

LA DIMENSIÓN SOCIO-COMUNICATIVA EN LAS INVESTIGACIONES EN COMUNICACIÓN

María Victoria BARRIGA JUNGJOHANN

ABSTRACT

The present paper has for central idea put some emphasis in the dialogical aspect that has to predominate in communication researches, which reproduces a dialogue between the scientific and social fields and generates a socio-communicative dimension that integrates both spaces in a critic self reflexive perspective.

INTRODUCCIÓN

Si una de las tareas que la comunicación actualmente se plantea es el pensarse desde una perspectiva crítica, enmarcada en una tradición neomarxista que la estimule a reflexionar en torno a él o los objetos /sujetos /hechos que la hacen y hagan posible y si su principal propósito ha sido y es el de establecer lazos, puentes, redes, entre quienes de común algo tienen y ayudar en la búsqueda de estructuras que medien a la vez que mantengan y renueven esos lazos; habrá entonces de reflexionar también y principalmente acerca de su génesis y producción y en particular en torno a quienes la investigan y critican, en los ámbitos de investigación a los que suele circunscribirse, esto es, el campo social.

Pensar la comunicación desde esta mirada crítica supone así comunicarse y comunicar desde una dimensión autoreflexiva permanente, en contextos históricos complejos donde convergen nuevas tecnologías informáticas, de telecomunicaciones, audiovisuales, entrelazadas con cambios políticos, económicos y culturales que reestructuran las formas de producción, recepción y difusión de la información haciendo de la comunicación el medio de las mediaciones que se generan en estos escenarios híbridos.

Este campo social entrelazado, donde la comunicación articula, estructura y media realidades complejas constituye un terreno necesario y fértil de investigaciones en torno al rol que le compete en dicho campo y la forma que reviste en cada una de sus apariciones, así como en los efectos esperados o impredecibles que de su utilización funcional, instrumental, participativa, etc. puedan analizarse.

Frente a este vasto y complejo observatorio que el investigador en comunicación tiene por delante y del que forma parte, y atendiendo a su anterior propósito de buscar las estructuras que medien, a la vez que mantengan y renueven dichos lazos, quien se enfrenta a la observación de un escenario de estas características, sea o no investigador, acude con una legítima visión de división de este espacio social donde desde (y quizás sólo desde) la comunicación, puede visualizar lo que de común existe en el mismo dando cuenta, en algunos casos, metacomunicativamente de la complejidad del fenómeno observado.

Es en dicho campo social problematizado que la comunicación y la investigación en comunicación dialogan, se nutren y complementan y es también desde este campo que la investigación en comunicación accede a su(s) objeto(s) de estudio, en los que, por cierto, el investigador se encuentra inmerso.

Al interior de esta mirada, (y también de aquella que se inscribe en el campo científico al cual pertenecen el o los sujetos que investigan), se establecen ciertas particulares estrategias (científicas como es el caso), cuya dimensión social en gran medida tarda en ser apropiada por los individuos que estructuran el campo social investigado. Al respecto Bourdieu señala: “recordar la dimensión social de las estrategias científicas no significa reducir las demostraciones

científicas a meras exhibiciones retóricas” (Bourdieu, 1994).

La crítica implícita que plantea este autor a la filosofía Kuhniana y a la hermenéutica Gadameriana y que concierne a lo que aquí interesa, obliga a reflexionar, desde esta dimensión socio-comunicativa respecto al papel del investigador, particularmente en el campo de la comunicación, donde aquella investigación metacomunicativa que analiza, sistematiza y genera una producción circunscrita al campo científico permanece, la mayor parte de las veces, en dicho campo ajustándose válidamente a sus propias reglas y a sus propios estatutos.

La dimensión social y comunicativa de dichas investigaciones ha de entenderse entonces y pese a lo anterior, en un sentido ético y político que le obligue a reflexionar en torno a la participación de éste(os) investigadores y a su posible y esperable función dialógica entre campos relativamente autónomos, más que a hacer traducible dicha producción en lenguajes que incorporen el “logos conciencia-común” del que hablaba Gadamer (Cfr. H.G.Gadamer,1977).

