

# Representaciones sociales

## La comunicación pública y los cambios socioculturales en la obra de Manuel Martín Serrano

Francisco Sierra

### Teoría de la mediación y crítica de la industria cultural

La complejidad y velocidad de los cambios informativos han penetrado tan profundamente en las estructuras y formas de sociabilidad que la naturalización, a nivel del discurso público, de las lógicas dominantes de mediación simbólica se han revestido de tal consistencia y opacidad, que, bajo la apariencia de una falsa transparencia, parecen irreductibles a la crítica científica, mientras el proceso asimétrico y ecológicamente insostenible de organización de la comunicación y la cultura pública incide en las lógicas de dominación y desigualdad material y simbólica, características del modo de producción capitalista.

La principal paradoja de la actual circulación acelerada de sujetos, mensajes y mercancías es que termina por

disolver las condiciones sociales que hacen materialmente posible y necesario el intercambio, las formas de anclaje simbólico de la experiencia posmoderna, perdiendo hasta el valor de uso, la potencia de la vida, con las que se garantiza la reproducción, determinado como está el intercambio mercantil por la notoria *desimbolización* y la *desublimación* absoluta del mundo. El desarrollo de la Sociedad Global de la Información prefigura, en este sentido, un nuevo escenario de transformaciones tecnológicas y sociales, cuyo alcance plantea radicales dilemas éticos, económicos y políticos sobre los que los profesionales de la educación y la cultura deben diseñar nuevas herramientas de intervención social. Desde el punto de vista del pensamiento crítico, la obra de Manuel Martín Serrano es una potente *caja de herramientas* para analizar empíricamente los medios y mediaciones que conforman esta nueva lógica de





control y reproducción social, pues articula las complejas relaciones entre información, organización y acción social, problematizando la cognición como problema epistémico para la propia Teoría de la Comunicación. Estamos pues ante una teoría y metodología de investigación de largo alcance que elude, y ese es uno de sus principales virtudes, las lógicas delimitadas y tautistas (en palabras de Lucien Sfez) de "lo que se hace en la sociedad con lo que la comunicación hace". Visión restringida habitual en los estudios de medios que regularmente comienzan y terminan por reducir –como advierte Dufour– la propia capacidad humana de pensar, "como si el pleno desarrollo de la razón instrumental (la técnica), inherente al capitalismo, se saldase con un déficit de la razón pura (la facultad de juzgar a priori lo que es verdadero o falso, e incluso lo que está bien o mal)" (Dufour, 2003: 4). Y que es especialmente delicado en un tiempo como el que vivimos en el que la función social del conocimiento es estratégica por contribuir a articular los vínculos entre lo particular y lo general, mediando las formas de fragmentación del saber y la construcción del sentido social propias de la era de la *cultura mosaico*.

En el actual marco de transformaciones globales del capitalismo, necesitamos aportar el conocimiento socialmente necesario para superar los límites y fronteras de la realidad massmediática y las propias barreras o alcance de la teoría social de la comunicación. La *deconstrucción* no tiene potencia emancipadora sino es como crítica para la propuesta y transformación social. Las estrategias posmodernas que, como advierte el profesor Manuel Martín Serrano, renuncian a la lógica y fundamentación científica terminan, antes bien, por anular, o más bien comienzan *depotenciando*, el talante intelectual, ético y crítico de la razón. El problema con el que hoy nos encontramos es cómo el pensamiento y la teoría crítica pueden articular, en este tiempo de colonización de la ciencia, un discurso y pensar "otro" que religue y actualice la potencia intempestiva de la teoría como praxis emancipadora y que, en nuestro caso, contribuya a un diagnóstico y transformación radical del universo de la comunicación, fundando las bases de una nueva mirada crítica en el contexto general de informatización y colonización de los espacios de vida y de agudización de las desigualdades y de la división internacional del trabajo intelectual.

Si la principal aportación del método materialista histórico es la construcción del conocimiento y la teoría social desde la realidad concreta, el modo de concebir e interpretar el mundo debe adaptarse a su configuración cambiando en cada momento. Cada realidad necesita su teoría, pues conforme la historia avanza y la realidad social cambia, nuestro conocimiento del mundo no puede permanecer inalterable. El método y la sustancia, la forma y el contenido del conocimiento deben pues guardar correspondencia en todo momento. En esta

línea, toda teoría crítica aplicada al análisis de medios no puede renunciar a tres elementos básicos del pensamiento marxista: la visión histórica de la mediación, la abstracción de lo real y la voluntad antagonista.

