

Las Ciencias de la Comunicación en la “Sociedad de la Información”

Miquel de Moragas Spá

INTRODUCCIÓN

El uso de expresiones como «sociedad de la información» -en su día «sociedad de masas» o «sociedad industrial» presentan el inconveniente de facilitar el equívoco de que la sociedad moderna es una sociedad homogénea, cuando de lo que realmente se trata es de un conjunto de sociedades diversas, con múltiples diferencias y desequilibrios, especialmente en sus sistemas de información.

¿“SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN” O “SOCIEDADES DE LA COMUNICACIÓN?”

A pesar de ello, utilizaremos aquí la expresión «sociedad de la información»(1) porque esta expresión- por otra parte ampliamente utilizada- tiene una indiscutible ventaja: O indica y destaca el factor clave de la modernización y de la pugna por la hegemonía en la sociedad de nuestro tiempo.

Ante estas nuevas circunstancias la investigación en comunicación, además de dar respuesta a múltiples preguntas sobre los cambios y el futuro del sistema de comunicaciones, tiene otros importantes compromisos.

A la investigación le sigue correspondiendo la responsabilidad de interpretar las necesidades permanentes de comunicación propias de cada etapa histórica. En este sentido diremos que todas las sociedades han sido y son, de alguna manera, «sociedades de la comunicación». Los cambios en la comunicación sólo pueden interpretarse a partir de este sustrato básico, cosa que parecen ignorar muchas interpretaciones prospectivas para las cuales la comunicación parece ser una cosa exclusiva del mundo moderno.

En el estudio de estos cambios la investigación en comunicación también debe prestar una atención muy especial a la diversidad (y a los desequilibrios) que se producen a escala planetaria. Existen, desde luego, condiciones y aspectos comunes, pero finalmente las tecnologías de la información, nacidas en los países más desarrollados para resolver sus problemas o para mantener su hegemonía, no se implantan de forma homogénea sino de forma desequilibrada y contradictoria. La investigación crítica en comunicación, que conoce desde hace tiempo este tipo de problemas, deberá contrarrestar las múltiples voces interesadas en presentar la nueva «sociedad digital» como una sociedad homogénea, modelada según la lógica competitiva de las regiones más ricas del planeta.

La teoría de la comunicación se enfrenta pues con la necesidad de interpretar, al mismo tiempo, las prácticas permanentes de comunicación, las innovaciones que surgen aceleradamente en los países más desarrollados y la diversidad (y desequilibrio) de sus implantaciones.

Por esto consideramos parciales e incompletos muchos ensayos divulgativos sobre la «sociedad digital»(2) o sobre la «sociedad de la información» que tienden a presentar las experiencias sectoriales como experiencias globales, cuando el verdadero problema de la investigación en comunicación sigue siendo el de reconocer tanto los elementos comunes como las formas diversas en cada contexto social.

¿NUESTRA ÉPOCA ES UNA ÉPOCA EXCEPCIONAL DE CAMBIOS EN LA COMUNICACIÓN?

De acuerdo con nuestra propuesta de doble atención a las experiencias tecnológicas surgidas en los países más desarrollados del planeta, pero también a la diversidad y a los desequilibrios en las comunicaciones mundiales, podemos empezar formulando la siguiente pregunta:

¿Los actuales cambios en la comunicación constituyen una etapa más entre las muchas que se han sucedido a lo largo de la historia de la comunicación, o constituyen una etapa excepcional y singular de cambios que podríamos calificar de estructurales?

La respuesta a esta pregunta -a medida que reflexionamos sobre ella- sólo puede ser dialéctica: si y no, ni lo uno ni lo otro por separado, las dos cosas a la vez.

Las nuevas tendencias de la historia de la comunicación nos señalan que los cambios en la comunicación nunca han sido «sólo cambios en la comunicación» sino que estos cambios siempre han afectado a las formas culturales, es decir, a las formas de relacionarse, de vivir, de aprender y de trabajar. Es en este sentido que afirmamos que todas las sociedades a lo largo de la historia han sido «sociedades de la comunicación».

