
LA COMUNICACIÓN: de objeto a categoría

Jesús Becerra Villegas

Cada época tiene su cábala
Leonardo Sciascia

En toda agenda de constitución de un campo de pensamiento y de acción transformadora, se encuentra la construcción del objeto de estudio. Es entonces cuando el mismo viejo mundo se vuelve interrogado con una mirada de suficiencia diversa. A ella le desliza la promesa de una aproximación aún inexplorada: la del nuevo campo, con *su* objeto al centro, constructo *ad hoc*, respecto al cual se vuelve posible tejer la urdimbre de un relato que es un nuevo sistema de relaciones del mundo. Sin embargo, a fin de que el campo constituya su disciplina, debe generar categorías. La primera de ellas debe ser producto, precisamente, de elevar el objeto al rango de categoría. El hacerlo significa volver *domésticamente* inteligible el escenario general, al menos desde la perspectiva parcial propia de ese campo, que la categoría confiere. En ese momento, la mirada puede ir más allá y atreverse a mirar hacia afuera para dar cuenta de los objetos de otros campos. Así, resulta pensable, por ejemplo, añadir a las formas de periodización histórica marxistas, que descansan en categorías económicas como *Modo de producción*, una diferente, cuya potencia heurística está en razón de su nivel de generalidad y de su capacidad explicativa. Más aún: no sólo los objetos son repensables, sino que una categoría sólida puede dar cuenta de otra y someterla a su lógica, ejerciendo así, la construcción de mundos posibles con una riqueza de gradación concreto—abstracto. Así pues, la tarea no es sencilla, no se trata simplemente de dar por descontado que la mera postulación de la categoría engendrará las reglas para sustentar un corpus de pensamientos: existe el peligro de centrar gratuitamente la mirada en un espacio que la conciencia no ha conquistado. Los costos de la ingenuidad pueden ser más altos que el beneficio buscado y la constitución del campo propio puede verse más alejada en tanto signifique un esfuerzo enorme de la

conciencia por desconstruir el tejido de significados que la sostienen. Vienen a cuento las consideraciones de Leonardo Sciascia:

—En efecto —dijo el abogado Di Blasi—, cada sociedad genera el tipo de impostura que, por así decir, se merece. Y nuestra sociedad, que en sí misma constituye una impostura, una impostura jurídica, literaria, humana... Sí, humana incluso de la existencia, diría yo... Nuestra sociedad no ha hecho otra cosa que producir de manera natural, obvia, la impostura contraria...

—De un crimen corriente, de un delito vulgar, vos extraéis filosofía —dijo Don Saverio Zarbo.

—Ah, no, éste no es un delito vulgar. Éste es uno de aquellos hechos que contribuyen a definir una sociedad, un determinado momento histórico [...] (Sciascia, 1994: 136).

Si en efecto una impostura es más que distintivo histórico, punto de articulación de los tiempos, es porque lo social no es otra cosa que una lectura, que un ejercicio de proporciones.

El propósito del presente ejercicio es incorporar elementos para enriquecer y dar cuenta parcial de una discusión "silenciosa" respecto a dos posiciones extremas sobre la comunicación: aquella que al buscar explicarla, efectúa su desplazamiento hacia los valles de lo que es observable mediante la mirada exterior, y aquella otra que la concibe no sólo como explicable, sino como dotada de una centralidad explicativa y, por tanto, constitutiva. La discusión debe evaluar entonces la posibilidad de construir, junto a categorías economicistas, otras comunicacionales para el efecto de explicar, al menos en la parte que les corresponde, la naturaleza social.

Así, de resultar pensable la historia de tal naturaleza social, desde la perspectiva que toma como eje la comunicación, no sólo resulta implicada la posibilidad de construir también teorías centradas en ella, sino, de manera muy importante, se abre con ello la posibilidad de repensar espacios como el sociológico, el educacional, el antropológico o el psicológico, por ejemplo. Esto es posible en tanto existe en sus objetos al menos una dimensión de comunicación que, revitalizada, alcanza nuevos potenciales heurísticos e incluso seminales. La refundación de lo comunicacional, pues, no es la única apuesta que la nueva categoría se juega.

