

Les sciences de la communication.
Théories et acquis de Bruno Ollivier

Fecha de recepción: 04 de marzo de 2011

Fecha de aprobación: 26 de abril de 2011

*Carlos González Domínguez**

Sin duda, una de las ciencias sociales que se han venido desarrollando en nuestro mundo contemporáneo es la disciplina llamada Ciencias de la Comunicación, a veces nombrada también Ciencias de la Información y de la Comunicación, para hacer la distinción entre información y comunicación como dos fenómenos de un mismo proceso. Por razones obvias y a diferencia de sus ciencias hermanas como la Sociología, la Historia y la Política, las Ciencias de la Comunicación (como disciplina) ha sido vista, no por pocos, como una ciencia carente de un cuerpo teórico-metodológico propio, “digno” de una ciencia a justo título. Sin embargo, se trata de una visión injusta cuando se revisa su historia de los últimos ochenta años. Revisión que justamente realiza Bruno Ollivier, en una de sus más recientes obras: *Les sciences de la communication. Théories et acquis*.

Se trata de un libro que viene a refrescar la memoria del esfuerzo científico por dar cuenta de uno de los fenómenos, sino es que el más importante de la especie humana como lo es el proceso de comunicación. Ya lo dice el propio autor: “Si la comunicación existe desde siempre, esta disciplina sin

* Doctor en Ciencias de la Información y de la Comunicación. Profesor-investigador en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM.

embargo es reciente” (Ollivier, 2007: 3). En efecto, las ciencias de la comunicación son recientes bajo el estatus de disciplina en la concepción contemporánea de ciencia.¹

A esta característica socio-histórica hay que sumar el carácter interdisciplinario con el cual se constituye esta disciplina y que es precisamente el tema de debate epistemológico para la comprensión y construcción de las Ciencias de la Comunicación que, a los ojos de Ollivier, debe por lo tanto concebírsele como una *interdisciplina*, término que es por demás justo y pertinente. Si bien las Ciencias Sociales antes citadas han adquirido una autonomía teórico-metodológica,² las Ciencias de la Comunicación reconocen su carácter interdisciplinario, el cual es producto de su objeto de estudio.

Y es que en el proceso de comunicación, al ponerse en juego técnicas del lenguaje propiamente dicho con sus respectivos procesos semióticos, en contextos sociopolíticos, es necesario que este proceso se aborde con teorías y metodologías de disciplinas hermanas. Es este el proceso epistemológico necesario de las Ciencias de la Comunicación que Bruno Ollivier deja claro a lo largo de su obra.

Las ciencias de la comunicación de Bruno Ollivier se dividen en dos grandes apartados. El primero se consagra a destacar las principales teorías, comenzando por las que desde la Cibernética y las Matemáticas impusieron una concepción de la comunicación como un

proceso de información (Shannon y Weaver son las referencias); así como las provenientes de horizontes disciplinarios diversos (ciencias del lenguaje: teoría estructuralista de Jakobson, teoría behaviorista, teoría generativa de Chomsky, teoría sociolingüística de William Labov, teoría de los actos de lenguaje de Searle, no sin evocar la influencia de Ferdinand de Saussure y sus posteriores desarrollos en la obra de Claude Lévi-Strauss).

Todos estos autores penetraron el fenómeno de la comunicación desde sus particulares preocupaciones, aportando cada uno importantes elementos de análisis, poniendo en evidencia que lo que en la comunicación está en juego no es solamente el instrumento y funcionamiento del lenguaje, sino la cuestión del *sentido*, de la *verdad* de los enunciados. Habría que reconocer bajo este ángulo que las diferentes perspectivas de estos autores han sido muy útiles para la comprensión de la comunicación en sus diversos aspectos. Sin embargo, ellas mismas no han sido suficientes para comprender el fenómeno del sentido en su complejidad.

Así, la cuestión del sentido, en los géneros narrativos, es tratada por Ollivier en el segundo capítulo de su obra. No podría faltar en esta preocupación teórica la aportación de los narratólogos como Claude Brémond y su estructura ternaria del relato. En tanto que producción textual, el relato tendría una intención pragmática, condición que conlleva para su análisis un “pasaje del análisis

de textos a un análisis de los discursos, lo que implica tomar en cuenta la enunciación y el contexto sociohistórico que apunte a la vez el aspecto semiótico y pragmático” (Ollivier, 2007: 61) de estos discursos.