¿Pero qué hay de nuevo y de específico en nuestra época respecto de estos cambios?

Existe consenso de afirmar que, a diferencia de lo que sucedía en épocas anteriores, ahora los cambios se producen con una gran celeridad(3). Esto representa, desde luego, múltiples problemas para la interpretación teórica que se ve continuamente desbordada por la acumulación de acontecimientos. No es exagerado afirmar que el sistema de comunicaciones que se describe en primer curso de nuestras facultades ya ha cambiado cuando los mismos alumnos se encuentran en el último curso de sus carreras. Muchas tesis de doctorado quedan obsoletas como consecuencia de la pérdida de interés o de vigencia de sus objetos de estudio.

Por otra parte, las continuas novedades tecnológicas pueden llegar a producir un efecto de seducción entre intelectuales y periodistas, sobre todo porque estas innovaciones, como ha destacado Dominique Wolton(4), representan, como no puede hacerlo ningún otro fenómeno, a la «modernidad». ¿Quién de ustedes no se sintió fascinado en sus primeras navegaciones por Internet, o con su primer uso del correo electrónico?

Hechos todos estos matices, podemos afirmar que nuestra época es, efectivamente, una época excepcional de cambios en la comunicación. Y no solamente por la mencionada aceleración de los procesos, sino sobre todo porque se producen dos importantes fenómenos que deberemos analizar:

a.- la convergencia de múltiples factores, anteriormente autónomos, en el desarrollo de las comunicaciones y b.- la progresiva centralidad de la comunicación en la organización de nuestra sociedad.

La comunicación, sin dejar de afectar a la cultura y a las construcciones ideológicas, afecta ahora a otros factores clave de la organización social. La comunicación, sus estrategias, aparecen allí donde anteriormente operaban otros factores económicos y tecnológicos, como la energía, la fuerza de trabajo, las materias primas.

Lo que cambia no es sólo el sistema de comunicaciones y sus lógicas internas, por ejemplo las nuevas formas de concentración multimedia, sino que lo que cambia, más en profundidad, es el papel de la comunicación en las lógicas interna de desarrollo de nuestros sistemas sociales.

CAMBIOS EN LA COMUNICACIÓN Y EXPERIENCIA TEÓRICA

Nuestra tarea teórica a diferencia de la que pudieron realizar los expertos en comunicación en los años cincuenta y sesenta, puede desarrollarse ahora con la ayuda de casi medio siglo de experiencia (de logros y de errores) de la investigación de la comunicación.

Así, por ejemplo, al estudiar la comunicación de final de siglo deberíamos evitar la repetición de los errores cometidos por la «mass communication research» funcionalista que interpretaba de manera uniforme a la «sociedad y a la cultura de masas». Numerosas obras de divulgación sobre la «sociedad digital» parecen repetir aquellos mismos errores.

De hecho el actual debate sobre «la sociedad de la información» recuerda con demasiada frecuencia al viejo debate sobre «Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas» que ya entonces se refirió, no sólo a la cultura y a la comunicación de su época, sino al modelo de sociedad en su conjunto.

Los «neo-integrados» atribuyen ahora a las nuevas tecnologías la solución de los viejos problemas de incomunicación y de aislamiento, el establecimiento de una nueva sociedad más libre, cómoda e interconectada. Los «neo-apocalípticos» por el contrario, consideran que las nuevas tecnologías bajo la

aparición de interactividad representan el aislamiento, y aceleran el paso hacia una sociedad controlada y autoritaria.

Estas alternativas, hoy como ayer, son inadecuadas para interpretar la complejidad de los fenómenos a los que se refieren. Ante los cambios en la comunicación no deberíamos reproducir la dialéctica «pros» y «contras» como si los estudios de comunicación consistiesen en una especie de «talk show» televisivo, donde los «posicionamientos» son más importantes que los análisis y los matices críticos.

Las ciencias de la comunicación deben aprovechar ahora la experiencia de más de cuarenta años de estudios culturales e interpretar los nuevos fenómenos como prácticas culturales complejas. En este contexto las relaciones entre antropología cultural y ciencias de la comunicación parecen más necesarias y fructíferas que nunca.