La discreta polémica Martín-Barbero/Mattelart

La constitución del campo de la comunicación parece descansar, como en el más puro ejercicio dialéctico, en diferencias centrales —que quizá debamos ir ganando para nuestra futura arqueología— en las posiciones de un par de fundadores con amplia influencia en la formación de comunicólogos en América Latina. Se trata de Jesús Martín-Barbero y de Armand Mattelart. Al primero, le debemos entre otras cosas, el habernos enseñado a aplicar una ruptura epistemológica fundamental para el efecto de construir el concepto de *comunicación*; se trata de la ruptura con nuestro pecado campal, el *comunicacionismo*. Dice Martín-Barbero:

El primer movimiento que implica la reubicación de la mirada —desde las prácticas sociales— es de ruptura y descentramiento. De ruptura, en primer lugar con el *comunicacionismo* que es la tendencia aún bien fuerte a ontologizar la comunicación como el lugar donde la humanidad revelaría su más secreta esencia. O en términos sociológicos, la idea de que la comunicación constituye el motor y el contenido último de la interacción social. Atención porque, en un lenguaje o en el otro, la idea de la centralidad de la comunicación en la sociedad —y la consiguiente evacuación de la cuestión del poder y la desigualdad de las relaciones sociales— está recibiendo ahora su legitimación teórica y política del discurso de la racionalidad tecnológica que inspira la llamada “sociedad de la información” [...].

Una cosa es reconocer el peso de los procesos y las tecnologías de comunicación en la transformación de la sociedad y otra bien distinta afirmar aquella engañosa centralidad y sus pretensiones de totalización de lo social (Martín-Barbero, 1990: 9-10).

De acuerdo con ello, no se trata de recentrar los fenómenos sociales en torno a un eje social con tal de que éste no sea el de la comunicación; al contrario, en la postulación del objeto comunicacional, se propone considerar el espacio de las reflexiones libre de puntos de articulación absoluta, que terminen por constituirse en referentes obligados para dar sentido a todo análisis y toda síntesis. La propuesta, como tal, implica para nosotros, ejercer el pensamiento sobre lo social con una ecuanimidad que nos haga sensibles a las finas sutilezas de una realidad contundente y no desplegada en bandas de frecuencia exclusivas para receptores disciplinarios. No. La realidad se mantiene soberana ante nuestro discurso académico que la pronuncia y la convoca, la parcela y la figura.

La propuesta de Martín-Barbero, seguramente, debe ser valorada en lo que tiene de llamado a cuidarnos de caer en los excesos de creernos los

cuentos que extendemos como recibos provisionales sobre lo social, en espera de adquirirlos en especie, algún día. En efecto, el comunicacionismo, como frecuentemente le ocurre a los *ismos*, puede ser una reducción —no en el sentido filosófico de suspensión del juicio, es decir, *epoché*—, puede ser una sobresimplificación que termine por dar vida a sus propios constructos para aplicárselos como ingenuos moldes a sus objetos, más que a explicar éstos bajo un sistema de consideraciones.

Hasta aquí, seguramente la sensatez y la experiencia que saldan los autoritarismos disciplinarios pueden avalar totalmente la recomendación de Martín-Barbero. Sin embargo, en otro ejercicio de ideas y desde otra posición, Mattelart parece haber circulado por una diferente lógica que usa el primer plano y los sistemas de ejes no sólo para el pensamiento, sino, lo más importante, para el reconocimiento de los patrones de despliegue de lo social. Es precisamente la comunicación la que ocupa el lugar de privilegio en el discurso historiográfico de Mattelart. En *La invención de la comunicación* afirma “cada época histórica y cada tipo de sociedad tienen la configuración comunicacional que se merecen” (1995: 11), cuentas que se truecan luego en una entrevista con María Elena Hernández en un planteamiento más provocador que Mattelart no repele:

¿A qué se refiere en la introducción de su libro cuando dice que “cada época histórica tiene su propia configuración comunicacional”? [...] para mí la comunicación es una creación: la creación de un tipo de civilización, de un tipo de cultura enmarcada en un proyecto racional. Desde ese punto de vista, creo que todas las problemáticas de comunicación en la historia, tal como han sido desarrolladas por el poder (ése es otro aspecto muy importante), son problemáticas de gestión y de control social en relación con la problemática de la cultura. A fin de cuentas, la comunicación es la proyección de un esquema ideal de sociedad y por eso hay tantas utopías. Yo comienzo la historia de la comunicación a partir de la aparición del ideal de la razón, la forma en que se va a corporizar, a materializar en la ciencia y en los esquemas de administración de la sociedad (Hernández, 1995: 22).

La noción de la correspondencia entre épocas históricas y configuraciones comunicacionales, de entrada, sustenta la posibilidad de periodizar el devenir humano en atención a sus modos de interacción, ya sea como elementos concomitantes, en cuyo caso la comunicación es mero reflejo, mero indicador de cambios que se originan en un espacio mayor y superordinado, o bien en una relación causal, que puede encontrar en la comunicación, el orden generador de los cambios que hacen del devenir algo perceptible.

El pensamiento de Mattelart parece haber optado por esta última posibilidad: sin entender la comunicación como un producto de sí misma, en *La comunicación-mundo* (1992) la ubica en la base de esfuerzos de constitución de tres áreas sociales mayores: la guerra, el progreso y la cultura.

Al margen de la existencia de otros puntos de encuentro y de desencuentro (por ejemplo, la atención de ambos académicos a figuras extramediáticas para el estudio de la comunicación, o la denuncia de Mattelart [Hernández, 1995] contra el sospechoso neoliberalismo detrás de ciertas teorías de la recepción), la intención es reflexionar sobre la posición que los que venimos estudiando la comunicación le debemos dar a ésta en el escenario de lo social. Para tal efecto, podemos partir de la existencia de un par de posiciones fundamentales, más o menos justificadamente identificadas aquí con Martín-Barbero y Mattelart: o bien la comunicación es un mero agregado dentro de un reparto de protagonismo colectivo en el mejor de los casos, o bien la comunicación es la trama misma de la historia trágica de la humanidad, el fruto para el demiurgo que nos dio el lenguaje a cambio del edén perdido. Entre estas polaridades del pensamiento hemos construido las parcelas de nuestro campo, y ¿quién sabe si superemos esta visión dicotómica?

A fin de intentar desbrozar un poco el terreno y luego intentar su descripción topográfica, puede ser de alguna utilidad la revisión de nociones marxistas empleadas por el propio Martín-Barbero al caracterizar el comunicacionismo:

Agotado el motor de la lucha de clases, la historia encontraría el recambio en los avatares de la comunicación. Con lo que cambiar la sociedad equivaldría en adelante a cambiar los modos de producción y circulación de la información (1990: 10).

Es necesario recordar que en el pensamiento de Marx (Figueroa, 1984), el concepto *modo de producción* es central: expresa el tipo de relación social más importante para un economista inscrito en la corriente materialista: aquella que define las formas de relación que suscriben los individuos para producir las condiciones materiales de su existencia. Se trata, como sabemos, de distintos *modos* históricamente determinados y determinantes, asociados a la generación de *modos técnicos* específicos para la organización social del trabajo productivo. Como categoría de análisis histórico, *Modo de producción* o MP, se ubica, sin embargo, más cerca de las construcciones lógicas que su concepto complementario *Formación social* o FS, término que alude de manera directa a las concreciones espacio temporales que asumen las relaciones sociales de dos estados nacionales, por ejemplo, bajo el mismo MP, o una misma sociedad en

diversos momentos de su devenir. Es, pues, FS un término que se ubica en el campo concreto de lo histórico en su acepción más terrenal, mientras que es MP la categoría abstracta que recoge el sentido mayor, el de la lógica necesaria para el análisis.

