997: 81). Al no realizarse suficientes investigaciones de campo, los *papers* y artículos acaban llenándose con literatura. El episte-

7. La sistematización de los dispositivos de promoción científica, un interesante campo de estudio donde Foucault se cruza necesariamente con Kuhn y Feyerabend, está a la orden del día en Europa, donde se viven procesos de convergencia de los estudios universitarios. Una visión crítica de estos procedimientos de inclusión/exclusión científica, sobre todo en cuanto a las citas bibliográficas y producción de conocimiento, se encuentra en Dogan y Pahre (1993).

8. Otro tema vinculado al anterior es la limitada cantidad de cursos de doctorado en el campo de la comunicación. También en esta última década, después de la explosión de las maestrías, han comenzado a surgir con más fuerza los doctorados en las universidades de América Latina.

9. Lo repetimos: no entraremos a discutir la validez de estos procesos tal como se están aplicando actualmente en muchos países. Sin ir muy lejos, un intelectual como Roland Barthes hoy apenas podría trabajar en una universidad europea: nunca mantuvo una línea coherente de investigación (iba saltando de un tema a otro, de la moda a la literatura y del mito del Citroen a la pasta Panzani), publicaba más artículos periodísticos y libros que *papers* en revistas indexadas y, pecado mortal, se comenta que nunca terminó su doctorado.

mólogo Follari va mucho más allá y habla directamente de una «literaturización de las ciencias sociales» caracterizada por la «proliferación generalizada de la retórica por sobre el análisis empírico, y de la libre reflexión por sobre las constricciones y exigencias de las teorías científicas» (2002: 8). El brasileño Gomes no se queda atrás y alerta de la difusión de un «*ethos* estetizante» en los estudios de comunicación: «El ensayo está asociado tanto a una forma de leer cuanto a una forma de escribir. El modo ensayístico de leer desconfía siempre de afirmaciones grandiosas o aparentemente objetivas» (2003: 322). Según Gomes, las ciencias humanas y sociales tienden a colocar al ensayo en el centro de la escena, como única forma de discurso, haciendo que «las tesis, disertaciones, *papers* y artículos sean sustituidos por la forma única y uniforme del ensayo» (ibíd.). En ese contexto los «simposios son espacios para la *performance* de nuestros científicos. Nuestras revistas son piezas literarias destinadas a un gran público imaginario, con títulos de fantasía, vistosos y brillantes, con los que seducimos a los discípulos y flirteamos con la poesía» (ibíd.: 324).

Esta tensión entre científicismo y ensayismo dificulta las conversaciones entre el mundo anglosajón y el espacio latinoamericano, ya que dos prácticas diferentes —una encorsetada en un riguroso empirismo, la otra liberada a las especulaciones poéticas— terminan produciendo dos géneros narrativos opuestos. Si hablamos el aséptico lenguaje de los *papers* nos será muy difícil entender las sutilezas del ensayo, y viceversa.

Estas debilidades internas de los estudios de comunicación —que apenas hemos sobrevolado— al final se convierten en un lastre que limita el peso institucional de ese campo, el cual, a menudo, es visto desde fuera como heterogéneo, sin metodologías claras ni procesos exigentes de promoción científica. Como corolario de la situación, al final la comunicación es considerada, en algunos ámbitos, como un campo poco científico, frágil e improvisado. Los estudios sobre los medios masivos se asemejarían a un amasijo de teorías y métodos que, quizás algún día, podrán ser considerados una Ciencia (con mayúsculas). Mientras se espera ese día de la independencia, la actividad investigadora y académica de los comunicadores (con minúsculas) sigue siendo evaluada en muchas ocasiones por Economistas y Sociólogos.

Quizá como reacción a este movimiento descalificatorio algunos investigadores latinoamericanos han insistido en la especificidad de los estudios

de comunicación, en su carácter inter/transdisciplinario y en reivindicar su autonomía científica. De esta manera nace la propuesta de una *mirada comunicacional*:

El estudio de la comunicación como fenómeno complejo intenta trabajar en la dirección de este movimiento: una metaperspectiva para el abordaje de lo comunicacional desde un enfoque multiparadigmático [...] La mirada comunicacional se propone como un espacio de articulación de distintos dominios y perspectivas para abordar la complejidad sociocultural [...] (La comunicación estratégica) no se propone como un nuevo recorte disciplinar, sino como una metaperspectiva (y) resitúa lo transdisciplinario, como espacio de convergencia y no como espacio de yuxtaposición (Massoni, 2002: 132-136).

Estos movimientos de unificación transdisciplinaria también se perfilan en el panorama europeo. Uno de los investigadores que más ha trabajado para dar un perfil propio a este campo ha sido el *mediólogo* Régis Debray. Según este filósofo francés, lo que caracteriza a una ciencia no es su objeto sino su punto de vista. La *mediología*, en este caso, «se interesa por el hombre que transmite» (2001: 14). A diferencia de la comunicación, una «circulación de mensajes en un momento dado» que tiene un horizonte sociológico, la transmisión tiene que ver con la «dinámica colectiva» y se ubica en un horizonte histórico. A partir del concepto de *mediaesfera* —entendida como un «medio tecnosocial de transmisión y de transporte dotado de un espacio-tiempo propio» (ibíd.: 51)— Debray va construyendo su edificio teórico, reconociendo aportaciones y separando aguas respecto a otros campos del saber. Retomando el principio semiótico de la pertinencia, Debray reafirma que en la mediología «no hay objeto disciplinario en sí, sino un tratamiento disciplinario aplicable a una gran variedad de fenómenos. No a todos, claro. El mediólogo sólo se interesa por los dispositivos susceptibles de modificar la percepción, la cognición y la locomoción, es decir nuestras prácticas del tiempo y del espacio» (ibíd.: 119). ¿Un imperialismo mediológico? No nos interesa apartarnos de nuestro recorrido para analizar a fondo la propuesta de Debray, la cual aparece cuanto menos seductora, ya que integra una serie de experiencias de investigación hasta ahora desmembradas. En todo caso, la mediología tiene un largo camino

por delante y conviene seguir los pasos de los autores que confluyen en los *Cahiers de Médiologie*.¹⁰

No resulta fácil sustentar epistemológicamente estas miradas integradoras. Según Orozco Gómez, cada uno de los esfuerzos por comprender integralmente a la comunicación, lejos de conseguir su objetivo, han confirmado la dificultad de referirse a la comunicación de una manera precisa (1997: 29). Esta perplejidad frente al campo no sólo es compartida por algunos investigadores latinoamericanos: también en otras latitudes se vive el mismo clima de incertidumbre teórica. Orozco Gómez cita, como ejemplo, las conclusiones del volumen *Rethinking Communication* de Derwin, Gossberg, O’Keeffe y Wartella:

Claramente, nos damos cuenta que nosotros (investigadores de la comunicación) tenemos trayectorias e intereses radicalmente diferentes que repercuten en la manera en que afrontamos nuestro trabajo científico. La diversidad es tan grande que hasta podría concluirse que el campo de estudios de la comunicación está rápidamente avanzando hacia un estado de incompatibilidades (1989: 9).