Queda, finalmente, una importante tradición teórica cuya experiencia particularmente en América Latina, debe recuperarse para una correcta interpretación de los sistemas de comunicación contemporáneos: los estudios sobre políticas de comunicación.

Estos estudios, y la propia confianza en alcanzar políticas de comunicación democráticas experimentó un importante retroceso en la etapa post Informe MacBride, en parte como consecuencia de la fuerte campaña neo-liberal contra sus postulados, y en parte ante las dificultades y resistencias que encontraban, de hecho, los proyectos de democratización de las comunicaciones. Pero no podemos dejar de señalar que es precisamente a partir de estas mismas fechas, a finales de los años ochenta, cuando los países más desarrollados del mundo EEUU y la Unión Europea especialmente(5)- inician el proceso de implantación de sus propias políticas globales de comunicación, lo que se ha denominado «regulación de la desregulación» en la que se integran los mass media, las telecomunicaciones y las industrias electrónicas.

En esta nueva confluencia encontramos el eje principal de los cambios en la comunicación moderna, la nueva dimensión de nuestros sistemas de comunicación, que ya no interesan únicamente a las políticas culturales y de comunicación, sino que determinan en su conjunto a las políticas industriales y a la competitividad de las sociedades más desarrolladas. A ellos responden los Libros Blancos de la Unión Europea sobre «crecimiento, competitividad y empleo- o sobre «las formas de vivir y de trabajar en la sociedad de la información», en los que la comunicación lejos de ser interpretada prioritariamente en su dimensión ideológica ya es principalmente valorada por su dimensión económica, por su contribución al liderazgo y a la competitividad industrial.(6)

Para las sociedades más desarrolladas «la sociedad de la información» constituye algo más que una definición sociológica de nuestra época, constituye una nueva propuesta de política global, en la que la comunicación se integra a otras políticas -científica, de empleo, de bienestar social- persiguiendo la competitividad y la hegemonía mundial en los sectores punta del desarrollo industrial.

En el mundo contemporáneo coexisten formas de vida y economías muy diversas y aun antagónicas. De manera que más que calificar a nuestra época, en su conjunto, como «la sociedad de la Información» deberíamos hablar más bien de los modelos de desarrollo de los países ricos del planeta que autodefinen sus propias estrategias económica e industriales -sus nuevas políticas de comunicación- como «sociedad de la información».

La investigación en comunicación también debe tener en cuenta estas circunstancias si no quiere repetir, y aun agravar, las desviaciones «occidentalistas» que en los años cincuenta sesenta aplicó el funcionalismo de la mass communication research a la interpretación de lo mass media y de los modelos de desarrollo, todo ello debidamente desautorizado por los históricos trabajos críticos de investigadores latinoamericano como Bordenave, Pasquali, Beltrán, Roncagliolo y por la propia Comisión MacBride de la UNESCO.

Pero de aquella experiencia también deberíamos sacar una conclusión pragmática: no es suficiente la crítica a distancia pesimista de las innovaciones, el conocimiento también debe dar lugar a propuestas de uso de estas tecnologías al servicio de objetivos culturales y político democráticos. Es la dimensión pragmática, política, que debe seguir teniendo los estudios de comunicación.

INTERPRETAR LA LÓGICA DE LOS CAMBIOS EN LA COMUNICACIÓN

En este contexto no puede extrañarnos que «las nuevas tecnologías de la comunicación» y más específicamente los cambios en la comunicación, aparezcan como uno de los principales retos de las modernas ciencias de la comunicación.

La novedad consiste en que el análisis de estos cambios ya no puede realizarse considerando exclusivamente el marco estricto del sistema de comunicaciones. La comunicación ha perdido autonomía, su evolución depende, cada vez más, de factores hasta ahora externos al sistema de comunicaciones. La comunicación se define ahora por la complejidad y por la convergencia de factores.