Pero si bien es válida la enseñanza marxista de que la historia tiene una lógica, también lo es la apuesta arqueológico genealógica de Foucault (1968) de que la lógica tiene una historia. La sociología de Bourdieu (2002) parece asumir el mismo lado de la relación con el constructo *capital simbólico*.

Lo lógico y lo histórico: dicotomía o énfasis

Si nos preguntáramos en cuál de los dos flancos referidos debemos ubicar nuestro objeto de estudio los que dedicamos ideas a pensar la comunicación, ¿sería ésa una buena pregunta? No. Sería una pregunta ingenua al suponer que *lo lógico* y *lo histórico*, meras abstracciones de distinto nivel de generalidad, *habitan* el espacio de los hechos mismos. Es cierto que en los actos de comunicación damos fe de nuestra existencia material, pero sólo se trata de ratificaciones de un ejercicio desde lo simbólico, el *lugar* en donde radican la razón constructora y la conciencia reconstructora. Quizá por ello tendamos a ubicar la comunicación como proceso de acercamiento *acá*, en su terruño. La comunicación, pues, no es en sí ni por sí misma, lógica o histórica; la comunicación simplemente *es*. Las dimensiones de la lógica y de la historia son estrategias con distinto nivel de énfasis para abordarla.

Así pues, pensar la comunicación, al igual que atender cualquier otro objeto, debe ser un movimiento de la razón *hacia arriba* o *hacia abajo*. En el primer sentido, la mirada ha de buscar las marcas generales para construir conceptualmente su naturaleza, los principios que la rigen y las leyes absolutas asociadas a ella: su lógica, en una palabra. En el sentido descendente, el *espíritu* inquisitivo observa el despliegue del sistema lógico, en el tiempo y en el espacio, para construir conceptualmente los mecanismos y las operaciones en sus procesos de devenir como objeto: la historia, en una palabra.

Es claro que una sola de las dos miradas jamás podría acercarnos a la comunicación. Por ello, las concepciones meramente sistémicas del estructuralismo vulgarizado, o las descripciones puramente coyunturales del funcionalismo instrumental, o cualquier ejercicio parcial desde el marxismo ideologizado, se condenan de antemano a alimentarse de los fantasmas de su discurso especular. Una aproximación prudente desde el

estructuralismo, con la semiótica, por ejemplo, debe acotar primeramente los límites de su visión: la comunicación en tanto ejercicio simbólico. En seguida, su definición operativa fundamental: la estructura como unidad orgánica de proceso y sistema, en tanto el primero alude al devenir, al ejercicio y al cambio, y el segundo alude al orden, a la regularidad y al modo de su naturaleza; estructura, pues, a partir de dos énfasis: como orden sujeto al cambio o como cambio sujeto al orden. En el primer caso, el pensamiento sobre la comunicación privilegia la lógica de la dimensión simbólica, mientras que en el segundo la concibe en la concreción de su ruta histórica.