En este contexto se debe «hacer frente a la proliferación de información, las hibridaciones disciplinarias, la pérdida de hegemonía del paradigma dominante (científico), la explosión comunicativa e informática de los úl-

10. Otro intento de hacer frente a los desafíos teóricos que nos vienen del nuevo ecosistema mediático proviene del sociólogo Scott Lash. Su teoría mediática sólo es posible «en una época en la cual la vida social y cultural ha sido saturada por los medios. Ahora, lo que antes era “sociedad” es en igual medida medios que sociedad. Y lo que era “cultura” es tanto medios como cultura» (2005: 122). La teoría mediática surge cuando el principio de la información —que regula la vida de los medios— devora al reino de la teoría. Esta teoría, construida a imagen y semejanza de los medios, estaría desplazando a la teoría social y cultural. Al alejarse de la narrativa, del discurso y de la representación, el principio de la información reconfigura el trabajo teórico. Lash reivindica el pensamiento y la escritura fragmentada, rápida y en forma de mosaico que caracterizó a Marshall McLuhan. En el reino de la información no hay tiempo para largos discursos o extensas narrativas teóricas. Por el contrario, la teoría mediática de Lash «no explica ni interpreta. Hace estallar la oposición binaria entre explicación e interpretación» (2005: 137). La teoría mediática de Lash da para muchas e interesantes discusiones. Por el momento nos conformamos con relevar su existencia y tenerla entre los posibles interlocutores de nuestras conversaciones sobre las comunicaciones digitales.

timos años y la esquizofrenia epistemológica por la ausencia de una visión abarcativa de las nuevas realidades comunicativas» (Orozco Gómez, 1997: 31). Según este investigador mexicano existe un creciente pluralismo y una dilatada fragmentación en las maneras de ver, realizar y evaluar la investigación de la comunicación. El mismo concepto kuhniiano de *paradigma* no basta para nombrar a territorios del conocimiento científico en estado de permanente fermentación. Esta fragmentación se complementa con una pérdida de respeto a los dogmatismos del pasado y también frente a sus logros (ibíd.: 33). Nada nuevo bajo el sol: los estudios de comunicación siempre han evidenciado un deseo irrefrenable por enterrar a los otros paradigmas. Si la teoría crítica se construyó como negación del empirismo administrativo de la *Mass Communication Research*, las teorías culturales nacidas en América Latina en los años ochenta se edificaron sobre los restos del funcionalismo y las ruinas del crítico-reproductivismo. Para muchos investigadores de la comunicación toda teoría pasada fue... peor (Scolari, 2005b).

Esta explosión paradigmática, advierte Orozco Gómez, y éste es uno de los datos más interesantes, se produjo «antes de que se consolidara la comunicación como campo de investigación» (1997: 76). Estamos viviendo en una comunidad científica donde se hablan infinidad de teorías sin haber pasado por una época donde reinaba un lenguaje teórico único. En este contexto la comunicación sobrevive a flote como intersección efervescente de enfoques a menudo a merced de las olas de moda. Y, en medio de las olas, cayó el rayo digital para enardecer aún más a las aguas.

1.2.2. Una semiosfera posbabélica

Desde nuestra perspectiva de análisis no existe, al menos por ahora, una ciencia de la comunicación autónoma. Nada prohíbe que algún día pueda existir, pero por el momento resulta cuando menos arriesgado proponer la existencia de una «mirada comunicacional» de la misma manera que existe una mirada semiótica o sociológica. Nuestro cuestionamiento, si bien en el fondo es epistemológico, parte de algunas constataciones discursivas: ¿cuál sería el diccionario compartido por esa comunidad de investigadores? ¿Todos los estudiosos de la comunicación entienden lo mismo cuan-

do se habla de *estrategia*, *resignificación* o *mediaciones*? ¿Y qué podría decirse sobre el estatuto metodológico de esa mirada? ¿Todos miran/hablan desde el mismo lugar? Como ya apuntamos, un campo científico también es un campo discursivo: si no existe comunidad de lenguaje, no puede existir una comunidad científica.

La comunidad de investigadores que se dedica a la comunicación no comparte un lenguaje común. Por el contrario, los comunicadores conforman una comunidad posbabélica donde tienden a predominar diferentes dialectos, acentos variados de otras tantas lenguas que nos reenvían a un estado de fragmentación epistemológica. Esta obsesión por la lengua que habla una comunidad —más o menos científica que sea— no es gratuita. La conformación de un territorio discursivo común es lo que permite que un campo del conocimiento gane autonomía, construya su mirada, se diferencie de otros saberes y eventualmente entable diálogos con ellos una vez acordado un campo semántico compartido.

La creación de nuevos lenguajes tiene mucho que ver con la evolución del conocimiento científico y la fragmentación que se genera a partir de su crecimiento patrimonial:

En los años treinta y cuarenta era una ambición realista el deseo de ser un sociólogo general. En ese entonces existía un caudal de conceptos básicos y un cuerpo de conocimientos acumulados en los diversos dominios de la sociología que eran lo suficientemente comunes para que un científico pudiera aportar contribuciones significativas en muchos subdominios sociológicos y hablar con autoridad de la disciplina en general. Hoy día resulta difícil imaginar el genio que se requeriría para lograr semejante desempeño (Turner, 1988, cit. por Dogan y Pahre, 1993: 69).

