

La comunicación como quehacer y como problema

Luis Javier Mier V.

Producto de las obsesiones personales, estas líneas recogen tres reflexiones acerca del quehacer comunicativo que se encuentran estrechamente relacionadas con la enseñanza y la investigación de la comunicación. La primera se refiere a la profesión de comunicar, y tiene la pretensión de resaltar la importancia que la cultura tiene en la formación profesional. La segunda se refiere a los aspectos formales de la comunicación, y trata de llamar la atención sobre la necesidad de incluir en los programas y en los planes de investigación, la dimensión estética tan olvidada por los estudiosos. La tercera y última arremete contra el tecnicismo, y busca subrayar la importancia de enseñar y realizar investigación para la producción.

Todas ellas intentan responder al problema de la desintegración que ha sufrido la enseñanza y la investigación de la comunicación. Desintegración que se manifiesta en la división tajante y desgarradora entre ciencia y oficio que, a mi juicio, aportaron los afanes científicos de los años 70's, al ignorar los conocimientos que tuvieron su origen en la experiencia comunicativa.

Y es que dividir a la comunicación entre teoría y práctica es separar el conocer del hacer; es suponer que la reflexión y la acción no tienen relación alguna entre sí. De ahí que se haga necesario que las escuelas retomen a la comunicación de manera integral, como una disciplina teórico-práctica que incluye el conocimiento y rigor

propios de las ciencias sociales, y la pericia técnica y la creatividad propios del oficio comunicativo.

Pero eso no basta. En mi opinión, las escuelas deben tener como punto de partida y como fin al sujeto que aprende, pues es él (y no la universidad) quien habrá de enfrentar --y transformar-- la realidad mediante el ejercicio profesional; y para hacerlo --para superar la dicotomía-- necesita de un proyecto vital que sintetice lo aprendido, que lo convierta en quehacer comunicativo. La discusión sobre este quehacer es una de las tareas que tenemos que emprender si queremos realmente responder a los tiempos que corren.

No se trata de negar las aportaciones teóricas y metodológicas que la preocupación científica trajo consigo, sino de integrar a ellas los conocimientos que la solución de problemas concretos y específicamente comunicativos arroja. Para lograrlo, es necesario que orientemos los esfuerzos al desarrollo de las mediaciones entre la teoría y la praxis. Y aquí es donde creo que la formación cultural, el estudio de los lenguajes y las formas comunicativas, y la investigación para la producción, adquieren un papel importante en el estudio de la comunicación.

Trataré de explicarme.

1).

En palabras de Ortega, uno de los grandes males de la universidad contemporánea es que en ella la investigación ha desplazado a la cultura, dejándose con esto la preparación de profesionales a la "buena de Dios"¹.

Nuestra disciplina no ha sido la excepción. A partir de los 70's el medio académico de la comunicación ha puesto el énfasis en la investigación y el estudio científico, en detrimento de las humanidades y el oficio. La enseñanza ha sido enfocada a la formación de investigadores, científicos sociales, estrategas . . . Lentamente la comunicación ha ido convirtiéndose en comunicología. El positivismo, que ha endiosado a la ciencia, ha dividido a la disciplina entre los que la estudian (comunicólogos) y los que la hacen (comunicadores).

Sin embargo, la comunicación social no es únicamente un objeto de estudio que puede desligarse del mundo presente, es un problema a resolver todos los días, a cada momento. Y para hacerlo no bastan ni la técnica (entendiéndose por ella el cómo hacer) ni la teoría. Hace falta el "talento integrador"; porque la vida exige que uno se las entienda con el presente, siempre. Y no espera².

Comunicar --refiriéndose a la profesión-- es un oficio, un hacer

cotidiano. Y el hacer requiere de un plan vital que lo guíe, que lo convierta en quehacer, que le dé sentido humano; porque “la vida es, de cierto, tratar con el mundo, dirigirse a él, actuar en él, ocuparse de él”³.

Ese plan es —debiera ser— cultural, porque la ciencia (que forma parte de la cultura) enseña cosas del mundo, mientras que la cultura enseña a vivir en el mundo, a entendémosla con él. Es a través de ella que interpretamos nuestro tiempo y nuestro espacio, que comprendemos la actualidad, que hacemos síntesis y no únicamente análisis. La ciencia descubre las leyes del universo, la cultura les da sentido.

Más allá de las abstracciones de la ciencia, de sus leyes y métodos, se encuentra un mundo concreto que se realiza a cada paso. La comunicación, no lo olvidemos, forma parte esencial de ese mundo. Abordarla únicamente como ciencia social, dejando fuera el conocimiento humanístico (tal como hace el positivismo), supone privarla de su encarnadura, separándose —en palabras de Morin— el saber constituido de la experiencia existencial⁴. Es decir, supone des-culturizar la comunicación y con ello desorganizar la cultura como sistema. El resultado es la alienación.

De ahí que propongamos rescatar la dimensión cultural en la enseñanza de la comunicación. Preparar comunicadores cultos (en el sentido que le da Ortega), capaces de convertir el hacer en quehacer es más importante que nunca en un tiempo como el nuestro, caracterizado por la crisis y la confusión. De lo contrario, los egresados de las escuelas, incapaces de comprender e interpretar siquiera su realidad profesional, se verán arrastrados por la corriente de los acontecimientos, convirtiéndose en cínicos o ingenuos agentes de la manipulación, o en frustrados universitarios bien intencionados.

2).