A fin de preparar el regreso a nuestro problema inicial sobre la validez de centrar el análisis social en la comunicación, podemos intentar el traslado de las elaboraciones anteriores a los procesos sociales para preguntarnos si tienen éstos una lógica, y si el orden de lo social es tenido por la conciencia como un ejercicio. Al parecer, las dos respuestas deben ser afirmativas. El punto crítico aquí es si esa lógica de los procesos sociales es, al menos en lo fundamental, la comunicación, y si el despliegue de lo social *consiste*, al menos en lo general, en actos que sin forzar los términos pueden catalogarse como comunicacionales. Si la respuesta a la primera pregunta es afirmativa, es decir, si hablar de la socialidad de los actos sociales es principalmente hablar de lo que éstos tienen de comunicación, ello significa que la comunicación como orden, es aquello de donde deriva el sentido fundamental y el direccionamiento de los ejercicios sociales como intentos de contacto en los que se concreta la función de intercambio que podemos llamar comunicación. Según esta hipótesis, en última instancia, el hacer social específico es un proyecto de comunicación. Por otra parte, si hablar de las formas que lo social asume es, en lo general, hacer referencia a la multiplicidad de maneras que tenemos de ejercer lo comunicacional —sea en su modalidad positiva de presencia o en la de alejamiento—, ello acusa la existencia de muchas razones parciales para hacer comunicación y ubica a ésta como principio de razón suficiente —aunque no total— para explicarse a sí misma. Según esta hipótesis, el hacer social específico encierra un acto de comunicación en potencia.

A partir de lo apuntado, es dable acotar un par de sentidos para el término *comunicacionismo*. De su acepción perversa, deslumbrada por el aura magnífica de la palabra *comunicación*, ya nos ha alertado Jesús Martín-Barbero: las concesiones a su dominio pueden terminar por oscurecer la razón antes que volverla útil. Ello no ha obstado para que el autor edifique discursos a distinto nivel: desde apuntes y aportaciones

hasta críticas y teorizaciones; todo ello sin comprometer la posibilidad de pensar la comunicación *también* desde una perspectiva propiamente comunicacional que, si somos capaces de leer correctamente, podemos llevar a fertilizar otros terrenos, según se apuntó antes. La otra asunción, conquista de madurez del comunicólogo, se arriesga a pensar en la comunicación desde una centralidad nunca definitiva, ni momentáneamente total. Se permite ver tanto en la lógica de los hechos sociales como en sus procesos a la comunicación: orden y cambio en unidad orgánica productora de la dimensión social. Vista así, la comunicación se vuelve categoría de densidad variable para un objeto de estudio llamado sociedad. No parece haber sido otra la apuesta de Armand Mattelart: antes de producirse el derrumbe físico de cada modo de producción, una idea colectivizada había imaginado un nuevo modo de entablar las relaciones de los seres humanos con sus semejantes y con el mundo. En ese sentido, si cada modo fue configurado y entró en circulación primero en las avenidas de la razón, la comunicación es un modo en sí misma. Las configuraciones comunicacionales correspondientes a cada época, son más que concomitancias, prefiguraciones que anuncian la historia... y preparan su camino.

Debe entenderse, por último, que el paso de un tipo de categorías a otro, se basa en el supuesto de que tal esfuerzo puede ser heurísticamente productivo, sin propiciar rompimientos o luxaciones de la conciencia. Y es que, en aras de superar la opacidad del objeto, es posible caer en el juego más fácil de oscurecer el orden al cual la contracategoría que lo nombra parece pertenecer. Piénsese, por ejemplo, qué tan cercana a la discusión sobre lo económico y lo comunicacional se encuentra la tentación de enarbolar nuevamente los estandartes del añejo desencuentro materialismo-idealismo. El superar los obstáculos que a la conciencia opone la existencia del objeto —cualquiera que ésta sea—, es ya la razón de ser de las categorías; vistas desde su territorio, no parece haber otra opción que el ejercicio canibalista para conjurar el eclecticismo; vistas desde el objeto —si tal fuese posible—, las categorías devienen operadores lógicos cuyas discrepancias pueden ser complementarias, resueltas en énfasis. Para el caso planteado por Mattelart, la discusión debe superar la apuesta dicotomizante sobre la precedencia entre las condiciones materiales y el imaginario social, en tanto productores y conformadores de la contraparte: en el barajamiento histórico, lo que adeuda cada parte a la otra se pierde en los nublados albores de la civilización, y al fin queda en la balanza del pensamiento, la propuesta del hilo conductor del relato. No siendo lo económico y lo comunicacional reductibles a meros énfasis uno del otro, sí lo son, individualmente y como pareja, respecto a la tota-

lidad orgánica e inaccesible de los hechos sociales. Toda categoría es, así, una puesta en escena, con su apuesta protagónica, pero deseablemente no encuegada por su propia luminosidad.