Al desarrollarse, una ciencia se divide. Algunos de esos fragmentos se independizan para constituir nuevos campos del saber científico. Este proceso se refuerza cuando una disciplina pasa del enfoque especulativo a las investigaciones empíricas.¹¹ La filosofía fue la primera en engendrar sub-

11. «Ningún científico puede dominar una vasta realidad empírica, y el paso del nivel abstracto al nivel concreto obliga al investigador a limitar su campo, a especializarse» (Dogan y Pahre, 1993: 69).

disciplinas híbridas y las ciencias naturales sufrieron, desde su nacimiento, diversas fragmentaciones. Las ciencias sociales vivieron el mismo proceso: de su cuerpo nacieron la economía, la sociología, la antropología, la psicología y la ciencia política. Antes de extenderse y dividirse, cada una de estas disciplinas empezó por desarrollar su núcleo (Dogan y Pahre, 1993: 71). Los sociólogos comenzaron a ocuparse de la comunicación en los años veinte pero el primer sociólogo de la comunicación (entendido como un sociólogo dedicado a tiempo completo a temas comunicacionales) fue Wilbur Schramm, un investigador que comenzó a ser reconocido en la comunidad científica a finales de los años cincuenta por su famoso modelo con forma de tuba. Antes de Schramm sólo había sociólogos como Robert Merton que, entre otras cosas, se dedicaban a estudiar la comunicación de masas.

A medida que los campos científicos se fragmentan y subdividen, los investigadores no pueden abarcarlo todo y están obligados a especializarse. Las zonas más innovadoras, donde se producen los nuevos conocimientos, se ubican precisamente en los espacios de traducción, en los lugares de frontera donde rigen otras leyes y donde la ciencia madre no puede ejercer todo su poder disciplinario. Incluso un campo muy cercano y contaminado con los estudios de comunicación, la semiótica, atravesó por un proceso similar. Durante el 25° Congreso de la Associazione Italiana di Studi Semiotici (Turín, octubre de 1996) Gianpaolo Caprettini coordinó una mítica mesa redonda titulada *Dalla retrospettiva alle prospettive verso il futuro*, donde participaron Umberto Eco, Gianfranco Bettetini, Cesare Segre, Antonio Buttitta y Maria Corti, los padres (y la madre) fundadores de la semiótica italiana. Según Eco —nos extenderemos en esta cita porque, además de ser inédita en castellano, realmente vale la pena escuchar su versión del proceso— la semiótica es

una capacidad de atención hacia un objeto que llamaremos semiosis, y que no es sólo un signo sino aquello que está antes y después. No ha podido identificarse en una disciplina monolítica (y, gracias a Dios, ¿por qué las ciencias humanas no pueden ser axiomático-deductivas?), pero vive tranquilamente gracias a su pluralidad de puntos de vista y de enfoques [...] La semiótica es como la medicina. La medicina tiene ciertamente un objeto, el cuerpo humano y el problema de hacerlo estar en buena forma. Después es-

tá la dietética, la cirugía, la acupuntura, etcétera. Cada médico, si no estamos frente a un Mad Doctor, tiene la intención de hacer estar bien un cuerpo humano y de retardar al máximo posible la muerte, pero los métodos, los enfoques y las ideas son infinitos. En el fondo el objeto o la finalidad de la semiótica es tener en buen ejercicio a la semiosis y «hacerla estar bien» [...] Alguien podría decir: «¡Para eso bastan los poetas!». Pero, para mí, no bastan. En esta diversidad de enfoques existe una gran variedad de profundizaciones y especializaciones. En los años sesenta yo era capaz de dictar un curso de semiótica del cine; hoy ni siquiera probaría a hacerlo, dejo esta tarea a los amigos que se ocupan de eso. Ahora ya no tengo bajo control las bibliografías especializadas, acoto cada vez más ciertas áreas de atención y dejo que el resto lo hagan los otros. Esto es un incidente, porque justo en el momento en que los enfoques se pluralizan y serían por lo tanto necesarias las confrontaciones, se está hiperespecializando la bibliografía sectorial [...] El haber afrontado lo multimedia de la comunicación, o sea, la plena forma textual, una vez más es aquello que hace entrar a la semiótica en crisis consigo misma, porque no puede evitar la diversidad, la pluralidad de enfoques» (Eco, citado en Bertetti, 1999).

El adjetivo *mítica* con el cual calificamos esta reunión no es una mera concesión literaria: esta mesa redonda confirma la existencia de un relato fundacional a cinco voces que cuenta cómo nació, creció y comenzó a subdividirse el campo semiótico en Italia.¹² En ese encuentro los participantes pasaron revista a las diferentes contaminaciones que sufrió la ciencia de los signos (por ejemplo con las teorías de la información o la filosofía pragmática de Peirce) y evidenciaron el rechazo a otros pensamientos (como el deconstruccionista) en el que coinciden las diferentes escuelas de la semiótica (generativa, interpretativa, etcétera). Cada comunidad científica,

12. También la naciente *mediología* de Debray recorre las mismas aguas y trata de contar su propia historia montando un mapa de precursores: «La mediología trata de formalizar y sintetizar observaciones ya antiguas, en forma de intuiciones e ideas generales dispersas en los “grandes autores”; empezando, como hemos visto, por Platón» (2001: 135). La lista de precursores de Debray no acaba: Diderot, Montesquieu, Hugo, Balzac, Proust, Malraux, Claudel, Baudelaire, Mallarmé, Serres, Derrida, Lévy, Perriault... y hasta un no francés: ¡Walter Benjamin!

además de un diccionario común, debe compartir una narración fundacional que las contenga a todas.¹³

Hoy la semiótica atraviesa una fase de normalidad caracterizada por conversaciones bastante aburridas, fruto de su consolidación disciplinaria. Hay un excelente diccionario (el de Greimas y Courtes, la Biblia de los defensores de una semiótica generativa), decenas de manuales (en Italia se publican un par de ellos por año) y hasta libros de homenaje (a Umberto Eco, a Paolo Fabbri, a Gianfranco Bettetini, etcétera). Tal como indica Eco, la llegada de nuevas textualidades multimedia e interactivas y las consecuentes transformaciones en la semiosfera deberían contribuir a reavivar las aguas del debate semiótico.¹⁴

Volviendo a los estudios de comunicación, podemos decir que tienen una especificidad que los caracteriza: ese estado de efervescente fragmentación ya indicado por Orozco Gómez y otros investigadores. A diferencia de la sociología o la semiótica, la comunicación nunca pasó por un momento de unificación, ya que siempre se presentó como un conjunto de subdisciplinas o áreas más o menos periféricas de otras disciplinas, cada una con su propio lenguaje y reglas científico-discursivas. Los límites de este campo de estudio —el comunicacional— están impuestos por los

13. Durante el Congreso Internacional Fundacional de la Asociación Española de Comunicación (Santiago de Compostela, enero de 2008) se organizó una sesión especial titulada —de manera un tanto exagerada— *Seis décadas de investigación de la comunicación en España* con la participación de Mariano Cebrián Herreros, María Corominas Piulats, Leonarda García Jiménez y Manuel Martínez Nicolás. Estos relatos polifónicos son básicos para la consolidación interna de una comunidad académica y para ganar legitimidad de cara a otros colectivos científicos.