De forma introductoria, y como ejemplo de esta complejidad y convergencia, proponemos considerar las siguientes cuatro circunstancias:

1. Los cambios en la comunicación son el resultado de unos procesos de gran complejidad tecnológica en los que convergen múltiples componentes (informática, electrónica, materiales, redes de telecomunicaciones, etc.).
2. Los cambios en la comunicación implican a los sectores de mayor valor estratégico para el conjunto del desarrollo, la organización y la competitividad de las sociedades más desarrolladas.
3. Los cambios en la comunicación producen nuevas convergencias hasta ahora desconocidas, entre distintos sectores, tales como la cultura, la comunicación, las telecomunicaciones, la educación o la sanidad, que tienden a perder su anterior autonomía y a generar múltiples sinergías.
4. La producción de comunicación (contenidos) es cada vez más dependiente y subsidiaria de la transmisión de la comunicación. Las grandes corporaciones de telecomunicaciones y con ellas las entidades financieras- son cada vez más decisivas en el control del sector de las comunicaciones.

En otras palabras, los factores que determinan los cambios en la comunicación superan ya ampliamente los límites políticos y culturales tradicionales de las instituciones de comunicación social. Las instituciones de comunicación no dejan de perder autonomía, la lógica de su evolución no deja de desplazarse hacia otros importantes sectores de la sociedad.

La información, su producción y su intercambio, deja de ser objeto de interés preferentemente cultural e ideológico, para convertirse cada vez más en un valor estratégico para el conjunto de la sociedad y, muy especialmente, para sus economías.

Esto no significa, desde luego, que la comunicación haya perdido su influencia cultural o ideológica, significa simplemente que esta influencia se ejerce ahora en el marco de nuevas y complejas lógicas.

INTERPRETAR LAS NUEVAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

El estudio de los cambios en la comunicación no puede limitarse a una identificación meramente teórica de las causas y lógicas de su implantación, sino que debe extenderse hasta el análisis de las prácticas concretas de comunicación de nuestro tiempo.

Esto significa, en primer lugar, que deberemos ampliar nuestro campo de estudio, centrado excesivamente en los «medios de comunicación» hasta un campo más amplio que incluya al conjunto de prácticas comunicativas de nuestro tiempo, muchas de las cuales implican el uso de las tecnologías de la información.

También en este aspecto la experiencia histórica nos puede ser útil. Deberíamos por ejemplo, evitar los errores cometidos por la teoría crítica de la comunicación respecto de las teorías de McLuhan. El interés preferente por los aspectos ideológicos de los discursos sociales impidió entonces a muchos analistas comprender la validez de las principales intuiciones de McLuhan respecto de los cambios en los usos de los medios, o respecto de las distintas relaciones culturales que pueden establecerse entre los medios y sus receptores.

Sin necesidad de perder de vista nuestro interés por la dimensión ideológica de los discursos (nuestro interés por los contenidos) debemos ahora prestar la máxima atención a los efectos culturales, que a medio o a largo plazo puede significar la implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación.

El reconocimiento de la diversidad y de los desequilibrios en la implantación mundial de estas tecnologías no debe impedirnos reconocer algunas tendencias generales que se imponen de manera irreversible.

Tan cierto como que existen desequilibrios es que los nuevos procesos de digitalización de la comunicación determinan cambios irreversibles en las prácticas de comunicación en los más diversos países del mundo. Es tan cierto que Internet no significa lo mismo en los distintos países del mundo para los distintos sectores sociales, como que su aparición determina cambios irreversibles en numerosas prácticas culturales y de comunicación.

Para una aproximación al análisis de estos efectos -y que podríamos calificar de previos a los contenidos propongo ahora reflexionar sobre cuatro casos que considero especialmente significativos:

- a. El tránsito del dominio de la «mass communication» a la proliferación de los procesos de comunicación sectorial e individualizada.
- b. La nueva dialéctica local-global en nuestro sistema cultural y de comunicaciones.
- c. Las transformaciones en los usos de la comunicación y especialmente las nuevas formas de «mediación» de la comunicación.
- d. Y finalmente, una posible reacción de cansancio de los receptores ante la superabundancia de información que podría determinar un retorno a formas más convencionales de comunicación.

a. El tránsito del dominio de la «mass communication» a la proliferación de los procesos de comunicación sectorial e individualizada.

