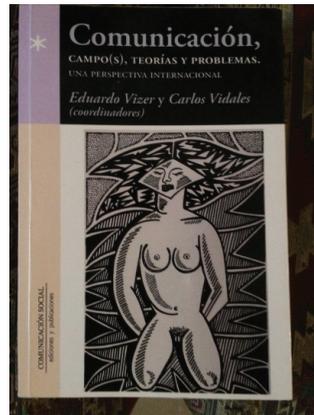




Eduardo Vizer y Carlos Vidales (Coordinadores):
Comunicación, campo(s), teorías y problemas. Una perspectiva internacional, Salamanca, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2016.

Tanius Karam.
Universidad de Michoacán,
México. Email: tanius@yahoo.com.



La comunicación es ciertamente más que un área; posee de hecho una extensa red de universidades, cientos de miles de estudiantes en todo el continente y miles de escuelas, facultades, centros de estudios. Solamente en México, en un censo que hizo la académica Ma. Antonieta Rebeil estimaba en 2009 más de 1000 programas.

De las discusiones con frecuencia se dice que la comunicación es un campo, pero no una disciplina científica. Donsbach (citado por Fuentes Navarro, 2007) hizo un resumen de tesis y contraTesis que en sí mismos son muy ilustrativos y los cuales sirven como marco ideal para ubicar la importancia de la antología de textos que reseñamos. En primer lugar el crecimiento exponencial de la comunicación en todos los órdenes y planos, lo que no supone identidad, organización. En segundo lugar, si bien se han acumulado mucha evidencia de los procesos de comunicación, de sus prácticas, situaciones, se ha avanzado mucho en la sistematización y organización (en comparación sobre todo con hace 30 ó 40 años), persiste una erosión epistemológica producto quizá de esa misma dispersión y crecimiento. Derivado de lo anterior Donsbach señala que se ha aumentado el conocimiento, pero la orientación normatividad basada en investigación empírica sigue siendo muy débil.

En ese sentido la antología de Eduardo Vizer y Carlos Vidales intenta en primer lugar revertir cierto regionalismo o localismo, como si los problemas de la comunicación teórica fueran propios de una escuela o país. La mirada al índice muestra a bote pronto la agrupación de autores no solo mexicano, o latinoamericanos y/o españoles que es lo común en cientos de antologías, sino de autores europeos con perspectivas no dominante y disruptivas como el caso de la bio-semiótica.

Esta obra es producto de un seminario desarrollado en 2015 en el marco de la famosa *Feria Internacional del Libro* de la ciudad mexicana de Guadalajara, y en la cual la Universidad de Guadalajara (UdeG) tiene una presencia relevante y aprovecha para organizar muy distintos eventos. Carlos Vidales, director de la Escuela de Comunicación de la UdeG tuvo el impulso de convocarlo y tras dos años de traducción, trabajos, ajuste, y edición, finalmente acaba de salir a la luz.

La antología intenta a su manera conciliar o confrontar tres tipos de discursos sociales que son los dominantes a la hora de abordar a la comunicación académica: el teórico-científico, el académico y el periodístico, aun cuando el mismo libro se ubica en el primero de estos polos. Se trata de tres espacios que de hecho por desgracia en el campo de la comunicación a veces se confunden (o muchos estudiantes y profesores no los pueden reconocer), y ante los retos intelectuales que supone siempre una reflexión más amplia, se opta por renunciar a las exigencias intelectuales y pulula un tipo de discurso ligero, hecho de anécdotas, intuiciones al vuelo y opiniones que este libro revierte. Así *Comunicación, campo(s), teorías y problemas*, va justamente contra esa tendencia que es también una especie de “enfermedad” en los estudios de la comunicación que consiste en renunciar a las reflexiones de largo aliento teórico y que aquí aparece en una justa proporción porque no se intenta presentar la fundación de una ciencia, sino problematizar con lo que se entiende por teoría o disciplina o campo de la comunicación. Además no se presenta soluciones fáciles, sino estado de la reflexión, con propuestas para repensar la articulación entre comunicación, realidad, método, sociedad, pensamiento.