14. Viene al caso recordar la crítica al imperialismo semiológico que se dio a finales de los años sesenta. La semiología parecía invadir todos los campos del conocimiento social. Sin hablar específicamente de la semiótica, Dogan y Pahre sostienen que en determinada etapa de su desarrollo algunas disciplinas «han manifestado tendencias imperialistas, imponiendo su supuesta unidad a los demás y tratando de colocarse en el centro del sistema solar de las ciencias sociales. En realidad, el proceso de fragmentación ya se ha iniciado en el momento de expansión de la disciplina. Tan pronto como ésta madura, sus perspectivas hegemónicas declinan [...] Este imperialismo fallido deja tras de sí una generación de bastardos, producto de la unión de los imperialistas con los indígenas» (1993: 103).

nuevos sujetos que se suman a la conversación (o los nuevos temas que se agregan a la agenda) y no por la fragmentación subdisciplinaria de una conversación original. Esta característica —que puede resultar atractiva para los que pretendemos investigar los procesos de comunicación— tiene también sus lados oscuros, ya que contribuye, entre otras cosas, a bloquear el reconocimiento institucional del campo y a mantenerlo, especialmente en América Latina, en un estado de especulación teórica permanente.

El resultado de estas tensiones es una situación esquizofrénica: el mundo académico se divide entre la desconfianza en un campo del saber que nunca termina de despegar (una no disciplina) y la reivindicación que hacen algunos comunicadores de una mirada transdisciplinaria y estratégica para analizar la sociedad contemporánea (una super-disciplina) (Martino, 2003: 84).

1.2.3. Síntomas de una crisis

¿Cómo han recibido las teorías de la comunicación la llegada de la revolución digital? En un estudio basado en el análisis de los artículos publicados en los principales *journals* estadounidenses, Bryant y Miron (2004) describen en pocas palabras los desafíos que se presentan a las teorías e investigaciones de la comunicación de masas en el siglo XXI:

- Los medios tradicionales están sufriendo una transformación en una escala de forma y expresión que se puede resumir en el concepto de *convergencia*.
- El modelo clásico de los medios masivos (uno-a-muchos) es desplazado por las nuevas formas reticulares e interactivas de comunicación (muchos-a-muchos).
- Las conductas de los poderes económicos que controlan los medios llevan a un progresivo desentendimiento de las funciones sociales de los mismos.
- Las audiencias se están transformando de manera muy rápida.
- El lugar tradicional de consumo mediático, la familia, está sufriendo fuertes transformaciones que terminan por influir en los procesos de interpretación.

- La digitalización y la pervasividad de las redes están redefiniendo la vida hogareña.

Después de analizar el contenido de las publicaciones científicas aparecidas a principios de este nuevo siglo, Bryant y Miron concluyen su estudio diciendo que ninguna de las teorías de la comunicación de masas más populares del siglo XX parece «particularmente preparada para explicar, predecir o ni siquiera servir a los grandes cambios que se están produciendo en nuestras instituciones mediáticas, en el sistema de mensajes y audiencias». Y advierten: «Si este problema no se soluciona, un tiempo tormentoso puede llegar a perfilarse en el horizonte» (2004: 697). Pero, para poner las cosas en su justo lugar, este panorama sombrío se veía venir al menos una década antes. Ya en 1996 Morris y Ogan sostenían que si los investigadores de la comunicación de masas seguían sin mirar hacia internet, sus teorías de la comunicación «se volverían menos útiles. No sólo la disciplina quedará atrasada, también perderán la oportunidad de explorar y repensar las respuestas a algunas de las preguntas centrales que apuntan al corazón del modelo emisor-mensaje-receptor contra el cual este sector ha luchado» (cit. por Burnett y Marshall, 2003: 45). Pensar en internet desde la comunicación significaba 1) dejar de ver a los ordenadores como máquinas pensantes para considerarlos dispositivos de comunicación, y 2) archivar el modelo unidireccional para sumergirse en un nuevo esquema basado en una red descentralizada.

En el Reino Unido, investigadores como David Gauntlett (2000) también dejaron sentir su malestar en la cultura científica comunicacional: «A finales del siglo XX la investigación sobre los medios en las sociedades avanzadas occidentales ha entrado en una edad media, un período de rigidez donde no está segura de lo que dice sobre las cosas. Por fortuna llegó la web». A continuación Gauntlett se despacha con una lista de los callejones sin salida a los cuales habrían llegado los estudios sobre los medios, desde los límites de las lecturas críticas cinematográficas —que terminan identificando significados que ni el autor ni los espectadores habrían ni siquiera soñado— hasta la impotencia de las investigaciones sobre las audiencias —las cuales han sido incapaces de identificar el impacto real de los medios en la conducta de los receptores:

Los *media studies* necesitaban algo interesante para hacer, y rápido. Felizmente, los *new media* son vibrantes, están explotando y en pleno desarrollo, y nadie tiene la certeza sobre cuál es la mejor manera de hacer las cosas. Hay algún cambio (vean cómo era la web hace sólo tres años) y conflicto (vean el juicio a Microsoft y las pasiones que provoca). Nuevas ideas, buenas y malas, aparecen cada semana y no sabemos cuál de ellas tendrá éxito. Además, los investigadores y estudiantes pueden participar en esta explosión de los nuevos medios, haciendo algo más que mirar desde los márgenes —podemos incluso argumentar que tienen la responsabilidad de hacerlo—. Es, de nuevo, un momento excitante (Gauntlett, 2000).

Cuatro años más tarde Gauntlett volverá a la carga para denunciar «el total fracaso de un estilo vacío Made in USA de investigación cuantitativa» que se complementa con «una ausencia de una investigación cualitativa imaginativa» (Gauntlett y Horsley, 2004: 4).