Bajo esta perspectiva, el lector puede apreciar la utilidad de los conceptos analíticos de *discurso* y *enunciación*, tratados desde diversas teorías, como la del “lector modelo” (de Umberto Eco), como la de “contrato de lectura” (de Eliseo Verón), ambas tratando de identificar las condiciones de significación que produce el discurso en el lector, es decir, entre las instancias de producción y de consumo.

Hasta aquí, Bruno Ollivier, dando cuenta de la manera que en las diferentes perspectivas observan y analizan el fenómeno de la comunicación, es llevado a afirmar que “no existe teoría única del sentido en comunicación”. Y es que los intentos teórico-metodológicos suelen poner el acento en alguna dimensión del fenómeno comunicativo: ya sea del polo del productor, del discurso o del polo del lector. Cuestión que no puede resolverse realizando cortes analíticos de forma tajante sin considerar la dialéctica entre los diferentes planos.

Ollivier nos invita a observar el fenómeno de la significación en un horizonte multidimensional con las disciplinas hermanas de lo social, porque “las ciencias de la comunicación tienen que ver con lo que describe la sociología, como éstas tienen

que ver con lo que describe la semiótica. Igualmente, las ciencias de la comunicación retoman así de estas últimas herramientas, métodos, conceptos. Sin duda es mejor hablar de sociologías, mientras existan bajo ese nombre escuelas, corrientes y métodos frecuentemente incompatibles entre ellas” (Ollivier, 2007: 85).

Así, la movilización de conceptos venidos de “las sociologías” nos permitirá encontrar posibles relaciones causales y sus respectivos efectos en los fenómenos comunicativos, que interpelan otros fenómenos que van desde el ritual (Marcel Mauss), la identidad (Ricoeur), la memoria colectiva (Maurice Halbwachs), dimensiones que son netamente sociales (para la sociología), pero donde los procesos de comunicación intervienen necesariamente. ¿Cómo entonces analizar el fenómeno de la comunicación cuando no es puramente comunicativo? La respuesta es clara, afirma Ollivier: las Ciencias de la Comunicación son una interdisciplina que aporta comprensión a los fenómenos sin una perspectiva meramente sociológica, histórica o política, sino en articulación con una mirada comunicacional.

Uno de los aportes desde las Ciencias de la Comunicación ha sido precisamente en evidenciarnos que los fenómenos comunicativos no pueden dejarse de pensar sin los soportes materiales que los hacen posibles. Estos soportes o dispositivos técnicos no se presentan neutros en cada

discurso producido, mucho menos en los llamados medios masivos de comunicación, pues a la vez que “comunican” y transportan información, producen o modelizan la cultura de las sociedades en un marco históricamente dado.

Así por ejemplo, lo que llamamos la sociedad de masas no es posible comprenderlo si no se toma en cuenta la emergencia de los medios de comunicación, como los únicos que han hecho posible la transmisión de información sobre grandes poblaciones en un mismo espacio-tiempo. De igual forma, las nuevas tecnologías van a generar redes informativas de gran espesor informativo que antes no eran posibles. Con esto y al mismo tiempo, tales condiciones técnicas de los soportes de los textos crean nuevas formas de relación con los discursos y la sociedad, donde la dimensión cognitiva y de lenguaje obliga a los usuarios a tener nuevas competencias comunicativas.

Pero no hay que confundir el fenómeno comunicativo que es del orden social de la cuestión puramente técnica. De aquí que “todo aproximación técnica de los fenómenos de comunicación pertenece a las ciencias de la ingeniería, como toda aproximación puramente lingüística o semiótica que se remiten sobre todo a las ciencias del lenguaje o a los estudios literarios o, perspectivas que toman solamente en cuenta los fenómenos colectivos y las representaciones, pertenece a la sociología” (Ollivier, 2007: 167).

Y nuevamente aparece la tesis del libro: “las ciencias de la comunicación tienen un estatus interdisciplinario que no se encierre en un objeto de estudio ni en una problemática únicos” (Ollivier, 2007: 168). Una de las características epistemológicas de las Ciencias de la Comunicación es entonces su poder heurístico para el conjunto de las ciencias sociales, las mismas que, vistas por separado, son incapaces de dar cuenta de los fenómenos de comunicación en su complejidad.

La segunda parte de *Les sciences de la communication* trata lo que esta disciplina actualmente aporta. Para esto, Ollivier comienza señalando que habría que desechar las concepciones que de esta ciencia se tienen en algunos sectores de la sociedad, incluso en sectores que producen conocimiento desde las propias Ciencias de la Comunicación, pero que llegan a “denigrarla” porque la asimilan a simples técnicas de comunicación (2007: 172), como si la comunicación sólo fuera un puro instrumento de transportación de información.