Uno de los cambios más importantes que experimenta nuestro sistema de comunicaciones como consecuencia de las innovaciones tecnológicas -especialmente como consecuencia de la digitalización- es la posibilidad de interacción entre los receptores y productores de la información a través de nuevos lenguajes y medios informáticos.

Estas innovaciones tecnológicas han de afectar a dos características hasta ahora básicas del sistema de los «mass media»: la difusión (broadcasting) de la televisión generalista y las formas más convencionales de «mediación» periodística.

En sustitución de estas prácticas ya puede observarse la aparición de nuevas formas de selección de programas de televisión en los sistemas (le televisión por cable o en las nuevas ofertas de televisión digital vía satélite. Por otra parte la evolución del uso de Internet y los progresos espectaculares de los sistemas de búsqueda automática de información (Infoseek, Yahoo, Altavista, Olé, etc.) han abierto las puertas a una nueva forma de selección de la información (selfmedia) en la que destaca la importancia de la producción y del almacenamiento de la información.

No podemos extendernos en las múltiples dimensiones y etapas de esos procesos, pero sí que debemos destacar la importancia que puede llegar a tener la pérdida de centralidad de los procesos de comunicación generalista en nuestra sociedad. Y no sólo porque ello puede debilitar los lazos sociales, sino porque también puede abrir las puertas a nuevas formas de discriminación y de desequilibrio en la comunicación.

Un ejemplo bien representativo de esta nueva realidad lo encontramos en el caso, aparentemente intrascendente, de la regulación de la transmisión de los partidos de fútbol en Europa y en la necesidad de la propia U.E. y de los estados miembros, de regular (y proteger) las retransmisiones de los grandes partidos de fútbol, símbolos de los lazos nacionales, ante la vorágine de los nuevos canales de televisión a peaje.

Es bien interesante señalar aquí que, por lo menos en España, el debate sobre los derechos del fútbol televisado se haya convertido en el caso paradigmático de la lucha por la hegemonía de las comunicaciones, de una lucha en la que participan los clubes de fútbol, los grandes grupos de comunicación, la empresas de telecomunicaciones, especialmente Telefónica, los principales bancos y los grupos políticos.

b. La nueva dialéctica local-global en nuestro sistema cultural de comunicaciones.

Otra importante consecuencia de las transformaciones tecnológicas sobre el sistema de comunicaciones es el que afecta a los espacios de comunicación.

Las nuevas tecnologías abren, en efecto, una nueva era para la ecología de las comunicaciones en la que convivirán de una forma que todavía no podemos identificar plenamente los procesos de comunicación local y los procesos de comunicación global.

Las consecuencias de estas transformaciones serán especialmente importantes para las políticas de comunicación del futuro, porque estos cambios afectarán -y de hecho ya afectan a los espacios políticos, culturales y lingüísticos de nuestras sociedades. Y todo ello, a veces, incluso a favor de las minorías culturales y lingüísticas.

Un ejemplo significativo de esos cambios lo encontramos en la influencia de las nuevas tecnologías de la comunicación en la reconstrucción de las fronteras modernas. En nuestros días -con la influencia de las telecomunicaciones- las fronteras ya no vienen únicamente definidas por las condiciones geográficas o las decisiones históricas y políticas, sino que ahora vienen definidas también, por las disponibilidades de los sistemas de comunicación.

Nuevas fronteras regionales, nacionales, internacionales, la creación de grupos especializados, todos estos factores están ahora condicionados por las nuevas potencialidades de la comunicación transnacional o sin fronteras.

Me parece muy importante señalar que en la comunicación moderna no sólo se multiplican los espacios globales, sino también se multiplican los espacios locales.

