



Nosotros y los medios. Prolegómenos para una teoría de la comunicación, Carrera, Pilar. Madrid, Biblioteca Nueva, 2016, 262 págs. Una mirada renovada de la teoría de la comunicación

El último libro publicado de Pilar Carrera es una obra densa y compleja que se propone como contrapunto de los enfoques tradicionales de la teoría de la comunicación. *Nosotros y los medios* no es un manual al uso sobre *Teorías de la comunicación*. Pilar Carrera nos ofrece una obra crítica, no exenta, al mismo tiempo, de autocrítica, una cualidad muy rara en el mundo académico actual, que muestra cómo se construye el pensamiento de la

autora sobre la comunicación. La reflexión sobre la comunicación es, de este modo, un *work in process*, cuyo avance nunca es lineal, y mucho menos *progresivo*. Se trata de un pensamiento *rizomático*, que nos adentra en la complejidad del pensamiento sobre la comunicación.

Sin duda, nos hallamos ante una concepción muy personal de la comunicación, fruto de muchos años de trabajo, de la lectura y reflexión crítica sobre la obra de filósofos, sociólogos, comunicólogos, escritores, cineastas y creadores de las más variadas adscripciones. Vamos a destacar, a continuación, algunos aspectos que nos parecen más relevantes.

En primer lugar, la autora parte de la base de que la teoría de la comunicación se sitúa en un «espacio interdisciplinar», «como algo que no se deja abordar por una disciplina sectorializada, sino que es atravesado por diversas disciplinas, y no podría ser de otra manera a riesgo de desaparecer como objeto» (p. 15). De este modo, Pilar Carrera entiende que la multidisciplinariedad se constituye en naturaleza primera para el objeto «comunicación mediática», constatando que la comunicación como objeto de estudio «es un objeto lábil y escurridizo, que, por lo tanto, hay que abordar sin despreciar ninguna aproximación tangencial» (p. 18). Frente a las tradicionales (y muy numerosas) *Teorías de la comunicación* que pueblan la oferta académica actual, la autora afirma con vehemencia que «toda teoría es, de alguna manera, espuria», cuyo objetivo es «labrarse su propio camino entre las prácticas [comunicativas] tal y como tienen lugar» (p. 19). Esto pasa, sin duda, por reclamar el papel de los usuarios de la comunicación –la ciudadanía–, así como la relevancia de la dimensión tecnológica de los medios, que no están exentos de ideología y de tensiones políticas. De este modo, para la autora la «Teoría de la comunicación» se constituye en un espacio disciplinar «vacío», esencial para «clarificar el rol político, ideológico y económico de los *mass media*, esto es, el potencial heurístico de la teoría en cuestión para la comprensión del objeto en un marco de relaciones de poder» (p. 21). Y es por ello que la autora opta por una perspectiva que combina la aproximación histórica –diacrónica– con la reflexión crítica –sincrónica–, lo que permite construir

un discurso lleno de tensión conceptual y permanente cuestionamiento de los temas clásicos.

En el segundo capítulo Pilar Carrera se pregunta si la comunicación es una ciencia. Frente a las visiones sesgadas e interesadas del positivismo lógico de figuras como Popper, Carrera reivindica el pensamiento de autores como Althusser y Bourdieu. El cuestionamiento que en los últimos años estamos escuchando desde las propias ciencias sociales hacia la investigación cualitativa es un intento de deslegitimación de las «aproximaciones de corte más teórico y conceptual aplicado a los fenómenos comunicativos» (p. 34). Para Carrera, la «cientificidad» de las ciencias del hombre quedaría establecida entonces esencialmente en un segundo nivel, el de la aprehensión metódica de los hechos, y no ya el de la universalidad del objeto» (p. 36). De este modo, la autora apunta cómo el debate sobre el estatuto científico de la Teoría de la comunicación no debe soslayar que «las interacciones humanas están mediadas por el lenguaje» (p. 37), que en el contexto de las ciencias humanas, «la teoría está obligada y a dar por descontado el carácter histórico de la materia que es su objeto» (p. 39), también «de la comunicación como negocio y de su consumo masivo como mercancía» (p. 40). Aunque no nos hallemos ante un objeto de estudio universalizable, ello no resta un carácter científico a este espacio disciplinar.

