Teoría en singular, pluralidad de la teoría

POR **OBDULIO MARTÍN BERNAL**

Editorial Tirant lo Blanch. Pilar Carrera. *Teoría de la comunicación mediática*
286 p. ISBN: 978-84-9876-230-3
Valencia, 2008

La primera diferencia está en el adjetivo. Hasta ahora ?que uno sepa?, ningún teórico al uso se había atrevido a apostillar (y restringir?) un sintagma tan sacralizado como ?teoría de la comunicación? con la etiqueta de ?mediática?, calificativo novedoso y ya un tanto cansino, que pertenece más a la cultura que designa ?la de los medios de masas? que al exclusivo mundo de los paradigmas científicos. Y, sin embargo, éste es uno de los no escasos méritos que ofrece el libro de Pilar Carrera: intentar de una vez por todas (y no ha de ser la última) centrar el tiro ?y la diana? de los estudios de Comunicación, al menos en las Facultades o Escuelas del ramo, en el objeto que les es propio: los medios, el sistema, los procesos e interacciones sociales que generan, independientemente de que con las nociones ?teoría? y ?comunicación? se sigan tejiendo y destejiendo, como Penélope su sudario, otras muchas aproximaciones más o menos singulares, tanto en sus objetivos, como en las disciplinas que las cobijan.

Algo más que un manual

Otro valor diferencial de la obra reside, sin duda, en un tenaz empeño ensayístico, que la sitúa muy por encima de los utilitarios manuales de andar por las aulas. Es ?o parece? un manual si nos atenemos a su estructura y al menú que *oferta*, muy en consonancia con los programas de las asignaturas de idéntico o parecido nombre al del libro que se imparten en las mencionadas Facultades. Y, como manual, servirá seguramente de referencia muy valiosa para quienes las cursen. Pero no se trata del típico *digest* administrado ad hoc o de la habitual papilla digerible para estudiantes estresados, sino de una propuesta teórica inteligible y relevante, con la que se puede estar o no estar de acuerdo, pero que aparece sustentada en un discurso razonablemente elaborado, sin muchos de los apriorismos y tics que son propios de estos

Fundación Telefónica
Telefónica

casos.

Un discurso diferenciado, que recurre a fuentes de autoridad abundantes y notorias, tanto del ámbito de la comunicación (centenares de referencias, de Adorno a Wright, por citar sólo los dos extremos alfabéticos) como de otros territorios del saber, clásicos y contemporáneos, menos frecuentados en este tipo de trabajos (de Aristóteles a Foucault, pasando por Kant, Nietzsche u Ortega, por poner sólo unos pocos ejemplos). Una bibliografía copiosa y pertinente, que dice mucho de la formación de la autora, pero a la que no hubiera resultado ocioso añadir algunas aportaciones de los últimos años, orientadas ya a descifrar la encrucijada analógico-digital en la que parecen haber entrado el sistema de medios y los propios estudios de comunicación.

No me resisto a destacar otro rasgo de este libro que encuentro muy estimable y que seguramente se considerará baladí por los teóricos de la Academia. Si ?como proclamara hace ya décadas un tristemente célebre prócer de cuyo nombre mejor es no acordarse- «hasta en el andar se nota que el pájaro tiene alas», hasta en un terreno tan abstruso y dificultoso como la teoría de la comunicación se pude crear estilo. Por eso conviene realzar la notable escritura de esta obra, su voluntad de estilo, nada frecuente en estos páramos textuales, pero que se aviene muy bien con su propósito ensayístico.

Pilar Carrera soslaya a menudo la prosa ?administrativa?, los códigos retóricos de manual y maneja de forma bastante desinhibida la ironía, la frase brillante y llamativa, incluso la expresión sofisticada o juguetona, sin que ello parezca enturbiar su claridad o la precisión conceptual. Sólo algunas erratas o errores veniales en el texto, que hay que imputar a una edición francamente perfectible mucho más que a la propia autora, deslucen un poco el resultado.

Un paisaje significativo de los senderos que se bifurcan

Enhebra Carrera su libro con dieciséis capítulos no muy largos, incluido un prólogo a modo de declaración de intenciones. Es en esta introducción donde intenta sentar las bases o los principios de su discurso. Con una cierta tendencia a la simplicidad, se decanta por una ?teoría en singular?, pero no en el sentido sólido y totalizador de la sociología crítica, por poner el ejemplo, y menos como fermento de una supuesta utopía ?independentista? de la ciencia de la comunicación, sino que, con intención que yo entiendo más funcional, concibe la teoría como una perspectiva aglutinadora de múltiples y diversas materias, de manera que la naturaleza multidisciplinar se convierta en enfoque de referencia de los estudios mediáticos.