«Comunicación», *categoría del ser*

Pero queda un asunto insuficientemente atendido: la posibilidad de mantener nuestro espacio social descentrado para el pensamiento, según la propuesta de Martín-Barbero. Si es el caso, la lectura de lo comunicacional se produce desde y con respecto a un encuadre de teoría social en pleno, sin apellidos, por ser *la* teoría social. El asunto, pues, no resulta saldado con el mero acto, trascendente por cierto, de descentrar la comunicación; los objetos de la conciencia aún derivan de un linaje de posicionamientos *sub species* pero, ¿a partir de qué, exactamente? Propongamos dos respuestas mayores: a partir de otros posicionamientos o de los hechos mismos, según un nuevo capítulo de la oposición racionalismo – realismo. Aun si concedemos cierta elocuencia al mundo de los objetos para hacer los dictados a la conciencia, ésta requiere de un sistema de lectura para posicionarlos, para darles sentido, supuesto que éste es intransmisible. Y he aquí nuevamente el problema: en efecto, lo social en sí mismo puede estar descentrado, pero no el pensamiento que lo persigue. Cada categoría es una propuesta lógica y dialógica, un sistema de coordenadas que da gramaticalidad para hacer posibles los discursos que el entendimiento debe proponer. Las tentaciones de una ciencia sin supuestos, de una observación sin observador se acercan peligrosamente al edén de un constructo sin centros siquiera provisionales.

Eco (1976), al definir la semiótica como teoría de la mentira, excluía definitivamente de la competencia de aquélla, el problema de la verdad, tema distinto del de la verosimilitud y la veredicción (Zavala, 1998). Se trata de un asunto de semántica elemental: a ella le compete exclusivamente el dominio de lo in-tensional, su dimensión lógica; lo ex-tensional en tanto exterior, le resulta ajeno, quizá como espacio presemiótico. Las condiciones por las cuales algo es enunciable son condiciones de enunciación, no de existencia exterior. Cuando Peirce definió la relación signo-objeto como semántica, no tenía por objetos necesarios las entidades físicas sensibles, sino las condiciones por las cuales lo *signico hace posible* la existencia semiótica, en seguridad. Entiéndase bien: el mundo físico puede prescindir para sus propios efectos de una segunda concepción, de la nuestra, pero para el pensamiento hay una anterioridad a la constatación de lo físico como existente: la primeridad, cuyo modo de ser

es la cualidad pura. Es decir, para que los especímenes sean posibles, la especie tiene preeminencia incluso a nivel de la constatación sensorial: el árbol que ahora veo y que nunca antes vi, lo reconozco como árbol en tanto lo entiendo como entidad ejemplar (ex-tensional) del conjunto abstracto que el signo *árbol* cualifica.

Aquí hace falta, pues, distinguir entre el objeto-en-sí y el objeto *sub species*. La distinción de lo primero la requerimos para producir el objeto mismo, en nuestro caso, la comunicación como ejercicio y éste, habilitado también como metapráctica factible. La de lo segundo, para posibilitar la reflexión y la construcción del objeto en tanto objeto de estudio y de acción. Resulta por lo menos barato tachar de idealismo lo que es una etapa constitutiva de las disciplinas, esto es, la formación de un *corpus* ubicado *más acá* de las falanges con las que luego lo real será tocado. Si hay un conjunto de hechos en el mundo a los cuales podemos llamar *hechos de comunicación*, hay también *más acá* una *comunicación*, en genérico, pero con el apellido del punto de vista con que es discurrida.

