Por una epistemología de la comunicación, la cultura y la información

POR **ANÍBAL FORD**

Es significativo que los que trabajan en el campo de la cultura (en el sentido tradicional y en el antropológico), de la comunicación (en el sentido *massmediático*, cibercultural o directo), de la información (en su concepción matemática o en la periodística) no resistan el tembladeral epistemológico que subyace en cualquiera de estos tres conceptos y se refugien rápidamente en la sociología, en la antropología o en otras disciplinas. Esto no quiere decir que estas disciplinas no hayan hecho grandes aportes al campo de la «ciencias de la comunicación» o si se quiere al del estudio de la «construcción sociocultural del sentido» en el ámbito público o privado, en la alimentación de la opinión pública o del imaginario social. Algo que, por otro lado, no podemos reducir a la sociosemiótica aunque esté estrechamente relacionado con sus avances.

Es significativo también que con frecuencia se sigan enfrentando, a veces como opciones irreductibles, la economía de la comunicación (término no siempre bien aplicado) con el análisis de los discursos (de sus formatos, sus genealogías, sus dinámicas autónomas, de su antigua presencia en la historia de la literatura firmada o anónima); o al estudio de la producción textual ?en el sentido amplio? con el estudio de la recepción, como si el ser humano fuese una página en blanco o como si las teorías de Shannon o sus derivados fuesen una verdad única para el territorio de la comunicación y la cultura.

Por último, es también significativo que aquellos que se sumergen en la mal llamada Sociedad de la Información (ésta es un proyecto y no una denominación) y en los avances de la cibercultura no tengan en cuenta ese 80 por ciento del mundo de infopobres que no son explicados sólo por la *digital divide*; tanto como la de aquellos que trabajan sobre este sector de la humanidad y dejan de lado ?no importa si por apocalípticos o por alternativistas? los avances informáticos o de las nuevas tecnologías. Todo esto como si la creciente brecha entre riqueza y pobreza ?económica o infocomunicacional? no fuese parte de un mismo sistema

Fundación Telefónica

mundial.

Cuando hablo del campo me refiero al constituido por las numerosas carreras de comunicación, de ciencias de la comunicación, de ciencias de la información ?término que se superpone con las carreras de documentación? de comunicación social y muchas otras. Estas carreras explícita o implícitamente abarcan, aunque de manera muchas veces arbitraria, la comunicación, la cultura y la información como las describí más arriba, cuando no se diluyen en forma no clara en el resto de las ciencias sociales. Algo que produce un efecto epistemológico negativo no sólo en su devenir como instituciones, sino en su inserción en la sociedad o en sus posibilidades de transferencia de conocimientos. También en su población interior, que en el caso de América Latina llega casi a los 700.000 estudiantes.

Un eje central del sistema mundial

Sería muy fácil decir que la economía de la comunicación es una rama de la economía, que la relación comunicación/sociedad lo es de la sociología; que la construcción de sentido pertenece a la semiótica o a la lingüística o en sus formatos mayores a la historia de la literatura; que la relación comunicación/cultura a la antropología; que la comunicación directa o la recepción a la psicología, etc.

Pero esto anularía la fuerte relación transversal de todos estos niveles en la medida en que entre ellos hay fuertes nexos, complejos pero insoslayables: me refiero, abreviando, a las relaciones entre la propiedad de los medios o de las industrias de lo simbólico, la formación de la opinión publica y el imaginario social, la generación y transformación de formas de construcción de sentido, de formatos, de *genres*, a las culturas de la cotidianidad o de las vanguardias; las pulsiones y las diversas formas de construcción de la subjetividad.

Pienso, y por supuesto que estimo que estoy lanzando hipótesis discutibles, que si no se toma en cuenta esto, con los debidos filtros que requiere toda relación inter o transdisciplinaria (que no son lo mismo), no es posible explicarnos un conjunto de problemas críticos que nos plantea la sociedad contemporánea. Y aquí vuelvo a dar algunos ejemplos: la hiperinformación (el *data smog* o la *information anxiety* de algunas investigaciones) y sus relaciones con la hipoinformación o con las enormes brechas infocomunicacionales a nivel internacional; la convergencia, las prácticas derivadas de la sinergia y el avance de los productos culturales de la «cultura única», *marketing* étnico incluido; la reconversión y formalización digital de las socioculturas y su inserción en las nuevas formas de control social o de construcción de lo social; los cambios en las relaciones entre lo fáctico y lo simbólico en el marco no sólo del crecimiento asimétrico de la masa simbólica y de sus flujos, sino de los dispositivos de simulación, representación y reproducción virtual ?que, acoto, estuvieron muy en juego durante la invasión a Irak? ; la relación entre la crisis de la noticia, los proyectos de «información organizada » a lo *MIT* y los avances del *infodesign* en un mundo donde todavía hay un 30 por ciento de población sin luz eléctrica y una masa mayor aún sin acceso a la alfabetización.

Estos son algunos de los muchos problemas que llevan a las preguntas y razonamientos que realicé al principio sobre la legitimidad epistemológica de un constructo operativo que agrupe,

Fundación Telefónica
Telefónica

táctica o estratégicamente, la comunicación, la cultura y la información para avanzar en uno de los ejes críticos y centrales de la sociedad actual o del sistema mundial.

Fundación Telefónica
Telefónica