En este sentido, tampoco se mete en otros complicados dibujos de integración disciplinar que se han esbozado en las últimas décadas, con debates no del todo inanes sobre la interdisciplinariedad o transdisciplinariedad como estadios más avanzados de lo multidisciplinar. Para la autora, toda teoría puede ser espuria en comunicación si nos ofrece un desiderátum sublimado acerca de lo ?benéfico? en los medidos o se limita a constatar estados de hecho y sus regularidades. La teoría «debe labrarse su propio camino, permaneciendo tangencial tanto a la facticidad abrumadora como al discurso utópico». La centralidad de su

Fundación Telefónica
Telefónica

discurso debe ser consecuencia de la indagación en la relación siempre problemática del ciudadano ?espectador o consumidor? con los medios.

Sobre supuestos como éstos ?que se consolidan y precisan en los tres primeros y más amplios capítulos, mediante una incursión bastante reveladora en los viejos debates sobre la comunicación como ciencia, el binomio comunicación/información o la relación de la comunicación con la cultura de masas? Pilar Carrera dedica la parte sustancial del trabajo, aunque no en extensión, a trazar un recorrido histórico por las distintas teorías que jalonan los estudios de comunicación desde hace, digamos, unos 60 años (ya que en 2008 se celebró el sexagésimo aniversario de la publicación del paradigma de Shannon, que tanto ha dado de sí) en cuya trayectoria se constata una extraordinaria proclividad a la acumulación, a la diversificación y, sobre todo, al permanente ?redescubrimiento de la rueda?.

La autora ha optado por un enfoque que trata de conciliar lo sincrónico con lo diacrónico, en el convencimiento de que «el pasado es algo más que la semilla de lo presente, superado o contenido en el propio presente». Esta perspectiva, que parece situarse en la línea de otros inexcusables autores como Wolf, le permite hacer un viaje crítico por distintas corrientes y escuelas, desde la teoría hipodérmica, a la de los ?efectos a largo plazo?, pasando por Lazarsfeld, el funcionalismo, la semiótica o la industria cultural y componer un paisaje significativo de todos esos caminos que tienden a bifurcarse.

Es un recorrido, por supuesto, solvente y contrastado, quizá un tanto lineal, que no participa de la visión dialéctica mantenida por otros autores del género y según la cual los estudios de comunicación se explican mejor con un esquema de opuestos: críticos frente a integrados, sociólogos del conocimiento frente a empíricos. Se trata, desde luego, de una opción reduccionista, pero resulta apreciablemente clarificadora, incluso (o sobre todo) en estos tiempos de calma acrítica y paralizante.

El punto M de la comunicación

No quiera terminar sin aludir muy sucintamente a otros aspectos del libro que merecen alguna observación. Me ha interesado especialmente el capítulo dedicado a las ?tres *emes* de la comunicación?: a tres de los autores más originales y de más poderosa contextura teórica de la última mitad del siglo XX, a los que, forzando un tanto la relación, los une por la *eme* de sus apellidos: McLuhan, el diseñador de una de frase brillante convertida casi en axioma indubitable: «El medio es el mensaje», bajo el que subyace, como es obvio, todo un enfoque teórico; Morin que, entre otras aportaciones, nos trajo una nueva interpretación de la cultura de masas y de la industria cultural, de la dialéctica innovación/estandarización, del sincretismo?; y Moles, que dio una vuelta de tuerca al estructuralismo y planteó la necesidad ?y viabilidad? de una Ciencia de las Comunicaciones.

Pero (si se me permite el impudor de parafrasear otro legendario *punto* en clave alfabética), *el punto M de la comunicación*, que fue el objeto inalcanzado de esos tres sabios ?y de otros muchos? será el incierto resultado de un camino que la investigación en comunicación apenas ha comenzado a recorrer. Una investigación que, en estos momentos, se enfrenta además (se

Fundación Telefónica
Telefónica

crea o no en la ?sustituibilidad? de los medios, y Carrera no lo hace) a un profundo y rápido cambio de estructuras, sistemas y procesos.

De alguna manera, este nuevo horizonte de la Sociedad de la Información queda punteado en el último capítulo del libro. Pero esto no ha hecho más que empezar: decididamente Internet ?sí está teniendo lugar?. Por eso, un libro como éste es hoy prácticamente indispensable. Porque la teoría es más necesaria que nunca para poder distinguir, como dice Wolton, «la lógica de los intereses de la lógica de los valores…».

Fundación Telefónica
Telefónica