Para el lector latinoamericano, el capítulo 1 de esta segunda parte debe resultarle interesante porque en él se señala la diferencia entre información y comunicación.³ De aquí la emergencia de las Ciencias de la Información que están vinculadas con el objeto máquina, con procesos matemáticos, pero que no dejan de tener implicaciones en la modelización del conocimiento y de las relaciones socio-discursivas de los

textos-documentos. En este sentido, las Ciencias de la Información “son un campo de estudio fundamental para las ciencias de la comunicación y los dos conceptos, el de información y el de documento son centrales para estas perspectivas” (Ollivier, 2007: 181). Lo que decíamos al principio: información y comunicación son dos fenómenos de un mismo proceso como condición necesaria.

Es así como la información es modelizada, vía la comunicación, por todos los soportes posibles. Sin embargo, en todo análisis meramente sobre el proceso de información se debe considerar la dimensión social en la que participa y que es la cultura misma. Es decir, los procesos de información llevan consigo procesos de comunicación por y para la cultura, siendo ésta el lugar donde se intercambian los signos que son los productores de identidad.⁴ Por esto, una reflexión acerca del funcionamiento y circulación de los signos al interior de las culturas se hace necesaria, para dar respuesta a las interrogantes que sobre los efectos discursivos de los signos se observan en las sociedades. Así, tenemos que la oralidad y la escrituralidad en la cultura contemporánea van a corresponder ciertas formas ritualizadas, demandar cierto capital cultural, así como condiciones espacio-temporales, entre los interlocutores para configurar el perfil cultural de una sociedad, en donde es precisamente la forma en la que se hace uso de los medios de comunicación.

En este mismo marco de la cultura y de la comunicación, Ollivier nos dice que habría tres posiciones de ver esta relación: la de la Escuela de Frankfurt que ve en los medios de comunicación de masas un instrumento para la dominación-alienación; la de *cultural studies* que se preocupan por pensar lo que las audiencias hacen de los medios; y la de la perspectiva de las *mediaciones*, que es un punto de vista latinoamericano y cuya posición, podemos decir, es intermediaria entre las otras dos. De esta última Ollivier hace referencia a la aportaciones teóricas surgidas en América Latina: las de Martín-Barbero, García Canclini, Orozco Gómez, quienes cada uno por su lado proponen criterios para observar las mediaciones de los procesos comunicativos, en la región latinoamericana, donde los fenómenos de urbanización, de globalización, de mestizaje cultural se organiza, y reorganizan simbólicamente; donde las prácticas culturales se territorializan y desterritorializan constantemente.

Siguiendo la perspectiva de las mediaciones, Bruno Ollivier expone en todo el capítulo 3 de la segunda parte de su obra, las diferentes concepciones del término “mediaciones”, tanto en el otro lado del Atlántico como en el del continente americano y latinoamericano particularmente. Evocando los principales desarrollos teóricos de este concepto por sus principales autores, Ollivier da cuenta que en la investigación latinoamericana,

por medio del concepto “mediaciones” se han comprendido particularidades de la comunicación mediática que se da en este aire cultural, donde justamente el papel de los “mediadores” hace posible la circulación de información y de comunicación necesarias para la vida práctica y simbólica de las diversas identidades culturales, en tanto que colectivos.

Las mutaciones de los medios masivos a través de los géneros es otro de los temas obligados que las Ciencias de la Comunicación deben dar cuenta. Aquí, nuevamente la producción, el producto mediático y su consumo presentan interrogantes constantes y necesarias, donde, por ejemplo, “los géneros televisuales están [...] en curso de redefinición ¿Cómo interpretar una telenovela brasileña que pasa antes del noticiario televisivo y la cual el papel del campesino sin tierra es interpretado por un verdadero dirigente del “Movimiento de los sin tierra” y el papel de un diputado por un verdadero diputado” (Ollivier, 2007: 215).

Otro tema relativamente nuevo en el debate de la comunicación y que Bruno Ollivier pone sobre la mesa, es la interrogación si nuestras sociedades se dirigen hacia una sociedad del conocimiento. Después de la sociedad de la información nos encontraríamos en la sociedad del saber. Para este autor francés, esta “exaltación” venida de instancias políticas cae en el error de confundir la disponibilidad

de la información por la constitución de saberes. En otras palabras: no basta circular información para construir el conocimiento. Podemos entender una crítica a esta postura “exaltada” que cree ver nacer una sociedad del conocimiento, de la cual poco se sabe cómo funcionan sus procesos cognitivos, en el contexto de una sociedad en su conjunto.