No es objeto desde luego de este breve texto dar respuestas acabadas a la cuestión de partida con la que abríamos esta introducción, pero sí al menos apuntar una idea que se puede traslucir de la lectura del conjunto de productivas ideas que una obra prolífica, rica, potente y sugestiva como la del Autor nos apunta, y que no es otra, como corresponde a una teoría crítica, que la de sugerir nuevas preguntas. La lectura de trabajos como "La producción social de la comunicación", "Neocolonialismo y mediación" o "¿Para qué sirve estudiar la Teoría de la Comunicación?" actualiza, con nuevas miradas la pregunta recurrente que, ineluctablemente, ha de afrontar, una vez más, la teoría crítica en comunicación: QUÉ HACER. Una lectura relevante en nuestro ámbito en el que el consumo creciente de medios masivos y dispositivos tecnológicos satisface sólo las demandas mínimas de cultura de la comunicación, de acuerdo a la lógica "reproductiva" y "conservadora" de la industria cultural y del modo de producción capitalista que determina "*las diversas formas de vida de las personas (...) los medios a los que tienen acceso, las horas en las que pueden utilizarlos y el tiempo que pueden destinarles*" (Martín Serrano, 1984: 200). Y que ya vislumbrara en la década de los setenta con "*L'Ordre du Monde a travers la Tv. Structure du discours electronique*" (Presse Universitaires, Lille, 1974). Una contribución notable de incalculable valor para la Teoría de la Comunicación, en la estela del pensamiento fuerte de Lévi-Strauss, por su capacidad de articular las relaciones y nodos lógicos constituyentes de la naturaleza, la cultura y la sociedad. De Adorno y Horkheimer, al estructuralismo, antropológico y lingüístico, la economía política y la teoría sociológica, la obra del Profesor transita en las zonas liminares de conexión de los grandes saltos y mutaciones sillares, en los intersticios de las transformaciones artefactuales que sostienen eso que hemos llamado cultura. No se trata de pura abstracción, ni de formas teorísticas al uso para explicar que los medios median. El análisis lógico-formal va más allá. Nos revela las reglas y sistema de operaciones de los intermediarios culturales y de las instituciones mediáticas, para criticar los dispositivos de poder y coerción desde un enfoque más ambicioso que amplía y trasciende la noción de código y de información en Lévi-Strauss y Abraham Moles.

En la medida que ha sabido desentrañar las formas estructurales de reproducción mediada, su contribución al análisis de medios se nos antoja fundamental, una referencia básica para acometer las líneas maestras de las nuevas culturas mediáticas que hacen aconsejable su lectura. Tenemos por delante problemas urgentes como la inclusión digital, el pluralismo y la diversidad cultural





en los medios y, más allá aún, el sentido mismo de ser ciudadano en un mundo global abierto y culturalmente *con/fuso* que debemos procurar subvertir, alterando el universo simbólico por medio de la reenunciación del trabajo del mercado sobre el imaginario, entre el circuito de producción informativa y el consumo de bienes. Más aún en un mundo que experimenta un proceso de virtualización por el que la *"función ritual de los iconos (...)* nos permiten manipular y utilizar las imágenes de lo que no podemos utilizar ni manipular" (Martín Serrano, 2008: 23). Problema éste emergente que nos obliga a pensar las mediaciones entre realidad y representación, aislando el objeto de estudio – los modelos de control social informativo – para evitar confundir realidad y modelo, facticidad y valor.