A nuestro juicio, la aproximación de Pilar Carrera apuesta claramente por la adopción de un enfoque sistémico en el estudio de la comunicación, reivindicando así la tradición pragmática de Watzlawick, Bavelas y Jackson y la Escuela de Palo Alto, que trata de evitar «la trampa del pensamiento dual» que enfrenta a las tradiciones empirista y crítica, praxis vs. teoría, liberalismo vs. marxismo, etc., en la estela del pensamiento de James Curran, muy próxima a los estudios culturales (p. 59). La autora se inclina por elegir el concepto de «comunicación mediática» como el objeto de la Teoría de la comunicación, si bien lo hace sin eludir un exhaustivo examen de las implicaciones en el uso de los términos «masa», «información», «mediación», «comunicación interpersonal», «comunicación mediática» o «modeliza-

ción», entre otros. En el capítulo 5, «Medios de masas y cultura de masas», la autora bucea en el concepto de «cultura», mediante una extensa exploración que la lleva a reflexionar sobre la relación comunicación mediática-cultura, y que le permite concluir que «la cultura de masas es, por tanto y esencialmente, un fenómeno comunicativo» (p. 105).

En el capítulo 6, «los orígenes de la investigación en comunicación de masas», la autora se sirve de la obra del Abate Dinouart para referir el axioma de la Escuela de Palo Alto «[n]o es posible no comunicar» o, como afirmaba Umberto Eco, para un semiótico «todo comunica». Esta breve digresión le permite desarrollar, a propósito del ensayo *El arte de callar* de Dinouart, una extensa reflexión sobre «el concepto de proliferación informativa y el concepto de cultura como resta» (p. 110). Como muestra de la originalidad del planteamiento de la profesora Carrera, se puede destacar el espacio que dedica a revisar las propuestas del sociólogo francés Gabriel Tarde (apenas citado en los manuales canónicos sobre Teoría de la comunicación), uno de los primeros autores que reflexionó sobre «la comunicación de masas desde la experiencia cotidiana de los medios» (p. 117), cuyas ideas son aplicables al actual universo internet (p. 120). O la reivindicación de las ideas de Lippman, para subrayar que «la influencia de los medios no se manifestaría únicamente a un nivel discursivo, conversacional, sino también a un nivel prediscursivo, como un modelo de comportamiento» (p. 123).

Nosotros y los medios contiene numerosas pruebas de la originalidad y riqueza de los planteamientos de la profesora Pilar Carrera. Por ejemplo, en el capítulo 8, «Persuasión y medios de comunicación», la autora se refiere a la existencia de «formas de persuasión encubiertas por discursos en los que prima una retórica objetivante y distanciada, como es el caso de los relatos informativos, pasando por lo que podemos denominar *modalidades persuasivas sistémicas*, que se refieren ya no únicamente a discursos específicos, sino a formas de enunciación vinculadas con la estructura de los relatos, incluyendo los *patterns* actanciales» (p. 146), que relaciona con los «modos de representación institucional» (MRI), expre-

sión acuñada por Noël Burch para referirse al canon del «cine de Hollywood». Creemos que este enfoque resulta muy efectivo para ayudar a entender que la persuasión es una «parte mínima de la persuasión circulante». A la hora de abordar, en el capítulo 9, el estudio de «los líderes de opinión y la naturaleza de la influencia», la profesora huye de los tópicos comunes la obra de autores como –Lazarsfeld Berelson, Gaudet–, y deja espacio para el debate teniendo en cuenta las desavenencias internas de la corriente que encarna Klappler, cuya teoría de los «efectos mínimos» de los media están llenas de matices y contradicciones. Cuando en el capítulo 11 revisa «la Escuela de Frankfurt y la industria cultural», la autora no se limita a exponer con claridad y detalle la doctrina de Adorno y Horkheimer, sino que se detiene a analizar el lugar de Benjamin en esta corriente, cuyas ideas reivindica destacando el potencial emancipador de la reproductibilidad técnica de la obra artística (pp. 175-176).