Consecuente a esta preocupación del uso de la información y de la comunicación como conceptos heurísticos, Ollivier indica posibles derivas del uso de paradigmas científicos que, al interior de las empresas, toman un lugar protagónico en el desarrollo organizacional de las mismas. De aquí la aparición de la comunicación gerencial y la enseñanza de dicha actividad que trabajan en beneficio de la empresa comercial. Sin embargo y afortunadamente, de forma paralela se desarrollan ciertos estudios de carácter crítico, como lo es la clásica obra de Michel Crozier y Erhard Friedberg (1977), cuya noción de “actor” evidencia que la comunicación en toda organización tiene que ver con el ejercicio del poder; y sin embargo, todo sistema de comunicación implica estrategias y márgenes de maniobra que habría que identificar cómo éstas operan.

Del último capítulo de *Les sciences de la communication*, es de llamar la atención la reflexión de Bruno Ollivier sobre la estrecha relación entre comunicación y

política. Precisamente como ya lo indicamos en la primera nota de pie de página de esta reseña, la comunicación ya fue objeto de sistematización teórica⁵ por la *Retórica* de Aristóteles y donde el estagirita coloca política y retórica como fenómenos que participan de un mismo proceso: la democracia.

Lo que nos parece sintomático de este desarrollo al final de la obra de Ollivier es que las ciencias de la comunicación, como sujeto de reflexión epistemológica, merece reubicársela en su razón de ser, como participante en la constitución del saber sobre el hombre mismo que vive en el lenguaje. Bruno Ollivier, en este sentido y siguiendo a Philippe Breton, nos sugiere la necesidad de voltear los ojos al papel que juegan nuestras prácticas retóricas: “la supresión de cursos de retórica [en el sistema educativo francés], es el signo de una degradación de la democracia” (Ollivier, 2007: 238).

Y esto porque “el debate [actividad central de la democracia] y el discurso argumentado ceden desde ahora a formas de programas [mediáticos] que dejan mayor espacio a la identificación, a la seducción. En términos políticos, la desaparición del debate argumentado es un síntoma del desplazamiento de la democracia al populismo, si entendemos por esto, la puesta en escena del hombre político supuestamente capaz de establecer relaciones directas, frecuentemente más afectivas, con

su lectorado, sin mediaciones ni instituciones intermedias” (Ollivier, 2007: 237). Elocuente descripción de la comunicación “política” de nuestros días que en las “democracias” contemporáneas se practica.

En la “Conclusión”, Ollivier reivindica la disciplina de las Ciencias de la Comunicación que implique “el conocimiento de paradigmas científicos de orígenes diversos y que se articulen en su complementariedad, para construir descripciones nuevas de los fenómenos” (Ollivier, 2007: 244). Es la interdisciplinariedad que demanda el estudio de la comunicación.

Bruno Ollivier presenta al lector al final de su obra “200 hipótesis teóricas para construir las perspectivas interdisciplinarias en ciencias de la comunicación” y un amplio “Glosario” de términos y vocablos que son útiles para un repaso en breve, en la diversidad de perspectivas que el fenómeno de comunicación invita, para la comprensión del hombre y de sus diversas y diferentes sociedades.

NOTAS

- ¹ Aunque se debe señalar que quinientos años antes de nuestra era hubo ya un importante esfuerzo por sistematizar el funcionamiento del lenguaje humano. Este esfuerzo se llamó *Retórica* de Aristóteles (2005), quien por cierto llegó a equiparar a la retórica como Política y como Lógica.

- ² Autonomía ciertamente relativa, pues ni la Sociología, ni la Historia, ni la Política se bastan a sí mismas para dar cuenta de sus objetos de estudio.
- ³ Diferencia que no suele hacerse en la tradición académica latinoamericana hasta el grado de concebirse información como sinónimo de comunicación.
- ⁴ Sobre el tema de la identidad ver un desarrollo amplio y reciente por parte de Bruno Ollivier (2007).
- ⁵ Roger Bautier (1994) afirma que la *Retórica* puede considerarse la primera teoría de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles (2005), *El arte de la retórica*, Buenos Aires, Ediciones de la Universidad de Buenos Aires.
- Bautier, Roger (1994), *De la rhétorique à la communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Crozier, Michel y Erhard Friedberg (1977), *L'acteur et le système*, Paris, Seuil.
- Ollivier, Bruno (2007), *Les sciences de la communication. Théories et acquis*, Paris, Armand Collin.
- _____ (2007), *Identité et identification. Sens, mots et techniques*, Paris, Hermès-Lavoisier.