Una segunda contribución que se trasluce del subtítulo, es la pretensión “internacional”, o lo que quiere decir, superar las miradas acotadas de campos, como el mexicano por ejemplo, que frecuentemente caen en una especie de reiteración a asuntos, quejas y preocupaciones, sin que ello suponga evolución alguna. En ese sentido las contribuciones europeas ayudan al texto a poner en otra perspectiva asuntos centrales para el tema de la teoría de la comunicación como el caso de los estudios de la significación, y las posibilidades de una teoría no únicamente social.

Las contribuciones de los autores estadounidenses (Roberto Craig, Richard Lanigan) no problematizan sobre el campo de la comunicación en su país, sino que por el contrario ofrecen alternativas de reflexión pero eso otro gran tema que reiteradamente le preocupa al campo de la comunicación y es el de la articulación entre la teoría práctica. En la antología vemos quizá por primera vez un texto de Robert Craig traducido al español y que apareció originalmente en el famoso *Journal of Communication Theory* en 2015. En el texto se apunta algo que si bien con avances ha prescindido frecuentemente de la constancia intelectual en el campo: la construcción de mapas, estructuras más amplias que a otro nivel de observación permitan reflexionar sobre la comunicación. Nosotros hemos llamado a estos esfuerzos “meta teoría de la comunicación”, es decir una reflexión de segundo orden donde se problematiza la forma del mirar, se realizan esquemas y mapas para conocer qué es lo que conocemos, cómo es que lo conocemos, cuáles son las fortalezas y “debilidades” (si tal término cabe) de ese conocer.

También de los trabajos que nos llaman la atención, hay un texto de Leonarda García, doctora de la Universidad de Murcia, quien trabajara con el propio Craig algunos años y ella misma es autora de un libro donde problematiza la enseñanza de las teorías de comunicación. Este tipo de esfuerzos no abundan al tamaño del reto que tiene la comunicación, por ello se aquilatan. En su texto García hace una reflexión sobre el artículo previo de su maestro y amigo Craig.

Las teorías de comunicación son para el campo de la comunicación no solamente colecciones de juicios, sino en este

caso, redes conceptuales que han reproducido tipos y estereotipos sobre la forma de caracteriza a los medios masivos (gran objeto que desde nuestro punto de vista “ha hecho bien” y “ha hecho mal” al pensamiento comunicativo) hoy superados por los fenómenos derivados de las nuevas mediaciones. Para el estudio de las teorías de comunicación hay que considerar las características de la enseñanza y la docencia, la poca profesionalización de la “teoría como campo” —idea que el propio Vidales ha trabajado en otros textos—, el tema de la difusión de libros, editoriales que frecuentemente no han sido las mejores referencias, y se han construido sentidos comunes que no se problematizan. Es decir hablar de “teorías de comunicación” no es solamente hablar de filosofía de la comunicación, sino como señala Vidales, de un “campo” que ha tenido un desempeño dentro del “campo académico de la comunicación”, pero que en realidad como Vidales y Craig en otro texto apuntan, es “otra cosa” que frecuentemente el campo de la comunicación no ve, o ve poco.

Este conjunto de situaciones aparecen así como temáticas transversales en una interesante antología de la que no recordamos una publicación parecida en el campo hispanoamericano. De manera adicional hay que señalar la contribución también de los dos autores argentinos participantes, que como en el caso del resto del índice, son nombres con trayectoria propia: es el caso en primer lugar del otro antologador Eduardo Vizer quien nos regala un texto que retoma de alguna forma lo que ya habíamos leído en *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad* (2003). Vizer es de esos filósofos, como el caso del celeberrimo Jesús Martín Barbero, que insisten en poner a la comunicación en el centro de su reflexión, como ese gran prisma desde el cual ver la realidad, la cultura y la sociedad, por ello sus acercamientos pueden incomodar para quien no reconoce ese “punto de vista” que sin ser su intención, describen y fundamentan.