Si el panorama en el mundo anglosajón aparecía tormentoso, en América Latina se anunciaban vientos con probabilidad de chaparrones. Según Orozco Gómez, los estudios latinoamericanos de los años noventa se distinguían por su marcado mediacentrismo. Se investigaba demasiado a la televisión y muy poco a los nuevos dispositivos digitales. Internet no había generado «estudios empíricos específicos en la misma proporción de su atribuida importancia, que permitiesen eliminar subjetividades y arribar a comprensiones más precisas y formulaciones más adecuadas» (1997: 137). Orozco Gómez escribe esto en 1997, cuando la World Wide Web cumplía seis años de vida, en Estados Unidos se publicaban veinte libros al día sobre el futuro digital y los principales diarios latinoamericanos ya tenían su edición en línea. Los teóricos latinoamericanos de la comunicación, salvo alguna pionera excepción,¹⁵ llegaron tarde a la función digital.

Orozco Gómez concluye diciendo que gracias a los trabajos de Jesús Martín-Barbero (1984, 1987 y 2002) se produjo el necesario despla-

15. No podemos dejar de mencionar el número 20 de la revista *David y Goliath*, publicada por el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) en 1991. Dirigida por Fernando Calderón y Alejandro Piscitelli, ese número abre la discusión sobre el tema digital presentando artículos de los más avanzados teóricos de las ciberculturas (Pierre Lévy, Howard Rheingold, Jean Louiss Gassée, el mismo Piscitelli, etcétera).

miento de los medios a las mediaciones. Pero esa articulación entre comunicación y cultura todavía no «está cabalmente definida» y sigue vigente el deber teórico de encontrar su sentido. Las aportaciones teóricas de Martín-Barbero, fundamentales para el estudio de la comunicación no sólo en América Latina, no habrían sido acompañados por las correspondientes «tareas metodológicas» (Orozco Gómez, 1997: 137) que permitieran sentar las bases de una investigación empírica que no despreciara ningún posible objeto de estudio.

1.2.4. Últimas imágenes del naufragio: los modelos

Al igual que las metáforas, cuando se habla o se trabaja con modelos las precauciones nunca son pocas. Los modelos teóricos son representaciones hipotéticas que pueden ser confirmadas, confutadas o falsificadas. Con todas sus limitaciones los modelos son instrumentos importantes para el trabajo científico a condición de que no los confundamos con la realidad. Al modelizar una realidad se nos escapan muchos aspectos aparentemente secundarios (y privilegiamos otros). Cada modelo ilumina una parte del proceso de comunicación y deja otras en la penumbra.

Una buena parte de las conversaciones sobre la comunicación de masas, especialmente dentro del paradigma empírico-analítico, no fueron otra cosa que una serie de variaciones interpretativas sobre una misma partitura: la búsqueda de un modelo teórico que representara la relación uno-a-muchos del sistema del *broadcasting*. En los años setenta, con la paulatina difusión de nuevas miradas teóricas —nos referimos a los estudios culturales británicos y latinoamericanos— la fiebre de los modelos fue descendiendo. Aquí no rememoraremos una historia que todos los que alguna vez fuimos estudiantes de comunicación hemos sufrido en carne propia: de las fatídicas cinco preguntas de Harold Lasswell (¿Quién dice qué, a quién, por qué canal, y con qué efectos?) a la desafinada tuba de Wilbur Schramm, pasando por el ruidoso tubo catódico de Claude Shannon y el cibernético *feedback* de Norbert Wiener. La naciente semiología tampoco se salvó de este afán modelizador. Así, Roman Jakobson interpretó en clave lingüística el modelo matemático de Shannon y Weaver para construir un primer acercamiento a las funciones del lenguaje (Jakobson, 1985). Después vendrían la espiral

de Dance, el modelo conceptual de Westley y MacLean, el mosaico de Becker, el modelo funcional de Ruesch y Bateson o el de Maletzke.¹⁶

También en este campo las aportaciones de la semiótica nos obligan a abrir otra digresión en nuestro recorrido. El modelo de Jakobson (1985), impregnado de teoría de la información, no dejaba ver las demoledoras críticas que por entonces destilaba Ferruccio Rossi-Landi al modelo postal de la comunicación. Esta idea pionera de Rossi-Landi, que en las décadas sucesivas sería trabajada entre otros por Umberto Eco, Algirdas Greimas y Paolo Fabbri, puede ser considerada la aportación más importante de la semiótica a los estudios de la comunicación. Como ya vimos, la semiótica se ocupó de dismantelar el modelo lineal de Shannon y Weaver para introducir una concepción polémico-contractual de los procesos de comunicación. Para conseguir su objetivo la semiótica desarrolló una serie de modelos teóricos que progresivamente fueron haciéndose más refinados a partir de su aplicación a diferentes series textuales. Tanto el modelo interpretativo de Umberto Eco (1979) como el modelo generativo (Greimas y Courtés, 1979) desarrollaron instrumentos analíticos de gran sofisticación. Según Paolo Fabbri, la generalización y la aplicación controlada de modelos a diferentes textos es la «especificidad de la semiótica: producir conceptos susceptibles de aplicación que sean —como todos los modelos— parcialmente adecuados para una aplicación posible, pero que al mismo tiempo tengan un carácter suficiente de abstracción» (1998: 95). En breve: el objetivo de la semiótica, que comparten muchas otras disciplinas científicas, es crear modelos, aplicarlos y mejorarlos a partir de esa confrontación con los procesos de producción de sentido e interpretación.

16. Tres recorridos analíticos sobre los principales modelos de las teorías de la comunicación se encuentran en Mortensen (1981), Grandi (1995) y Rodrigo Alsina (1995). Si bien los modelos sirvieron para representar gráficamente diferentes concepciones de los procesos de comunicación y contribuir a su difusión (todos recordamos a Schramm por su tuba y no por la música teórica que ejecutaba), al ser una especie de caricatura terminaban por ocultar otras concepciones no menos importantes. Por ejemplo, el *feedback* de Wiener —el concepto más conocido de la vulgata cibernética— terminó eclipsando a la idea de *autoorganización*, la cual la recuperarían cuarenta años más tarde los teóricos de la complejidad (Kauffman, 1995; Kelly, 1995 y Varela, 1996).