En nuestras investigaciones sobre la televisión y las regiones en Europa(7) hemos descubierto que ante la proliferación de ofertas televisivas internacionales, nuevos canales temáticos, no sólo se mantiene sino que aumenta la demanda de lo que podríamos denominar televisión de proximidad, muy especialmente por lo que respecta a la demanda de algunos programas y géneros televisivos, como la información, el humor o el deporte.

Más aún, gracias a los satélites y a las nuevas formas de comunicación interactiva, los espacios de comunicación local superan ahora su propia limitación local (geográfica) y se convierten en procesos, que aun siendo «de origen local» tienen una capacidad de difusión a escala mundial.

Lo «local» ahora puede ser al mismo tiempo «mundial». Piénsese, por ejemplo, en cómo las comunidades en la diáspora o los estudiantes en el extranjero pueden seguir en contacto con sus culturas de origen. Una información periodística destacaba que una de las formas de identificar las viviendas de las familias de origen árabe en Suiza era por la existencia de antenas parabólicas de televisión. El satélite, en éste y en otros casos semejantes, actúa como creador de espacios locales en la geografía mundial.

Aquí encontramos precisamente, una de las principales aportaciones de Internet a la «ecología de la comunicación de nuestro tiempo». A esfera planetaria tenemos acceso a cualquier punto de información de origen local, al precio de la comunicación local. Lo que define a la comunicación local ya no es el área de destino, sino el origen de su producción.

Por esto afirmamos que los cambios en la comunicación producen un paso histórico, desde la era de la «mass communication» que definía sus espacios sobre todo en términos nacionales, a la comunicación actual, al mismo tiempo global y local.

c. La importancia creciente de la «producción» de comunicación

Los cambios que estamos presenciando otorgan una importancia cada día mayor a « la producción» de comunicación.

Las nuevas formas de comunicación «self-media» y en general la extraordinaria expansión de Internet ponen en evidencia la necesidad de adaptar las prácticas de comunicación -y posiblemente también las

prácticas de formación de los estudiantes de comunicación- a las nuevas condiciones de un sistema de comunicación en el que lo fundamental ya no será la difusión de información sino sobre todo su producción.

No es cierto, en absoluto, como se acostumbra a enfatizar propagandísticamente que «todo» esté disponible en Internet, porque en Internet sólo está disponible aquello que alguien ha producido previamente, con alguna finalidad concreta y que ha puesto al alcance de los correspondientes buscadores automáticos.

La valoración de la información en nuestra sociedad podrá hacerse, cada vez más en función de la utilidad de la información disponible. Es tiempo de una nueva opulencia y de una nueva miseria en la información. La opulencia se medirá en relación con la utilidad, la rentabilidad y el valor de aplicación de la información disponible. La máxima miseria es previa a la información y corresponde a quienes no tienen nada que buscar en las nuevas fuentes de información, porque sus necesidades prácticas de información son inexistentes.

La información abierta, disponible, irá perdiendo protagonismo, centralidad, en el conjunto de la nueva producción, circulación y usos de la información del futuro.

Por el contrario, pay-per-view, «pass word», código de la tarjeta de crédito, suscripción, serán los conceptos clave de la información en el futuro.

Esta importancia creciente de la producción en el conjunto de la comunicación moderna puede descubrirse tanto en el caso de los «self-media» como en el caso de los medios audiovisuales.

Un claro ejemplo de esta tendencia lo encontramos en la actual política europea en materia de televisión que se ha ido concentrando progresivamente en las «ayudas» a la producción en lugar de seguir apoyando la política de «cuotas» de programas de producción propia europea.

Nuestro sistema de comunicaciones se caracteriza ahora porque un número creciente de canales (le televisión ofrece los mismos programas, producidos por un número decreciente de productoras.

A esta etapa de pluralismo en la difusión y de concentración en la producción, tal vez le siga una etapa de aún mayor concentración, en la que desaparezca el actual pluralismo en la difusión, como consecuencia de las grandes fusiones que se están realizando entre empresas productoras de contenidos y empresas encargadas de su transmisión (telecomunicaciones).