A destacar visión abierta de Carrera de la perspectiva estructuralista-semiótica, capítulo 12, por cuanto que destaca las «reapropiaciones... de conceptos e instrumentos de análisis de raigambre semiótica y estructuralista por parte de distintas corrientes de estudios de los media» (p. 178) como sucede con los *cultural studies* británicos. Asimismo, nos parece especialmente pertinente cómo la autora se hace eco del debate a propósito del «estatuto textual» que se produce entre estructuralistas y hermeneutas, rescatando el pensamiento de Ricoeur –ausente habitual en el contexto académico de la Teoría de la comunicación–, que entiende que «la interpretación es un proceso del texto, no del lector individual» (p. 186), si bien la labor del sentido debe entenderse en la dialéctica tradición-interpretación, en la que hay que tender a «liberarse tanto del objetivismo cientifista como del subjetivismo». La perspectiva de Carrera bucea en la complejidad del pensamiento de Peirce y Hjeltmslev, quienes «buscaron introducir una *dinámica de la significación* que permitiese entender [al signo] como un proceso...», una manera original de rastrear la huella del pensamiento hermenéutico en el núcleo del pensamiento semiótico.

El capítulo 13, dedicado al examen de la obra de tres grandes pensadores contemporáneos –Marshall McLuhan, Edgar Morin y Abraham Moles–, referentes indudables de la historia de las reflexiones sobre el estatuto de la comunicación en la sociedad contemporánea, objeto de la Teoría de la comunicación, nos parece especialmente oportuno y original, frente a los manuales al uso sobre la disciplina. Pilar Carrera desvela en estas páginas la sólida y fuerte base humanística desde la que enfrenta a la lectura de los autores estudiados, que nos ayuda a ver un complejo y rico tejido de relaciones que no tiene fin. Estamos ante un tipo de escritura *rizomática*, como hemos señalado, que una y otra vez se enfrenta a la problematicidad de los conceptos y obras que analiza. En su exposición de los principios conceptuales de los *cultural studies*, sin dejar de reconocer la gran importancia que supone esta corriente de pensamiento, al poner en valor «... lo cotidiano, lo hasta entonces considerado «indigno de teorización», la cultura popular, el entretenimiento,...» (p. 202), la autora subraya cómo la deriva de los *cultural studies* acaba fagocitando la obra teórica de teóricos como Horkheimer y Adorno, Barthes, Foucault, Lyutard o Bourdieu, cuyo pensamiento hay que situar en otras tradiciones de pensamiento (p. 206).

Finalmente, también nos parece muy sugerente que la autora dedique algunas páginas para el análisis de las teorías revisionistas (capítulo 16), a partir del examen de la obra James Curran, así como el examen de los discursos teóricos en torno a la sociedad de la información y la hegemonía de internet (capítulo 17), que permite completar un panorama contemporáneo en el debate sobre las teorías de la comunicación mediática, caracterizado por la complejidad, donde la irrupción de los *new media* «supone la definitiva incorporación de lo tecnológico a lo cotidiano, la incorporación de las nuevas tecnologías en las prácticas y rutinas cotidianas y la definitiva entrada de los *mass media* en el ámbito privado y de lo íntimo» (p. 232).

Para Carrera, «Internet es un medio que ha sufrido (y sufre), por un lado, de una ultraeufemización rayana a veces en lo mesiánico y, por otro, del apocalipticismo poco fecundo del ‘pensar o hacer click’» (p. 238).

En este contexto, «la progresiva ‘espiritualización’ de lo comunicativo ha de ser considerada, en parte, como una declaración de impotencia, una declaración de bancarrota teórica, que está muy relacionada también con la progresiva pérdida del principio multidisciplinar, verdadera savia de la teoría de la comunicación» (p. 239). De este modo, la autora reclama el rearme teórico para abordar el estudio de la comunicación mediática en esta nueva era que internet configura.