Nuevamente, si en efecto hay una sociedad en pleno e incluso existe *lo social* en sí, con seguridad su espacio no es exactamente el de nuestro pensamiento. Está más allá. Al nombrarlo, lo habilitamos pero además nos lo apropiamos. Así que evitemos confusiones: el decir que *aquello de allá* está descentrado, no sólo constituye una verdad segura, sino además, un acto necesario para fincar la construcción de nuestra teoría sobre un terreno con las menores ficciones posibles, ya que las habrá suficientes (Watzlawick, 1982) cuando sometamos nuestro objeto al *sub species* del lenguaje. Una vez más hay que insistir en que la comunicación *es*, no siendo en sí misma verdad o mentira. La construcción de la teoría es también la construcción lógica del objeto, pero *este* objeto, el cualitativo, al centro del escenario, marcando el parámetro para lo in-tensional, para hacer visible *aquel* objeto.

Asentado lo anterior, surgen preguntas cruciales: ¿no es acaso la comunicación una dimensión de una teoría social que incluye lo comunicacional? ¿no es cierto que la categoría *comunicación* nombra lo social desde su propia dimensión? ¿no aparece acaso lo social *sub species* lo comunicacional cuando la categoría es *comunicación*? ¿es acaso posible una teoría *de la comunicación* sin la comunicación al centro? ¿no es cierto que por un primado lógico lo in-tensional como teoría es anterior a lo ex-tensional?

Con todo, el problema no parece ser si descentrar o no, sino cuándo hacerlo: al principio, para fundar la teoría o *a posteriori*, para someterla a prueba. Dado que se trata de una ruptura, como bien apunta Martín-Barbero, es cierto que hay que acometerla, pero la atención a lo que se

pretenda erigir sobre sus escombros, habrá de definir cómo, contra qué y cuándo romper.

Pensemos, al efecto de ganar perspectiva, en los problemas sociales que deberíamos atender quienes nos ocupamos de la comunicación. Al margen del asunto de haber ganado o no una posición gremial y campal de referencia, ¿hemos desarrollado un discurso *propio* que nos permita pensar, pronunciar y sustentar acusaciones o propuestas? Seguramente, en lo general, la respuesta es negativa. Nuestra principal insuficiencia es teórica y su más claro síntoma es la pluralización de la disciplina: *ciencias* de la comunicación, y nunca el atrevimiento de una comunicología. Luego entonces, tenemos en la agenda una ruptura fundante, antes que una glorificante; quizá la primera deba ser centrípeta si queremos atender temas como el del poder o el de las desigualdades sociales.

Visto el asunto desde otra faceta, la postulación de categorías puede obedecer a la necesidad de dar legibilidad a los hechos, a la manera de los parámetros o señalizaciones en los caminos. Sin embargo, existen "puntos" naturales de definición, *chakras* o puntos de flexión de las rutas que describe la conciencia, incluso centros de carga de energía y de transformación, puntos de aquel tipo incluido en los principios de la dialéctica, según los cuales los cambios cuantitativos devienen en cambios cualitativos. Las categorías que no meramente coinciden con tales puntos, sino que se refieren, precisamente, a su naturaleza, tienen una mayor potencia explicativa y heurística. Para nuestro caso de contraste, en el marxismo se asume que la categoría MP es útil para definir las bandas "reales" del amplio espectro de configuraciones históricas concretas, en tanto *efectivamente*, lo social está determinado en lo fundamental por las relaciones sociales de producción. Una categoría emergente del tipo *Modo de Comunicación*, fuera del desacato que supone respecto a una ortodoxia fuerte dentro del análisis de lo social, puede ser útil si mediante un ejercicio de rebarajamiento histórico se revela la existencia de:

- a) una suerte de analogía o relación de exterioridad (Becerra, 1993) en los perfiles de lo social y de lo comunicacional, de manera que pueda establecerse una correspondencia entre los hitos o puntos de flexión de las trayectorias del modo de comunicación y del modo social, dándose una relación de determinación del último hacia el primero. En tal caso, la categoría *modo de comunicación* resulta ser de naturaleza sintomática o indexical; o más aún,
- b) una suerte de homología o relación estructural (Becerra, 1993) de lo social y de lo comunicacional, de manera que pueda establecerse una correspondencia entre los hitos o puntos de flexión de las trayectorias

del modo de comunicación y del modo social, dándose también una relación de determinación del primero hacia el último. En tal caso, la categoría *modo de comunicación* resulta ser de naturaleza explicativa y heurística, pero sobre todo, fundante de nuestro campo y aportadora para otros.

Existe una cuota de riesgo en apostar por una comunicación *por encima* o *por debajo* de los movimientos sociales en que consiste nuestro mundo, al menos el asociado a nuestro campo: o podemos perder nuestro objeto por mengua o por exceso. A cualquiera de las dos condiciones llegamos por una vieja razón dicotómica que nos hace a veces esconder la comunicación para buscarla con la luminaria del análisis social, y a veces olvidar que debimos colocarla en el exhibidor sólo para agotar todas las posibilidades. Hemos de considerar que si nuestro campo —el in-tensional— se encuentra en construcción, es porque nosotros carecemos de un proyecto ontológico que nos habilite a ser. Mucho menos nos es dado, en el análisis y la producción de imaginarios sociales —nuestra dimensión extensional—, suscribir propuestas por la mercadotecnia de la firma cuando estamos más lejos aún de un proyecto epistemológico.

Siendo la tarea tan pesada como importante, no podemos abandonarnos en la expectativa de que un efecto de gravedad salvífica ubique los trazos según sus pesos específicos y nos exima de nuestras obligaciones. Bajo el consejo de una prudente epistemología y de una audaz ontología, debemos a la historia que nos sobreviva la constitución de nuestro campo, aun si éste es provisional. Para tal efecto no basta, pues, con atender el objeto *comunicación*; es mediante la construcción de la categoría *comunicación* como finalmente adquirirá aquél su estatuto. Su centralidad respecto a otros objetos y otras categorías, arriesgada mejor que temeraria, es seguramente la mayor de nuestras deudas constitutivas. Será la epopeya de nuestros futuros arqueólogos la que vea en estos signos de los tiempos una nueva edición de la vieja cuestión: ser o no ser. O la puesta en escena de una segunda lectura del pensamiento fundante de Ferdinand de Saussure, su apotegma epistemológico y ontológico: *el punto de vista crea el objeto*.

Notas y referencias bibliográficas

Bibliografía

- Becerra, J. (1993). "Tecnología del lenguaje". En: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (15). 227-281. México: Universidad de Colima.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. México: Taurus.
- Eco, U. (1976). *Tratado de semiótica general*. México: Lumen.
- Figueroa, V. (1984). *Reinterpretando el subdesarrollo*. México: UAZ – Siglo XXI.
- Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas*. México: Siglo XXI.
- Hernández, M. E. (1995, noviembre). "Inventando la comunicación. Entrevista con Armand Mattelart". *Revista mexicana de comunicación*, 42. 22-27. México: Fundación Manuel Buendía.
- Martín-Barbero, J. (1990). "De los medios a las prácticas", en: Guillermo Orozco (coord.). *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales. No. 1 (pp. 9-18). México: UIA.
- Mattelart, A. (1992). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México: Siglo XXI.
- (1995). *La invención de la comunicación*. México: Siglo XXI.
- Sciascia, L. (1994). *El consejo de Egipto*. Traducción de Ana Poljak. Barcelona: Tusquets.
- Watzlawick, P. (1982). *¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación*. Barcelona: Herder.
- Zavala, L. (1998). *La precisión de la incertidumbre: posmodernidad, vida cotidiana y escritura*. México: UAEM.