Mientras que la semiótica comenzaba a perfeccionar sus propios esquemas, en las teorías de la comunicación la moda de los modelos fue entrando poco a poco en la sombra a finales de los años sesenta. Los sociólogos estadounidenses se volcaron hacia las agendas y las rutinas productivas, los antropólogos urbanos ingleses se preparaban para festejar el descubrimiento académico de la subcultura punk y los comunicólogos latinoamericanos destripaban al Pato Donald para analizar la ideología que escondía en sus entrañas. En los años ochenta, de los modelos teóricos de la comunicación, salvo en la semiótica, casi nadie se acordaba. Yves Winkin (1982) retomará la cuestión y la actualizará para proponer un modelo orquestal de la comunicación en oposición al modelo telegráfico shannoniano. Interesante esfuerzo el de Winkin de cara al pasado, pero pobre respecto al futuro digital que se acercaba... Toda orquesta necesita un director, pero últimamente esa figura se ha ido quedando sin trabajo porque la melodía comunicacional que suena es cada vez más el resultado de las interacciones de muchos actores autoorganizados.

1.3. La mirada transdisciplinaria: ¿un mito posmoderno?

El ansia por descubrir un paradigma universal de la comunicación ha sido sustituido por una cómoda aceptación del pluralismo teórico [...]
Al saber académico de la comunicación le falta estatus disciplinario porque carece de un núcleo de conocimiento y, por tanto, la legitimidad institucional y académica sigue siendo una quimera.

M. LEVY Y M. GUREVITCH

Veinte años antes de Régis Debray —quien diplomáticamente define a su mediología como un «punto de vista» y no un saber construido alrededor de un objeto determinado— el investigador catalán Miquel de Moragas sostenía la hipótesis contraria: «A los distintos problemas de las ciencias sociales en el terreno de los compromisos políticos e ideológicos, la investigación de la comunicación de masas añade el hecho de no ser definida,

propiamente, como una disciplina, o ciencia social, sino de ser definida, de manera horizontal, por su objeto: la comunicación de masas [...]» (1981: 13). Más adelante Moragas reafirmaba la naturaleza desequilibrada de los estudios de la comunicación de masas, los cuales son «el resultado de irregulares y descompensadas aproximaciones a un objeto que, de hecho, es común a diversas ciencias sociales» y no ahorra críticas a los «planteamientos que han pretendido construir este trabajo teórico en una disciplina “independiente”, homologable en su estatus a otras ciencias sociales tradicionales», para terminar burlándose de esa «impenitente pasión por repetir, corregir y aumentar los paradigmas de Lasswell o Shannon» (ibíd.: 15).

Para encuadrar mejor este territorio Moragas apela al concepto de *pluridisciplinariedad*, entendida como la «elaboración de distintas disciplinas al reconocimiento común, cada una de ellas desde su óptica particular» (ibíd.: 19). El concepto clave, en este caso, es la *yuxtaposición*. La fase siguiente sería la *interdisciplinariedad*, que es más que una suma de enfoques diversos, ya que implica «confrontación, intercambio de métodos y puntos de vista» (ibíd.: 20). Finalmente, la fase superior de colaboración entre saberes se daría en la *transdisciplinariedad*, un estadio todavía no logrado donde podríamos hablar efectivamente de la existencia de una «ciencia general» (en este caso una ciencia general de la comunicación de masas) con una fuerte impronta hipotética. Moragas propone un cuarto concepto: la *bidisciplinariedad*, o sea la puesta en común de «métodos, aspectos de interpretación y experiencias históricas de dos disciplinas distintas» (ibíd.: 20). Estas charlas a dos voces han resultado de gran utilidad en los estudios de comunicación; basta pensar en las contribuciones de la psicología o la sociolingüística.

El texto de Moragas fue, en cierta forma, profético. Escrito al filo de la fase pluridisciplinar —marcada por el conflicto entre el criticismo de Fráncfort y la *Mass Communication Research*—, el anuncio de una próxima fase interdisciplinar no tardaría en verificarse. La difusión internacional de los estudios culturales británicos y el desarrollo de un paradigma teórico culturalista en América Latina a partir de los años ochenta, sumados a la entronización de la razón posmoderna, inaugurarían la carrera hacia la transdisciplinariedad (Zavala, 2002; Follari, 2002).

Otros especialistas prefieren pensar la evolución de las ciencias sociales y la producción de nuevos conocimientos en otros términos. Ahí donde Moragas propone un camino por etapas sucesivas que conduce a la transdisciplinariedad —una *summa* epistemológica que, en un movimiento centrípeto, va integrando nuevos interlocutores a la conversación y los concentra en una superdisciplina—, Dogan y Pahre ven un proceso de centrifugación donde los nuevos campos del conocimiento científico nacen a partir del estallido de saberes consolidados. Esta visión los lleva a desconfiar de la interdisciplinariedad:

Hace ya tiempo que los investigadores en ciencias sociales tomaron plena conciencia del fenómeno de especialización-fragmentación-hibridación que ha tenido lugar en sus disciplinas, el cual no queda suficientemente explicado en el concepto tradicional de «investigación interdisciplinaria» [...] (Dogan y Pahre, 1993: 15).

En la sección anterior pasamos revista al proceso de especialización y fragmentación de las ciencias sociales y vimos cómo los estudios de comunicación se han movido por otros rieles. Según Dogan y Pahre, después de la fragmentación viene la contaminación. Cuando surge un campo nuevo los investigadores dispuestos a arriesgarse se alejan del centro del paradigma para explorar sus arrabales. Dogan y Pahre hablan del «escape hacia la periferia de la disciplina» que termina por convertirse en «salvamento intelectual» (ibíd.: 83). En ese momento los investigadores abandonan su lengua-madre para acercarse a las zonas de traducción con otros campos científicos. En términos semióticos este proceso se presenta como una peirceana fuga de los interpretantes, una huida hacia nuevas interpretaciones, hacia otros signos, que inaugura un proceso de semiosis ilimitada. En esas zonas donde surge lo nuevo, Dogan y Pahre identifican diferentes tipos de hibridaciones, algunas informales y otras formales (ibíd.: 79).¹⁷

17. «La fragmentación de cada disciplina imposibilita una amalgama de ese tipo, porque deja vacíos entre las especialidades, los cuales se añaden a los vacíos ya existentes como resultado de la división de las ciencias sociales en disciplinas formales. La hibridación permite crear pasarelas y, en ocasiones, llenar incluso por completo tales vacíos. Sin embargo, un proyecto de investigación no puede ocuparse simultáneamente de más de uno o dos de los vacíos en cuestión» (Dogan y Pahre, 1993: 81).