La autora finaliza esta extensa obra, capítulo 18, formulándose una serie de preguntas que son esenciales para tratar de entender la realidad mediática en la actualidad: «¿Qué ha cambiado en las últimas décadas en la forma de relacionarnos con los medios de comunicación? ¿Qué hay de ruptura y qué de continuidad? ¿Qué cambios cualitativos ha provocado el acelerador digital sobre ciertas tendencias ya existentes en la era analógica?» (p. 241). La respuesta no es sencilla, si bien la profesora Carrera no se resiste a exponer una serie de claves para entender el actual escenario digital. Por un lado, se ha producido una «progresiva apropiación de los espacios del directo y de las retóricas de la privacidad por parte de los medios» (p. 242); resulta imposible poder aislarse de los medios, ya que «tanto el feedback como su ausencia son leídos como respuestas» (243); siguiendo la distinción de Lippman, concluye que «hoy nuestro ambiente primario es el pseudoambiente», que inunda la información (p. 243); en el nuevo ecosistema mediático que ha generado internet, «ya no es solo la emisión la que se hace global (...) sino el espectáculo de la recepción» (p. 244), un hecho inédito en la historia de la comunicación; e «internet se está convirtiendo esencialmente en un medio de *publicity* al servicio de empresas e instituciones y de información estratégicamente planificada» que «exige una audiencia activa (...) en virtud de la naturaleza controladora del medio» (p. 245).

Para Carrera, aunque los periódicos no imponen los temas, «siguen siendo agentes centrales en todo el proceso de desencadenamiento de conversación y procesos virales, siguen siendo los grandes suministradores de tópicos susceptibles de convertirse en *trending topic* en redes sociales» (p. 245). De este modo, la autora

describe un escenario mediático convulso, no ajeno de contradicciones y tensiones, en el que internet se erige en una suerte de «imperio de la función fática», que se funde con lo cotidiano, donde lo esencial es el contacto entre los usuarios, hasta llegar a hacerse «transparente» e invisible a nuestros ojos (p. 247). Y esta invisibilidad o «transparencia» de internet, así como la ficción que genera al hacernos creer que es posible una suerte de accesibilidad infinita a todo/s, expresa la fuerza política y controladora del medio.

Nos hallamos, pues, en un entorno en el que los libros, las películas, las fotografías, etc., son en internet objetos digitales, desmaterializados, cuya naturaleza es radicalmente diferente en el contexto analógico. Como dice la autora, «ahora tenemos que resolver cómo habitar políticamente una habitación de hotel» (p. 248), una manera muy sugerente de señalar que será inevitable la adaptación al nuevo escenario digital, que ha generado «una forma de relacionarse con la información que ya difícilmente tiene marcha atrás, en la que el potencial de viralidad se antepone a otros valores noticia» (p. 249).

A nuestro juicio, la propuesta implícita de *Nosotros y los medios* es, sobre todo, una llamada de atención para evitar el conformismo y la resignación ante la expansión de internet y de sus consecuencias, frente a la que es necesario adoptar una actitud crítica, deconstructiva, que empodere *realmente* a la ciudadanía. En otro lugar (Marzal y Casero, 2016), nos hemos referido a Daniel Innerarity que unos meses atrás afirmaba que «... corren malos tiempos para la crítica, como para toda forma de negatividad teórica y práctica –transgresión, revolución, desenmascaramiento, revelación, protesta, alternativa, utopía–, por un motivo «contextual»: lo negativo ha sido culturalmente despotenciado» (*InfoLibre*, 11/07/2016, <http://www.espacio-publico.com/un-debate-largamente-aplazado#comment-5522>).

El libro de Pilar Carrera ofrece una meritoria resistencia a la comodidad y una tensión intelectual que sitúa al lector en un universo de aporías y preguntas que no tienen una respuesta sencilla. Como señala Josep Maria Català, «el enemigo básico de la complejidad no es tanto lo simple como lo especializado, es decir, la voluntad de

mantenerse en lo simple, de hacer de lo simple una metodología» (Català, 2005: 25). El subtítulo *Prolegómenos para una teoría de la comunicación*, de claras reminiscencias kantianas, permite comprender que nos hallamos en un espacio multidisciplinar cuya naturaleza es forzosamente la del diálogo y el debate constantes, muy exigente con el lector. En definitiva, *Nosotros y los medios* constituye una reflexión profunda y valiente sobre un objeto tan complejo como la comunicación mediática, que nos

coloca, por un lado, ante un formidable desafío intelectual, en tanto que nos enfrenta a nuestros prejuicios y conocimientos previos sobre esta materia y, por otro, es un estímulo para seguir estudiando y aprendiendo sobre un ámbito disciplinar tan difícil y complejo como es la Teoría de la comunicación.

Javier Marzal Felici
Universitat Jaume I