Los resultados a los que puedan llegar las investigaciones en comunicación que opten por esta perspectiva dialógica, socio-comunicativa, deberán ser entretejidos en las redes del campo social dando cuenta de este nivel comunicacional-reflexivo-educativo sobre el cual habrán de repensar en y durante el proceso mismo de investigación, involucrando su propia labor científica, conectando las cambiantes dimensiones de ambos campos en una modalidad rizomática de saberes, organizada por mesetas.(Cfr. Deleuze y Guattari,1994)

En relación a este punto, no se pretende plantear aquí como novedosa la postura del pensamiento transdisciplinar el cual propone que “los resultados de la actividad científica deben tener una relación con la vida cotidiana y subjetiva de las personas, la ciencia como actividad humana supone una interpretación desde la óptica de quien la realiza y los estados afectivos de los sujetos sociales pueden modificar, afectar y alterar los procesos cognitivos, por lo que todo conocimiento no remite a un hecho puro sino a una interpretación” (Pineda de Alcázar, 2000).

Mas bien, esta forma de asumir la investigación, y con mayor razón la investigación en comunicación, se entiende como incorporada por gran parte de las actuales investigaciones en este campo y de lo que se trata en definitiva, desde esta postura, es de replantear la necesidad de incorporar a dicha dimensión, una dimensión extra, una perspectiva dialéctica, de reflexión sociopraxica que genere espacios de diálogo en torno a los resultados de las investigaciones en comunicación y su incorporación en el campo social que investiga, del que forma parte y del que se alimenta.

Asumir esta perspectiva implica decir, consecuentemente, que las actuales investigaciones en el área de las comunicaciones adolecen del elemento “codificador” que comunique los resultados de dichas prácticas investigativas al espacio social (económico, político, cultural) del cual se incorporan los objetos/sujetos/hechos que constituyen el material investigado. Particularmente en el ámbito de las investigaciones en comunicación que dan cuenta de fenómenos interculturales y en las relativas al discurso, donde la complejidad del fenómeno estudiado genera metalenguajes explicativos que pierden de vista la perspectiva intercultural-dialógica que pretenden descifrar.

Este elemento codificador que se circunscribe en la dimensión socio-comunicativa, en cualquier campo y especial y paradójicamente en el campo de las comunicaciones, es la propia comunicación. Es también y por esta paradójica sensación de recursividad que la investigación en comunicación debe cuestionar su propio discurso postmetodológico e incorporar estas variables dialógicas que informen participativamente del saber acumulado en este particular

campo científico.

Al respecto, Maffesoli señala que “una de las características más significativas de la postmodernidad es -sin ligar a dudas- la ley del secreto”. Planteando su hipótesis de la socialidad, establece que “el hecho de compartir un hábito, una ideología, un ideal, determina el ser conjunto y permite que éste sea una protección contra la imposición, venga de donde venga. Al contrario de una moral impuesta desde el exterior, la ética del secreto es a la vez federativa e igualadora.” Y agrega: “Nunca se hará suficiente hincapié en la función unificadora del silencio, que ha podido ser interpretada por los grandes místicos como la forma por excelencia de la comunicación” (M. Maffesoli, 1987)

Esta socialidad de la que habla Maffesoli, esta ética federativa e igualadora que opera mediante el secreto está planteada como forma de sobrevivencia por parte de las “pequeñas tribus estructurantes de las masas”. Sin embargo señala también que aunque moderadas por la búsqueda de objetividad las estructuraciones sociales presentan los mismos mecanismos de afinidad que allí se observan.

Tomando en consideración estos aspectos, es dable pensar que el campo científico (que forma parte también de esas estructuraciones sociales), reproduzca consciente o inconscientemente, una socialidad estructurada simbólicamente, que excluya la dimensión socio-comunicativa de la que aquí se habla, en un virtual intento de resistencia frente a la imposición mediática y mediatizadora que alcanza también este campo. Y es por ello, si se asume esta lógica, que la tarea planteada al comienzo de pensar la “comunicación de la comunicación” en un ejercicio crítico constante revista características estructurales que replanteen su génesis y su propósito. Paradójicamente, Maffesoli señala la asistencia a la saturación del principio de individuación por una parte y al desarrollo de la comunicación por otra (Cfr. Maffesoli, 1987)

Este desarrollo de la comunicación al que se asiste tiene que ver, desde la perspectiva que aquí se plantea, más con la experiencia del desarrollo de los medios de comunicación, que con la investigación científica de la misma.

Al respecto, las actuales investigaciones en “comunicación-acción participativa” dan cuenta de un enfoque que produce críticos esfuerzos por incorporar dicha dimensión en un proceso dialógico constante por parte de investigadores, organizaciones investigadas, contexto político, económico y cultural en el que están inmersos. Este paradigma incorpora elementos que intervienen el campo social generando una sociopraxis que incluye una metodología flexible, adaptable a las características del entorno complejo y participativa de las necesidades en comunicación que dichas organizaciones han de establecer como más aptas para su propio desarrollo.