Tanto la interdisciplinariedad como la transdisciplinariedad, dos vías de escape al supuesto encarcelamiento disciplinario reivindicadas por muchos investigadores de la comunicación¹⁸, y exasperadas ahora por la difusión de los medios digitales y la llegada de nuevos interlocutores a las conversaciones académicas, merecen una reflexión. ¿Es imaginable un espacio teórico donde confluyan y se mezclen todos los interlocutores que hablan sobre comunicación? ¿Sería productivo un mestizaje teórico de todos esos lenguajes? ¿Es posible un proceso de convergencia epistemológica de tal envergadura? Para conocer una disciplina a fondo no basta con una vida científica. El mismísimo Umberto Eco reconoce su desconocimiento acerca de muchas de las semióticas aplicadas... El precio de la inter/transdisciplinariedad es la superficialidad, el *surfing* de paradigmas, la recuperación aquí y allá de algunos conceptos sin una ulterior reflexión sobre el lugar desde donde se enuncian o su situación dentro de un campo discursivo específico.

Si bien la historia de las teorías de la comunicación nos demuestra que sus pensadores más innovadores, los más revolucionarios, han trabajado en zonas de frontera de saberes sumamente variados, ahí donde se hablan varias lenguas —desde Walter Benjamin (economía política, psicoanálisis, historia del arte, sociología, estética) hasta Jesús Martín-Barbero (antropología, economía política, sociología, teoría política), pasando por Raymond Williams (economía política, historia de la literatura, sociología), Marshall McLuhan (teoría literaria, teorías de la comunicación, historia de

18. «El fenómeno comunicacional desde una perspectiva estratégica requiere un abordaje transdisciplinario. Un abordaje que se concentre en lo situacional y que nos permita abandonar los programas de investigación regidos exclusivamente por la lógica disciplinar y adoptar también programas centrados en los problemas reales y sus fuerzas motrices. [...] Durante mucho tiempo los comunicadores analizamos la comunicación con miradas prestadas por otras disciplinas: la sociología, la semiología, la antropología. Cada una de ellas nos aportó elementos para abordar una dimensión distinta del fenómeno de la comunicación. Nuestra búsqueda con el enfoque estratégico implica ahora una incorporación de estos aprendizajes a la vez que de la conformación entonces de una mirada específicamente comunicacional» (Massoni, 2005). En un texto anterior, Massoni desarrollaba un análisis de los sistemas de generación científica y tecnológica basado en la comunicación estratégica, el cual integraba «la etnografía, los estudios culturales, el análisis de discursos, la retórica de la ciencia y la teoría biológica del conocimiento» (2002: 128).

las tecnologías) y Umberto Eco (lingüística, semiótica, filosofía del lenguaje, teoría de la información, estética)—, sumergir a todo un campo científico en un estado de permanente traducción puede terminar por frenar el desarrollo de la investigación o directamente diluirla en un gran diálogo de sordos. Según Follari,

la interdisciplina no es una vaga mezcla de toda clase de discursos, a su vez confundida con la multiculturalidad: es el trabajo entre disciplinas con estatus definidos, que se hace más plausible cuando todas son disciplinas científicas, y más inasequible cuando todas son artísticas o humanísticas. Ya de por sí, los problemas para el diálogo entre disciplinas científicas no son menores, como se muestra desde Bachelard a Kuhn: pero si los inconvenientes de no traducibilidad mutua entre teorías se dejan fuera con un simple gesto de fastidio y de asunción de las bondades del *shopping* y la mezcla indiscriminada, difícilmente podemos construir algo parecido a lo interdisciplinar (2002: 135).

Por otro lado la interdisciplinariedad genera problemas conversacionales o sirve para ocultar debilidades metodológicas. Para Dogan y Pahre,

la comunicación interdisciplinaria no siempre es fácil. La multiplicación de las especialidades puede provocar tal distorsión de los conceptos intercambiado, que los expertos experimentan dificultades para comunicarse de una disciplina a otra, aunque tengan conciencia de la existencia de esta última. Al pasar de disciplina en disciplina, los conceptos importados o exportados pueden cambiar de significado, lo cual no es del todo ventajoso (1993: 260).

Tampoco el brasileño Gomes se queda atrás en su crítica a la «porosidad» que afecta a los estudios de comunicación y al régimen retórico que los sustenta: «En nuestras áreas, frecuentemente la “interdisciplinariedad” se usa como *hábeas corpus* contra las exigencias de severidad metodológica, contra el rigor en la fundamentación y contra la solicitud de restricción del campo científico o, por los menos, de su priorización» (Gomes, 2003: 328).

La transdisciplinariedad, entendida como un enfoque aún más allá de la interdisciplinariedad que disuelve las fronteras entre las disciplinas, puede resultar sugestiva como programa a largo plazo pero, en el trabajo cotidiano del investigador, es un obstáculo epistemológico que se debe superar.

¿Qué significa investigar desde la transdisciplinariedad? ¿Cuál es su método? ¿Qué lengua científica, de las muchas posibles, habla la transdisciplinariedad? En nombre de la transdisciplinariedad se puede decir o hacer cualquier cosa. Para Maldonado (2003: 16), el prefijo *trans*, acompañando por una serie de nociones o definiciones, ha sido

un recurso retórico habitual para esconder la falta de seriedad, rigor, responsabilidad, profundización y sistematización en el campo de las ciencias sociales, humanas y de la comunicación. Lo «transdisciplinar» ha sido un recurso fácil para sustituir la investigación teórica y metodológica por la apropiación cómoda de enunciados, eslóganes, metáforas, nociones y esquemas.

Los enfoques inter o transdisciplinarios, como sostienen Dogan y Pahre, tratan de englobar demasiadas cosas. Como alternativa para las ciencias sociales, ellos proponen la «intersección [...] de dos dominios especializados de disciplinas diferentes» (1993: 11). En estas zonas de cruce —que Moragas encuadraba dentro del concepto de *bidisciplinariedad*— los saberes se relacionan y se producen las innovaciones científicas (por ejemplo el funcional-estructuralismo que nace en las fronteras de la lingüística y la antropología antes de llegar a la sociología). En estos territorios periféricos se desenvuelve el mercado epistemológico donde dos disciplinas se intercambian conceptos, métodos y teorías explicativas.¹⁹ De todas formas, no debemos olvidar que un campo científico-discursivo, más allá de las posibles conversaciones que pueda entablar en sus fronteras, siempre construye un centro, un lugar de enunciación sometido a reglas discursivas precisas.