Preparar universitarios cultos, y por consiguiente críticos, no es suficiente: hace falta formar profesionales que sepan responder creativamente a las necesidades comunicativas de la sociedad; y para ello es indispensable el conocimiento de los lenguajes y las formas comunicativas, pues no hay práctica sin teoría. Sin embargo, pese a que los estudios sobre la comunicación colectiva se han multiplicado en México en los últimos 15 años, sobre las maneras de hacer se ha avanzado poco; muy poco si eliminamos los manuales —recetarios— debiéramos decir— que casi nada aportan cuando lo que se busca es dar un paso más allá de la pura asimilación de la técnica.

Y es que se le ha dado tanta importancia a la crítica de la conformación de la sociedad, a la teoría del análisis del discurso y a la semiótica, que casi se ha olvidado que en la comunicación colectiva siguen habiendo formas estéticas, maneras de construir los discursos, maneras de expresar las cosas.

Formas estéticas (no meras técnicas) ligadas, claro está, a los efectos, a las estructuras, a las ideologías, a las relaciones sociales y económicas, pero que no encuentran su explicación únicamente en el análisis de estos términos. Las investigaciones realizadas, en este sentido —ya sea que busquen medir efectos, encontrar respuestas integrales, explicar texto y contexto—, aunque son importantes por sí mismas, no pueden llenar todos los huecos, no pueden responder a todas las preguntas, pues también enfrentan, quíerese o no, grandes limitaciones.

Ya Daniel Prieto ha señalado, refiriéndose a la semiótica, que hay que poner el énfasis en el uso, que hay que investigar y estudiar para aprender, también, a hacer comunicación, y no únicamente para explicarla. Esto, que no niega las aportaciones de la sociología, la antropología, la psicología y la lingüística, supone corregir miras; desandar el camino que aleja de la realidad.

Es claro, otra vez, que no se puede olvidar, sin riesgo de quedarse dando vueltas en círculo, que la comunicación colectiva supone un quehacer ligado con el arte, con la actividad creativa. La enseñanza y la investigación que se realicen en este sentido no se oponen a las otras: las completan, les proponen nuevas cuestiones a resolver, les brindan la oportunidad de matizar y, sobre todo, las acercan a la realidad concreta. Piénsese, si no, cuánto pudieron haber mejorado muchos de los análisis sobre la prensa si sus autores hubieran sabido más sobre el oficio, el lenguaje, las formas creativas y de producción que son, parecen, inherentes al periodismo.

¿De qué sirve hablar, por ejemplo, de comunicación alternativa, si no se sabe hacerla porque no se conoce a fondo —inteligentemente, más allá de lo obvio— cómo se hace aquí y ahora la comunicación dominante; si se ignora lo que es inherente al sustantivo (comunicación) y lo que es propio del calificativo (dominante)?

El afán por ponerse la bata blanca a como dé lugar suele derivar en un cientificismo estéril que, atrapado en sus propias redes metodológicas y teóricas, se aleja de la realidad encarnada, negando las aportaciones de la intuición, de la sistematización de la experiencia y de la reflexión sobre la propia actividad comunicativa.

3).

A la propuesta anterior sumo otra: la necesidad de impulsar la investigación para la producción como la mediación que puede acercar la teoría a la práctica. Y es que el auge que han cobrado los estudios de la comunicación en el mundo durante los últimos 50 años, ha creado una terminología que cada día resulta más compleja y oscura para todos aquellos que no pertenecen a la academia, como si se tratase de que entre menos nos entiendan tanto mejor. Lo peor es que entre nosotros mismos la comprensión —por falta de consenso en los significados de buena parte de las palabras que utilizamos— es también cada día menor.

Nuestra terminología, lo queramos o no, lo hagamos inconscientemente o deliberadamente, nos encierra cada vez más en una torre de Babel desde la cual ni nos comunicamos con el mundo ni, muchas veces, nos comprendemos entre nosotros.

La confusión que todo lo anterior provoca se refleja además en muchas de las investigaciones, verdaderos jeroglíficos que terminan en las bibliotecas universitarias o en los anaqueles de los estudiosos. Por eso es necesario preguntarse, aunque sea de vez en cuando, investigar ¿para qué? No estamos con esto diciendo que todo estudio debe tener una aplicación práctica, ni mucho menos, sino que debe responder a preguntas cuyas respuestas, por modestas que puedan ser, importen al hombre. Tomar distancia de la realidad cotidiana para entenderla es, ciertamente necesario, pero no hay motivo alguno para no emprender el camino de regreso. Si se desea realmente una mejor comunicación es necesario trascender la pura descripción del fenómeno y su diagnóstico, para involucrar a los estudiantes y a los profesores en la búsqueda de soluciones.

De ahí que sea necesaria la traducción, de ahí también que sea imprescindible emprender el viaje de la investigación a la producción, de la averiguación a la propuesta, por sencilla y discutible que ésta pueda ser.

No es posible continuar hablando de la comunicación masiva como si se tratase de algo ajeno; no es posible que desde las páginas de los estudios se indiquen sus efectos nocivos y la necesidad de plantear alternativas, y que después dejemos a los estudiantes (y al público) a que se las arreglen solos. Es necesario, so pena de quedar atrapados en nuestra propia confusión, que junto con ellos concretemos las alternativas.

NOTAS

- 1) Ortega y Gasset, José. Misión de la Universidad . Cfr. p. 54.
- 2) Ob. cit. p. 69.
- 3) Ibidem, p. 58.
- 4) Cfr. Morin, Edgar. Del análisis cultural a la política cultural.