La incorporación de la dimensión performativa, educativa, que esta implícita en este paradigma lleva a reflexionar respecto del grado de conocimiento generado por las investigaciones en comunicación al interior de estas organizaciones que ahora se incorporan en esta nueva dimensión sociopraxica, que se investigan y alteran en torno a la comunicación y en las cuales se espera encontrar la autodeterminación de sus propios instrumentos comunicativos que les permitan generar un desarrollo futuro emancipatorio, donde la labor del investigador en comunicación pase por ser la de un facilitador-traductor de dichos instrumentos y cuya labor performativa, educativa tenga por objeto orientar en la búsqueda y mejor utilización de los mismos.

En el escenario antes expuesto y siguiendo la reflexión hasta aquí hecha, es posible pensar que el panorama para estas investigaciones no parezca muy alentador puesto que la

autodeterminación de la cual ética y legítimamente parten, atribuye un grado de reflexión para con esa comunidad a desarrollar que probablemente se encuentre “mediatizada” por la ideología capitalista dominante, más que por la comunicación reflexiva que tardó demasiado en llegar. Y es que tampoco se pretende hacer pensar aquí que en una posible situación de este tipo, una comunicación como la que aquí se plantea, una que fuera capaz de generar puentes entre el diálogo científico en torno a ella y la comunicación del mismo, pudiera generar instancias reflexivas autodeterminantes sino más bien, y en un nivel que se entrecruza, nos obliga a seguir reflexionando ya no necesariamente acerca de la forma de comunicar estos diálogos científicos sino también acerca del acceso a los mismos, por escasos que fueren, por parte de estas organizaciones donde, tanto quien ha generado investigación en este campo, como y principalmente los medios de comunicación, han jugado y juegan un relevante papel al momento de permitir el predominio de esta ideología al interior de las organizaciones que se integran como elementos constitutivos de esta nueva visión de la comunicación que los necesita para implementarse.

Así, y siendo optimistas, la comunicación-acción participativa, en tanto paradigma, posee ya la virtud de adoptar un vocabulario distinto en este escenario científico comunicativo y de reformular los métodos y formas de comunicación, además de encontrarse provista de sentido puesto que “puede decir algo sobre las debilidades del viejo vocabulario desde dentro, y puede ir hacia delante y hacia atrás, dialécticamente, entre los vocabularios antiguo y nuevo”. (Rorty, 1991)

Este sentido dialéctico que propone el autor es también el sentido crítico socio-comunicativo que las investigaciones en comunicación necesitan replantearse, en una búsqueda cuidadosa al momento de pensar en la reformulación de este “codificador” que es la comunicación. Al respecto, Fish señala que: “los intentos por elevar “reglas” o “criterios” resultan ser intentos por hipostasiar y eternizar una práctica pasada o presente, haciendo con ello más difícil que se reforme o sustituya gradualmente esa práctica por otra diferente.” (Fish, 1989)

La dimensión socio-comunicativa que está inserta en una visión crítica de la comunicación, ha de pretender cambiar actitudes más que generar reglas al respecto. Hacerlo, supondría cambiar la lógica del lenguaje, producir metacomunicación o algo parecido, que nos volvería al mismo problema que es la cuestión de fondo que aquí se pretende esbozar.

Los vanos intentos por encontrar un diálogo ideal entre estos campos capaz de proponer reglas o criterios para su aplicación, no significa desconocer que exista un diálogo, ni propender a una postura relativista, sino más bien y desde esta perspectiva, significa reflexionar en torno al uso de la herramienta que investigamos y que a la vez tenemos para comprendernos y desarrollarnos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BOURDIEU, Pierre (1994), *“Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción”*, Barcelona, Editorial Anagrama.
- DELEUZE, G y GUATTARI, F (1994), *“Mil mesetas”*. Valencia: Editorial Pre- textos.
- FISH, S (1989), *“Doing what comes naturally: change, rhetoric and the practice of theory in literary and legal studies”*
- GADAMER, H. G. (1977), *“Kleine Schriften”*, Vol. IV: Variationen, Mohr, Tübingen
- MAFFESOLI, M. (1987), *“La hipótesis de la centralidad subterránea”* en Revista de Occidente, 73, Madrid, España
- PINEDA DE ALCAZAR, M (2000), *“Los paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teóricos-metodológicos”* en La iniciativa de comunicación, 59.
- RORTY, R. (1991) *“Objetividad, relativismo y verdad”*. Escritos filosóficos I, Barcelona: Paidós.

