

La comunicación es uno de los más fuertes símbolos contemporáneos. Su ideal (acercar a los hombres, los valores y las culturas) está en el corazón del modelo democrático y triunfa a través de técnicas cada vez más eficaces y seductoras. Por eso son muchos los que ven en los multimedia y las redes la respuesta a los males de nuestras sociedades y el bosquejo de nuevas solidaridades. Pero, al final de todas esas técnicas cada vez más sofisticadas e interactivas encontramos siempre desigualdades. Sobre todo, la dificultad de comprenderse, y a veces también la más abismal soledad.

Este libro trata de mostrar que para comunicarse mejor es necesario consolidar las identidades, encontrar el tiempo y respetar lo que nos separa. Pensar la comunicación es recordar, en principio, que no puede haber democracia sin comunicación; también, guardar distancias respecto de sus grandes promesas; por último, evitar que la comunicación se pierda en medio de los intereses y la mera ideología.

Resultado de veinte años de investigaciones sobre la televisión, la cultura, la comunicación, la política, el periodismo y las nuevas técnicas, este libro es también una mirada lúcida y valiente de un investigador sobre su disciplina.

Índice

Prólogo. Veinte años de investigación	17
Introducción general. Existe un margen de maniobra	21
1. Los tres sentidos de la palabra comunicación	22
2. Las dos fuentes: comunicación normativa y comunicación funcional ..	25
3. La idea central: existe un margen de maniobra	26
4. El límite de toda comunicación: el otro	28
5. Necesidad y dificultad del análisis	29
Bibliografía	31
Primera Parte. Los conceptos	35
Introducción. Comunicación y modernidad	37
Capítulo 1. Comunicación y sociedad: tres hipótesis	41
1. Hipótesis nº 1: la comunicación, condición de la modernización	42
2. Hipótesis nº 2: la comunicación, apuesta de la sociedad individualista de masas	45
3. Hipótesis nº 3: la inteligencia del público	49
Bibliografía	53
Capítulo 2. Las contradicciones culturales	55
1. La comunicación triunfante	56
1.1. Las distancias infranqueables	56
1.2. La sociedad transparente	58
1.3. La expresión identificada a la comunicación	60
2. Los límites de la comunicación	62
2.1. La experiencia de la comunicación directa	62
2.2. No hay comunicación sin incomunicación	64

2.3. Los tres tiempos de la comunicación	65
3. La comunicación: una fuerte resistencia al conocimiento	67
3.1. La voluntad de no saber	67
3.2. Las ideologías de la comunicación: comprensión e integración	69
3.3. La inversión de la relación identidad-comunicación	70
Bibliografía	73
Capítulo 3. Las investigaciones	75
1. La historia de las investigaciones en Francia	76
1.1. Un cambio radical de contexto en veinte años	84
1.2. Un interés creciente, pero dificultades no resueltas	85
1.3. El enfoque ideológico cambió de forma en treinta años	86
1.4. La explosión del mercado de la comunicación	86
1.5. Distinguir estudios e investigaciones	87
2. El itinerario de un investigador: "¡Circule, no hay nada que pensar!" ..	87
2.1. El programa ciencia-tecnología-sociedad del CNRS (1980-1985)	89
2.2. El programa sobre las ciencias de la comunicación del CNRS (1985-1995)	89
3. Las cuatro posiciones teóricas	91
3.1. La primera corriente: los turiferarios	93
3.2. La segunda corriente: los críticos	94
3.3. La tercera corriente: los empírico-críticos	94
3.4. La cuarta corriente: los nihilistas	95
Bibliografía	97
Segunda Parte. Televisión, el vínculo social	99
Introducción. El vínculo social de la sociedad individualista de masas	101
Capítulo 4. Televisión generalista y teoría de la sociedad	107
Bibliografía	114
Capítulo 5. La cultura y la televisión	117
1. El gran público: el equivalente del sufragio universal	117
2. El desafío de la cultura del gran público	120
3. De dos a cuatro formas de cultura	124
4. Las cinco relaciones entre la cultura y la televisión	127
5. De la comunicación a la incomunicación	130

Bibliografía	133
Capítulo 6. Fuerzas y límites de los medios temáticos	135
1. Los medios temáticos permiten finalmente la individualización de la comunicación	136
2. Los medios temáticos son apropiados para la comunicación de las comunidades	137
3. Los medios temáticos son el futuro, como los medios generalistas son el pasado	138
4. Los medios temáticos abren una nueva era de la comunicación	139
5. Mañana, al hacer zapping, el espectador formará su propia cadena generalista	140
6. Los medios temáticos permiten que finalmente el público sea activo	141
7. La televisión temática cultural permite salvar la cultura en la televisión	142
8. La televisión temática corresponde a una nueva relación con la comunicación	144
9. Con los medios temáticos, la oferta es más amplia	145
10. ¿Por qué oponerse a la televisión temática?	146
Bibliografía	147
Tercera parte. Comunicación y democracia	149
Introducción. No hay democracia sin comunicación	151
Capítulo 7. El triángulo infernal: periodistas, políticos y opinión pública	155
1. Los elementos del desequilibrio	155
2. Tres consecuencias del desequilibrio	161
3. Las puertas de salida	165
Bibliografía	168
Capítulo 8. El espacio público	171
1. La frontera público-privado	171
2. Recrear las distancias	174
3. El espacio público contra comunidades parciales	177
Bibliografía	181
Capítulo 9. La comunicación política	183
1. Las difíciles relaciones entre la expresión, la comunicación	