Vivimos en un mundo en el que "el trabajo y el valor se han hecho biopolíticos, en el sentido de que vivir y producir tienden a hacerse indistinguibles. En tanto que la vida tiende a quedar completamente absorbida por actos de producción y reproducción, la vida social misma se convierte en una máquina productiva" (Negri/Hardt, 2004: 179). La constatación de esta idea exige, por consiguiente, una reformulación de nuestra perspectiva de estudio. No es casual que el último libro de Manuel Martín Serrano se centrara por ello en la comunicación, la vida y la sociedad, ampliando, a modo de reinterpretación, o más bien de reapropiación de las bases materialistas y del evolucionismo y la teoría ecológica, el marco lógico de análisis de la mediación. Las redes electrónicas -denominadas por Derrick De Kerckhove "nuestra segunda piel- deben ser virtud del principio de que *"de la filosofía de la naturaleza surgen las prácticas que la transforman y las ideas que la presentan"* Pues sólo *"la Teoría cumple con (su) cometido epistemológico, cuando clarifica cómo están articulados en la comunicación, el mundo natural con el social y ambos con el de pensadas como objeto de estudio a partir de nuevas bases y de los avances de la etología, la genética y las Ciencias Cognitivas. En los símbolos"* (Martín Serrano, 2007: XVIII).

De la digitalización audiovisual al modelo de desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y su inserción socioeducativa, la obra de MMS nos ofrece en esta línea un programa fuerte, pero abierto de interpretación y análisis de la realidad mediática, situando claramente claves económico-políticas fundamentales con las que comprender y perfilar críticamente, en un sentido prospectivo, la lógica dominante de las industrias culturales. *"Crítica que se expresa, mostrando, mientras persista, la contradicción existente entre el desarrollo de los medios técnicos de producción y de comunicación, y el subdesarrollo de las relaciones sociales"* (Martín Serrano, 2008: 56).

A partir de un análisis cuantitativo fundado en las técnicas estadísticas convencionales, en el análisis de

medios (independientemente el soporte o canal), la Teoría de la Mediación Social constituye, a nuestro entender, un programa de referencia con el que pensar la dinámica informativa más allá de los dispositivos tópicos de la teoría como sentido común. Pues junto a los datos de referencia, el análisis de medios puede integrar espacios, tiempos y prácticas diferenciadas de consumo informativo, explicando funciones, usos, necesidades y sentidos e imaginarios sociales de tales prácticas de mediación sociocultural. Y, más importante aún, su obra nos ayuda a describir y explicar los dispositivos y técnicas de la mediación como control o ajuste social, como producción inmaterial de sujetos, como producción o fabricación del consentimiento y del sentido social, ilustrando la función del uso y consumo como un proceso de intermediación de las dinámicas de mitificación y ritualización consustanciales a toda cultura.

Frente al análisis funcionalista o al idealismo cultural en los estudios de audiencias, la idea de uso como mediación o interacción de los sujetos con los dispositivos tecnológicos en su contexto y marco histórico-cultural representa, en este sentido, un compromiso intelectual de la teoría con la crítica social. De facto, no es casual que el grupo de estudios dirigido por el profesor Manuel Martín Serrano haya contribuido notablemente al conocimiento de las prácticas de recepción y consumo de jóvenes, mujeres y Tercera Edad. Se trata de grupos socialmente marginales o subalternos, invisibilizados en los medios o frecuentemente estigmatizados en un limitado abanico de roles y estereotipos según las funciones y lógicas de reproducción social dominante que, finalmente, condicionan determinados usos y consumos.

Del mismo modo, el análisis de la mediación ha tratado de mostrar nuevos usos y cambios en el sistema de medios, desde la aparición de las cadenas privadas de televisión a las nuevas redes digitales, pasando por la industria de los videojuegos, siempre procurando revelar los matices, formas diferenciadas y particulares de una dialéctica que gobierna el uso de la comunicación *"donde se oponen, por una parte, la necesidad de una comunicación reproductiva y, por otra, la necesidad de una comunicación informativa"* (Martín Serrano, 1984: 203). Y donde, al fin y al cabo, siempre emergen nuevos problemas y desafíos científicos de compleja y difícil resolución.