Esta nueva forma de concentración y el nuevo protagonismo de la multinacional española Telefónica en el sistema de televisión constituye el tema más destacado del actual debate sobre las políticas de comunicación en España.

d. Cansancio de la opulencia comunicativa y revalorización de la comunicación tradicional y comunitaria

Mi amigo y colega Román Gubern concluía una de sus recientes columnas en «El periódico» de Barcelona diciendo que ante la multiplicación de canales y de ofertas de comunicación que le llegan por todas partes, le parecía llegado el momento de cambiar su actitud histórica ante la comunicación. En lugar de sentirse predispuesto y abierto a la recepción empezaba a sentirse inclinado a protegerse, aislarse, defenderse de la sobreabundancia de información.

La idea de Gubern me parece sugerente para concluir esta reflexión sobre las responsabilidades de la teoría de la comunicación en la sociedad de la información.

El agobio intelectual ante la sobreabundancia de la información puede constituir una de las principales características de la comunicación en nuestro final de siglo. Este exceso de información institucional, promocional, publicitaria, estratégica, técnica, organizativa parece sembrar la necesidad de recuperar las formas más tradicionales de comunicación y, de alguna forma, recuperar el silencio.

Con ello tal vez estemos cerrando el círculo, y comprendiendo de nuevo todo el alcance y la diversidad del sistema de comunicación humano. La comunicación globalizada lleva al redescubrimiento de la comunicación local, la industrialización de la cultura refuerza las reivindicaciones de identidad, la hipertecnificación de la comunicación parece llevarnos al redescubrimiento de la importancia de la comunicación interpersonal y comunitaria.

LOS OBJETIVOS PERMANENTES DE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

El estudio y la consideración de los nuevos problemas de la comunicación no nos excusan, en absoluto, de los viejos y tradicionales compromisos de la investigación científica en comunicación.

El reto de construir una teoría pluridisciplinar que considere las aportaciones del conjunto de las ciencias sociales a nuestro campo de estudio no sólo sigue vigente, sino que se manifiesta como más necesaria que nunca.

El cúmulo de problemas teóricos, de los «mass media» o de los «self media» en una sociedad en transformación no podrá afrontarse desde la autosuficiencia de una «comunicología» que confunda la actual demanda social de conocimientos sobre comunicación con la autosuficiencia científica.

Sociología, antropología, semiótica, psicología, ciencia política, economía, etc. siguen siendo instrumentos indispensables para una teoría de la comunicación que pueda responder a la complejidad de su propio objeto de estudio.

Pero los problemas de la teoría de la comunicación no son únicamente epistemológicos. Existe también un reto ético y político para nuestra actividad académica. Un reto ético al que debemos responder tanto con la crítica como con el conocimiento práctico, analizando las contradicciones del sistema de comunicaciones que tantas voces propagandísticas intentan esconder, pero también ofreciendo conocimientos para aprovechar las sinergias positivas que estas tecnologías pueden representar para el desarrollo, la educación, el bienestar social y la democratización de nuestras sociedades.

El conocimiento constituye una parte fundamental de las estrategias en la sociedad de la información, también debe serlo para la apropiación de las tecnologías de la información en beneficio de las iniciativas democráticas y populares.

REFERENCIAS.

1. Bell, D. (1976). *The coming of post-industrial society: A venture in social wordcasting*, Harmond Sworth: Penguin, Pergrine Books.
2. Negroponte. Nicholas (1995). *El mundo digital*. Ediciones B. Barcelona.
3. Majó, Joan (1997). *Chips. cables y poder*, Planeta, Barcelona.
4. Dominique Wolton (1997). *Penser la communication*, Flammarion, Paris.
5. Véase mi intervención en el Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social celebrado en Acapulco, dedicado a este tema.
6. U.E. (1993). *Libro Blanco. crecimiento, competitividad, empleo: retos y pistas para entrar en el siglo XXI*. U.E., Bruselas.U.E. (1996) *Green paper living and working in the information society: people first*. U.E., Bruselas.
7. Moragas. M. y C. Garitaonandia (eds.) (1995) *Decentralization in the Global Era*, John Libbey, Londres.