y la acción.....	183
2. La democracia de opinión: el triunfo ambiguo de las encuestas y los medios	186
3. La crisis de la representación	191
Bibliografía	195
Cuarta Parte. Información y periodismo	199
Introducción. Todo se complica	201
Capítulo 10. Entre el ideal y la ideología	205
Bibliografía	214
Capítulo 11. El frágil triunfo de la información	215
1. La presión demasiado fuerte de los hechos	215
2. La información: una pirámide invertida	218
3. La autarquía del medio	219
4. La tentación del conformismo	219
5. Un acontecimiento siempre prevalece sobre su análisis	220
6. Los excesos de la información	220
7. A más información, más secretos	221
8. El déficit de legitimidad	222
9. El cuarto poder, o la ideología periodística.....	223
10. ¿Guardianes o jueces del espacio público?	224
Bibliografía	225
Capítulo 12. Las tres crisis del periodismo	227
1. Las tres crisis del periodismo	229
2. Las diez vías del aggiornamento	231
2.1. Romper la aparente unidad del grupo de periodistas	231
2.2. Relativizar las imágenes mitológicas de la profesión	233
2.3. Recuperar la confianza del público	233
2.4. Informar sobre las trampas y las dificultades de la hipermediatización	234
2.5. Valorizar la función del intermediario generalista	235
2.6. Revalorizar la investigación	236
2.7. Reconstruir una jerarquía de información	237
2.8. Criticar la ideología de la transparencia y de la inmediatez	238

2.9. Infomar es menos peligroso en las democracias que en las dictaduras.....	239
2.10. Aprender a resistir a las industrias de la información y de la comunicación	240
Bibliografía	241
Quinta parte. Las nuevas tecnologías	243
Introducción. Los estragos de la ideología técnica	245
Capítulo 13. Las claves del éxito: transparencia, rapidez e inmediatez	251
1. Las condiciones técnicas	251
2. Las cinco razones del éxito	254
2.1. La ruptura con los medios masivos	254
2.2. La aventura cultural de una generación	255
2.3. El símbolo de la modernidad	258
2.4. Una respuesta a la angustia antropológica moderna	260
2.5. El “atajo” del desarrollo mundial	262
Bibliografía	263
Capítulo 14. Las soledades interactivas	265
1. ¿Quién habla de la sociedad de la información?	266
2. La prospectiva y sus fracasos	272
3. La sociedad de la información y su discurso	276
3.1. El mundialismo	276
3.2. El tiempo suprimido	278
3.3. Todo cambiará	279
Bibliografía	280
Capítulo 15. Mantener las distancias	283
1. Distinguir	283
2. Reglamentar	287
3. Relativizar	290
4. Aminorar	293
5. Revalorizar la experiencia	295
5.1. Reducir la influencia de la imagen y del teclado	295
5.2. El libro es la expresión directa para salir de las tiranías de la comunicación	296

5.3. Valorizar la experiencia humana	300
Bibliografía	301
Sexta parte. Europa	303
Introducción. La comunicación frente a la historia	305
Capítulo 16. Del multiculturalismo a la cohabitación	311
1. La prueba de las culturas	311
2. La perspectiva	312
3. Los desafíos	315
Bibliografía	319
Capítulo 17. Identidad y comunicación	321
1. La inversión de la problemática de la identidad	321
2. Información e identidad	325
3. Comunicación e identidad	329
Bibliografía	334
Capítulo 18. El difícil surgimiento del espacio político	337
1. Los reexámenes desgarradores	338
2. La desadaptación de las estructuras políticas europeas	339
3. Ya no hay un sentido en la historia	341
4. Las oposiciones políticas aún no constituidas	342
5. La crítica de las élites	344
6. El conflicto entre la lógica económica y la lógica política	345
7. Reexaminar el concepto de opinión pública	350
8. La heterogeneidad de los vocabularios políticos	352
9. El desfase entre los espacios políticos nacionales y los embriones del espacio político europeo	353
10. Lo que separa las tradiciones políticas es más fuerte que la naturaleza de los problemas comunes	354
11. Las analogías ideológicas actuales están llamadas a evolucionar	355
Bibliografía	357
Conclusión general. El filo de la navaja	359
1. ¿Las principales conclusiones conciernen a los trabajos empíricos realizados sobre la comunicación?	360

2. La comunicación, entre la modernización y la modernidad	363
3. Los tres niveles del desafío	367
3.1. En el nivel social	367
3.2. En el nivel político	367
3.3. En el nivel antropológico	368
Las ciencias de la comunicación	371
Los tres polos de la investigación	373
Polo 1: Neurociencias, ciencias cognitivas	373
La comunicación en el niño	374
La comprensión y la producción del lenguaje	375
Conocimiento y memoria	375
Polo 2: Ciencias cognitivas, ciencias físicas aplicadas	375
El reconocimiento de formas y la representación de conocimiento en inteligencia artificial	377
Modelos de percepción y de razonamiento para la comunicación hombre-máquina	377
Condiciones y estrategias de la comunicación	378
Polo 3: Ciencias humanas y sociales	378
La imagen y sus impactos	379
El derecho y la economía de la comunicación	380
El impacto de las técnicas de comunicación sobre la sociedad y sobre las relaciones entre el Estado y las colectividades locales	380
Los temas transversales	381
Glosario	383
Ciencias de la comunicación	383
Comunicación	384
Comunicación normativa y funcional	385
Comunicación política	386
Comunidad	388
Cultura	389
Espacio público	392
Identidad	395
Individuo	396
Modernidad	397

Modernización	400
Sociedad civil	401
Sociedad individualista de masas	402
Tradicición	403