Sólo nos queda el consuelo de que hay quien antes que nosotros pensó más y mejor la realidad mediática, con suficiente ingenio y creatividad como para proyectar el conocimiento socialmente necesario al comprender el sentido de las transformaciones en curso, su significado y proyección social. Ahora es el momento de comenzar a leer con inteligencia y astucia una obra cargada de esperanza y de futuro, y escribir y propiciar nuevas lógicas de enunciación, nuevos análisis, para una teoría crítica de los medios y mediaciones culturales. 📖





# El uso de la comunicación social por los españoles. Resumen.

Procede de la investigación que inicia la serie de estudios sobre los usos de la comunicación mediada. Martín Serrano, Manuel: *El uso de la comunicación social por los españoles*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 1982

Este libro incluye dos estudios: el uso que los españoles hacen de los MCM y el uso que hacen de los contenidos que programan los medios. El trabajo es fiel a la distinción entre la influencia del médium y del mediador que el autor desarrolla en el artículo "La influencia de la televisión..." Los datos proceden de una encuesta aplicada a 2.000 españoles, representativa de la población con quince o más años, a nivel nacional. Aportó en su día, cuando España reiniciaba su andadura democrática después de una larga dictadura, el conocimiento más fiable y profundo sobre la participación de los medios masivos en la modernización del país. El autor siempre ha estado interesado en investigar cambios, y no solo imágenes fijas, y en éste tema volvió a reduplicar la misma investigación con la misma metodología en varias ocasiones. Los principales hitos son cuando las televisiones privadas introducen otra oferta comunicativa mucho más comercializada; cuando los aparatos de video y los videojuegos compiten con las cadenas televisivas; y en los inicios de la comunicación digital. ( Cf. En la bibliografía del autor : <http://www.mhe.es/martinserrano1>

*El uso de la comunicación social por los españoles* es por tanto el fundamento y la primera atapa de una investigación diacrónica. La validez que tiene como referencia comparativa de los cambios sociocomunicativos que han acontecido durante un cuarto de siglo, deriva del diseño: se diferencia claramente de los estudios de audiencia, porque aquí se considera que el uso de los MCM es una práctica complementaria o alternativa con otras prácticas no comunicativas (el deporte, las tareas culturales, la relación con amigos o familiares, el trabajo, el estudio, etc.). Por lo tanto, al mismo tiempo que se controla la exposición a los medios, se lleva a cabo el control de las restantes actividades individuales, familiares y sociales.

La explotación de los datos utiliza los programas estadísticos que son habituales, en la investigación de

medios, pero se distingue porque con la información se realiza además un análisis discriminante, utilizando los modelos desarrollados por el propio autor en "Nuevos métodos...").

El estudio del uso de los medios de masas incluye la TV, la radio, la prensa diaria y deportiva y las revistas; en aplicaciones posteriores incorpora el uso que se hace de videocaseteras, videojuegos, teléfonos móviles y computadoras. Como es sabido, en las sociedades llamadas "de masas" la mayor parte de la población dedicaba una fracción importante y creciente de su vida cotidiana a proveerse de la información y la distracción que les ofrecen tales medios masivos. En España a comienzos de los 80, esta pauta de uso del tiempo era relativamente reciente. El libro hace un seguimiento de este cambio existencial y demuestra que la enajenación de las audiencias es la consecuencia y no la causa de esa creciente exposición a los MCM. El tiempo que se destina por la población española a los medios de masas, se corresponde esencialmente con el valor social que tiene esa inmersión en el mundo audiovisual. En la programación de los medios masivos se encontraban explicaciones y propuestas para responder a las nuevas necesidades que se les planteaban a los miembros de una sociedad que transitó en dos décadas, de una economía agraria a otra posindustrial. La *audiencia masiva* aparece como un comportamiento racional, en donde el individuo ya no puede manejar su entorno ni participar en la vida social recurriendo exclusiva o preferentemente a las comunicaciones interpersonales. En la forma de vida de la sociedad española de la década de los setenta, cabe considerar el televisor y el aparato de radio como bienes de equipo, no discrecionales, imprescindibles para participar en la vida social. La novedad radica desde entonces y hasta ahora, en que la comunicación de masas sitúa los datos de referencia que ofrece en espacios, tiempos, colectividades, más universales, pero también mucho más ajenos que los que suele ofrecer





la comunicación directa. La comunicación masiva, al tiempo, satisface necesidades de integración y venera rotura de identidades. Los efectos de esta contradicción siguen vigentes.