1.3.1. Un campo conversacional centrífugo

¿Qué significa todo este metadiscurso que hemos hilvanado? ¿Que los estudios de comunicación están condenados a navegar en aguas agitadas? ¿Qué nunca alcanzarán un punto de madurez epistemológica? ¿Que la ac-

19. Ése era el espíritu de nuestro trabajo *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales* (Scolari, 2004), un texto que se ubica en la frontera entre la semiótica y las ciencias cognitivas. Esa zona ya había sido explorada por Umberto Eco desde finales de los años setenta, lo cual nos permitió recuperar un diccionario común para hacer conversar esos dos campos.

tual confusión de discursos hace estéril este campo de investigación? Como ya vimos, en los últimos años algunos investigadores han insistido en el carácter interdisciplinario de los estudios de comunicación. La comunicación, se nos explica, es un objeto con múltiples dimensiones que debe ser analizado desde diferentes puntos de vista. Ahora bien, ¿qué objeto de estudio no es interdisciplinario? Si decidimos estudiar, por ejemplo, el matrimonio, podemos verlo desde la perspectiva sociológica (el matrimonio como institución), antropológica (como rito), económica (como contrato económico), lingüística (como acto del habla enunciado por un enunciador competente), religiosa (como sacramento por el cual un hombre y una mujer firman un pacto sagrado), etcétera. Pensar que esta mirada interdisciplinaria es un rasgo pertinente y exclusivo de los estudios de comunicación no es otra cosa que un síntoma de miopía epistemológica.

Si consideramos que las teorías son un conjunto de conversaciones científicas sobre un determinado tema, debemos reconocer la existencia de un campo discursivo que habla científicamente sobre la comunicación de masas. Este territorio, a lo largo de su historia, ha generado diferentes enunciadore, discursos e interpretaciones. Esta inestabilidad discursiva, marcada por el conflicto entre concepciones a menudo radicalmente opuestas, ha dejado su impronta en la historia de los estudios de comunicación. Hasta sus mismos hablantes terminan por reconocer la existencia de trayectorias, intereses y objetivos diferentes. A pesar de esta confusión babélica —que repercute entre otras cosas en el bajo reconocimiento que gozan los comunicadores dentro de la comunidad científica— algunos investigadores siguen sosteniendo la existencia de una mirada comunicacional entendida como campo del saber autónomo y unificado.

Esta mirada comunicacional estaría fundada en una transdisciplinariedad donde convergerían las diferentes teorías y ámbitos del saber que estudian la comunicación. De esta manera la mirada comunicacional nacería de un movimiento centrípeto que tiende ilusoriamente a integrar saberes que, en el fondo, hablan diferentes lenguas científicas. Desde nuestra perspectiva preferimos considerar la comunicación como un campo centrífugo, que tiende a expandirse y a abrir nuevas conversaciones (Aidar Prado, 2003). Esta visión explosiva se opone a la implosión de saberes que propugnan los defensores de la concentración transdisciplinaria.

¿Cómo gestionar esta confusión conversacional? Una reformulación teórica de lo transdisciplinar supone «el reconocimiento de lo “trans” como una problemática vinculada a la categoría de “movimiento”, un movimiento que atraviesa “fronteras” a partir del conocimiento profundo de los problemas-objeto de investigación sectoriales» (Maldonado, 2003: 216). Según Martín-Barbero lo transdisciplinario «no significa la disolución de sus objetos en los de las disciplinas sociales, sino la construcción de las articulaciones —mediaciones e intertextualidades— que hacen su especificidad» (2002: 217). Más que entender lo transdisciplinario como una megadisciplina integradora, quizá convendría considerarla una red intertextual de conversaciones que tiende a expandirse, un tejido de discursos que se acercan, rechazan o contaminan. Esta segunda perspectiva nos permitiría avanzar en la construcción de un mapa de conversaciones teóricas sobre la comunicación en el cual situar las prácticas y discursos que conforman este campo científico. Estas conversaciones son, sin duda, beneficiosas para el campo, a condición de que se aclaren los conceptos y se establezcan contratos interpretativos rigurosos entre las disciplinas.

Esta construcción de un mapa del territorio conversacional que proponemos se debería contrastar con una reflexión metodológica sobre el trabajo cotidiano del investigador. Ahí, en el microespacio analítico, donde se ponen a prueba las hipótesis y aplican metodologías claramente definidas, la transdisciplinariedad pierde todo su atractivo epistemológico y se puede convertir en un obstáculo para superar. En este sentido la humilde reivindicación de la bidisciplinariedad —una especie de acoplamiento estructural entre dos campos del conocimiento científico (Duarte, 2003: 50)— adquiere gran relevancia a la hora de encarar proyectos concretos de investigación. Follari sostiene que

apelar a lo interdisciplinar sin el trabajo de sostener una teoría específica al respecto, y hacerlo dejando de lado la estipulación de las disciplinas como supuesto necesario de la construcción de cualquier combinación posterior, es un ejemplo muy claro de pretensión de «cruzar la línea» estando más acá de ella. De haber ido «más allá», mientras se permanece «más acá» [...] (2002: 135).

Los estudios de comunicación no deberían perder de vista el bosque transdisciplinar donde florecen las grandes conversaciones fronterizas pero, a la hora de consolidar el campo con investigaciones que permitan acumular nuevos saberes, deberían limitar las pertinencias científicas llamadas en causa. La confusión en las conversaciones teóricas sobre la comunicación no se acabará de la noche a la mañana, y es probable que durante muchos años sigamos asistiendo a una «sucesión de malentendidos». Quizás en ese estado de confusión —en sus traiciones discursivas, en sus conversaciones inconclusas, en su permanente inmadurez como disciplina científica, en el deambular por esos territorios de frontera sometidos a las reglas siempre imperfectas de la traducción— se esconde la verdadera riqueza de los estudios de comunicación, pero al mismo tiempo ahí reside su gran debilidad frente al resto de las ciencias sociales.