En su caso Mario Carlon, también de la Universidad de Buenos Aires como Vizer, nos presenta en este trabajo su mirada sobre quien quizá fue el primer semiólogo de la comunicación en América Latino, Eliseo Veron, y prototipo de las ventajas que esa disciplina daba a los estudios de comunicación. En su texto Carlon hace dos cosas:

nos presenta una mirada particular de Veron, e intenta actualizar su pensamiento en el contexto de una sociedad hipermediatizada.

Finalmente, Brasil no podría faltar en cualquier mirada internacional de la comunicación; es el referente más extenso y sólido quizá en toda la región, no solo con un campo académico inmenso, sino con una reflexión sostenida y rica, de la cual —volvemos al tema de los asuntos arriba señalados— los problemas de difusión del pensamiento hace que los países hispanoamericanos seamos ignorantes de la gran contribución de Brasil (y quizá a la inversa también funciona tristemente la fórmula), y que en cambio siempre presumamos estar actualizados de producción estadounidense o europea, cuando en nuestros países hay propuestas y avance de temáticas que podrían adelantar más rápidamente el conocimiento de esos asuntos que tanto nos preocupan en la región.

En la antología participan Luiz Martino de la Universidad de Brasilia y Jairo Ferreira de la universidad jesuita de UNISINOS. Nos detenemos brevemente en el texto de Martino quien reflexiona sobre qué significa la teoría en la comunicación, e intenta responder la pregunta ¿cómo pensar la comunicación en un cuadro de rápida expansión y poca sistematización?, ¿es posible reconocer o identificar la unidad dentro de la extrema heterogeneidad de la comunicación? Retoma de alguna manera las viejas preguntas del estatuto epistemológico de la comunicación, y dentro de las salidas que propone, sugiere reconocer una especie de “doble mirada”: “débil” por una parte (cuando se ve la comunicación como campo, algo un poco abierto y en todas partes) y “fuerte” por la otra, cuando media algún tipo de pretensión científica; pero a diferencia de otros textos del libro, el artículo de Martino reivindica para la comunicación el lugar de las ciencias sociales, lo que el propio Vidales y Soren Brier no reconocen porque eso de alguna manera limita a la comunicación, que tiene posibilidades de generar beneficios reflexivos, siempre y cuando se cuenta con una mirada más amplia, en otras áreas del saber, y recuerden los aislados intentos por ejemplo de teorías biológicas o históricas de la comunicación que no toman como punto de partida a los medios, ni tampoco se centran en la dimensión de lo social como espacio de reflexión.

No quisiéramos terminar esta invitación a la lectura —que de alguna manera esa es la función de toda reseña— sin hacer una mención al texto de Soren Brier, autor muy poco conocido con el que Vidales ha comenzado un diálogo fértil y útil, —aunque para algunos podría no ser objeto de la comunicación— y ha insistido en proponer una mirada bio-ciber-semiótica de la comunicación. La cibersemiótica de Brier es un espacio de reflexión que quiere dialogar los problemas de la cognición, la comunicación significativa para ponerlos en diálogo con los estudios de la cultura. Es también el primer texto traducido al español que conocemos de este autor danés, muy poco difundido en el campo de la comunicación. La lectura del sub apartado “el concepto biosemiótico del código”, nos muestra hasta qué punto es particular y distinto esta nueva noción de comunicación.

En suma que para el lector interesado podrá adentrarse a una reflexión sobre teoría de la comunicación, en su relación con el campo académico, epistemología de la comunicación. Esta es sin duda la obra más reciente y actual que conocemos con una pretensión infrecuente que si bien es centralmente teórica, a diferencia de otros textos redundantes, poco claros o repetitivos, aquí actualizamos el pensamiento de los autores. Creemos que el principal logro del libro, aun cuando no se formule de esa manera, es fundamentar la meta teoría de la comunicación, la cual aparece como una de las vías centrales para tomar distancia del atolladero, o mejor dicho enfrentar la inercia y debilidad intelectual en la que frecuentemente muchos profesores de comunicación caen, porque o solamente asocian la comunicación a los medios, o porque creen que la comunicación sigue siendo lo que alguien más les dijo que era hace 30 años.