El tiempo de audiencia y lectura en España era y sigue siendo inferior a la de otros países de Europa; pero adquiere una relevancia social mayor porque no es una actividad complementaria o alternativa con otras que contribuyan al ocio y desarrollen la cultura. Carencias culturales y de infraestructuras tienen como consecuencia que para una gran parte de la población, la comunicación de masas venga siendo la única actividad cotidiana a la que cabe asignar una función de entretenimiento y de puesta al día. Concretamente desde comienzos de los años setenta y hasta hace un lustro la mayoría de la población, incluyendo adolescentes y jóvenes, concedía a la televisión la mayor parte de su tiempo comunicativo. Desde los últimos años del franquismo estaba aumentando la población lectora de medios impresos; y sin embargo, lejos de suponer una reducción del tiempo de audiencia dedicado a la TV y la Radio, los amplía. El interés hacia estos últimos medios en una época de semicensura política, denotaría que los medios audiovisuales evaluaban las necesidades informativas de aquel tiempo por debajo del umbral mínimo necesario. Restablecida la democracia se ralentiza y en ocasiones se detiene el crecimiento de la lectura de prensa y revistas. Para explicar este fenómeno, el autor propone la hipótesis de que cuando los medios de comunicación más fácilmente disponibles -Televisión, Radio- han provisto de la cantidad y diversidad de productos que satisfacen las demandas mínimas del usuario, éste carece de una motivación apremiante para ampliar su consumo informativo recurriendo a medios de mayor "precio" subjetivo y objetivo, como la prensa y las revistas, buscan otra clase de información, o bien otro tratamiento de la información.

La lectura de los medios impresos representaba en la sociedad española un signo de estatus: en

cambio, la contemplación de la TV y la audiencia de radio no manifestaban esta función prestigiadora: más bien satisfacían necesidades afectivas referidas a los sentimientos de identidad social, que sin embargo resultaban generalmente frustradas. Estos mismos resultados se obtuvieron en las posteriores investigaciones del autor. La radio y la TV han estado hasta el inicio del actual siglo, como injertadas en la vida cotidiana, durante la comida, el trabajo e incluso la cama: se han venido utilizando como acompañantes más bien que como espectáculos: la TV, rodeado de la familia: la radio, en solitario. Estas pautas de uso audiovisual están cambiando, seguramente de forma irreversible, desde que existen los teléfonos móviles e internet, al tiempo que las familias reducen sus miembros; pero de momento, solamente en los segmentos de edades juveniles.

La parte del estudio dedicada al uso de los contenidos, analiza la selección de temas por parte de las audiencias. Según el autor, a partir de los 80 se produce un cambio en las preferencias de las audiencias españolas, que interpreta como la manifestación de nuevas formas de solidaridad y de arraigo. La necesidad de arraigo orienta los intereses hacia los contenidos que el autor denomina de "ciclo largo" (salud, familia, naturaleza, etc.). El interés exclusivo por estos temas denotaría una colectividad muy conservadora, poco propensa al cambio social. Pero al mismo tiempo, las mismas audiencias buscan contenidos de "ciclo corto" (información sobre el acontecer político, económico, laboral, etc.). En este doble uso de la comunicación pública concurren por un lado, la necesidad de una comunicación *reproductiva*, reclamada por unas audiencias psicológicamente instaladas en la democracia y el pluralismo, que gusta de los contenidos que tal vez por su propia intrascendencia confirman cada día la continuidad de las instituciones, de las formas de vida y de los valores; por otro lado, y al tiempo necesitan otra información, *innovadora*, y la buscan cuando algún acontecimiento venga a afectar a sus formas de vida. 📰

## LA MIRADA DEL AUTOR

### Los medios ante el acontecer

Procede de MARTÍN SERRANO, Manuel: *La estructura de la narración icónica en la televisión* "disertación magistral de Doctorado de Estado en Ciencias y Letras" 1974 (Cf. En este monográfico)

Los medios de comunicación de masas están aprisionados entre la pobreza de un sistema que rutiniza y es incapaz de innovar, y el carácter provisorio de un azar siempre devuelto al orden. Se comportan frente a la información como *Penélope con su telar*. Informar consiste, ora en presentar el evento imprevisto como previsible, ora en presentar el evento previsible como imprevisto. Funciona la comunicación unas veces recurriendo a los códigos cuando el evento es demasiado original y traumatizante; otras veces remodelando los códigos cuando el orden es demasiado trivial y monótono.

