

Comunicación y Antropología: continuar el diálogo.

Sergio Caggiano y María Graciela Rodríguez.

Cita:

Sergio Caggiano y María Graciela Rodríguez (2008). *Comunicación y Antropología: continuar el diálogo. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones, Posadas.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-080/31>

Mesa: Antropología y Comunicación

Comunicación y Antropología: continuar el diálogo

Sergio Caggiano y María Graciela Rodríguez
CONICET/IDES/IDAES/UBA/UNSAM
sergio.caggiano@gmail.com
banquo@sion.com

Palabras claves: comunicación – antropología – cultura – intercambio disciplinar

Muchos han sido los intentos por acercar a la antropología y la comunicación en sede local, balizando, en ese recorrido, las discriminaciones teóricas y las perspectivas elegidas para construir conexiones analíticas. Los puentes fueron propuestos, básicamente, a partir del interés personal de cada uno de los investigadores. Como resultado de estas investigaciones se han producido muchísimas reflexiones e intercambios, fruto de esfuerzos individuales por superar el primer nivel empírico y comenzar a establecer algún nivel de generalidad que permita su comparación, y de ese modo lograr extraer elementos comunes en pos de una abstracción teórica mayor. Aún así, sólo recientemente se ha comenzado a pensar estas conexiones académicamente, organizando mesas de discusión y publicaciones colectivas que tienen esta preocupación como foco. La presente ponencia se inscribe en este marco y forma parte de estos intentos. No pretendemos, desde luego, ser los primeros en pensar estas conexiones, sino, más bien, comenzar a plantear una agenda de problemas y/o preguntas que la relación entre comunicación y antropología dispare. Seguramente la agenda estará lejos de quedar agotada en estas pocas páginas –por fortuna-. Y es con ese ánimo que invitamos a continuarla/cambiarla/discutirla/revisarla/impugnarla.

El propósito que nos mueve es plantearnos algunos interrogantes sobre la conexión entre comunicación y antropología y proponer líneas, ejes analíticos o marcos conceptuales para una posible agenda de trabajo. En todos los sentidos, este recorrido prefiere insistir sobre la puesta en común y el diálogo interdisciplinario, antes que en las clausuras restrictivas a las que una parte de la academia nos tiene (mal) acostumbrados.

Un diálogo con historia

Una de las primeras apreciaciones que surgen a la hora de pensar las relaciones entre antropología y comunicación, es la que se vincula con el desnivel temporal. Nacida en el cambio del SXIX al SXX, la antropología fue construyendo un campo disciplinar que, aún sin estar exento de tensiones y disputas en su interior, fue consolidándose como tal y legitimándose en el campo más amplio de las Ciencias Sociales con estatuto propio. Por su parte, las ciencias de la comunicación son relativamente ‘nuevas’ en este mismo campo, y su progresiva institucionalización estuvo amparada primero por los estudios surgidos al calor de

las primeras experiencias de las democracias de masas,¹ y más tarde por el ‘gran paraguas’ de los estudios culturales, que le dio buena parte del sesgo ‘culturalista’ que hoy ostenta.²

Acaso por la misma diferencia en términos del desfase temporal, lo segundo que se aprecia al pensar la relación entre antropología y comunicación se vincula con la dimensión metodológica. Mientras que la antropología construyó un método propio, que le pertenece por derecho, el caso de la comunicación es, podría decirse, exactamente inverso: al carecer de una herramienta metodológica propia, se ha ido apropiando (aunque críticamente, justo es decirlo) de diversos instrumentos de análisis derivados de otras disciplinas, como la sociología, la semiótica, la economía política, o la misma antropología, por poner algunos ejemplos.

Esto conduce a una tercera apreciación, que se relaciona con la perspectiva o ‘mirada’ disciplinar que los distintos métodos e instrumentos generan. Así, si el peso del método etnográfico sobre la antropología se sostiene en la capacidad de describir las acciones de los sujetos, en sus versiones más radicales el propio abordaje puede llegar a desestimar los procesos sociales y culturales extendidos que alcanzan a los mismos sujetos investigados. Por el contrario, la comunicación muchas veces ha homologado su objeto de estudio con los medios, y a esto se le suma el agravante (o la excusa) de que, al no contar con un método propio donde hacerse fuerte, ‘toma prestadas’ herramientas analíticas de la semiótica, lo que puede conducir a sobredimensionar la cultura como (únicamente) lo que sucede en los medios.

Entre la sub y la sobre-ponderación de estas perspectivas extremas, se recorta una cuarta apreciación, vinculada a distintos regímenes de mirada. Si una de las mayores fortalezas de la antropología es su método etnográfico, el cual, incluso, a veces puede ser confundido u homologado con la propia disciplina, la fortaleza de la comunicación es su (supuesta) perspectiva transdisciplinaria. Sin embargo, el requerimiento de una mirada que atienda a todos los niveles que la comunicación articula, conduce, en sus extremos, a un régimen de mirada que termina reduciendo la comunicación a dos opciones radicales: el todo, o la nada. Así, se dice habitualmente que ‘todo es comunicación’; por ende, nada lo es. A su vez, la antropología ha ido construyendo sub-campos disciplinares, que se diseminan a partir del sintagma ‘antropología de...’, seguido del recorte disciplinar (la familia, la juventud, etc.), con lo cual, y acaso por caminos inversos, se llega al mismo lugar: todo es antropología; por ende, nada lo es.

Como sugieren estas apreciaciones, los intercambios y retroalimentaciones entre una disciplina ‘clásica’ y un campo de estudios ‘reciente’, son de diverso nivel, e inciden en la calidad de esta relación.

Paralela, y afortunadamente, los diálogos que han alimentado esta relación son igual de relevantes. En principio, el momento de consolidación del campo de estudios de la comunicación social no habría tomado la forma que tiene actualmente en América Latina sin la influencia decisiva de la antropología. Si en un comienzo la comunicación delimitó sus objetos al recorte empírico de las superficies mediáticas, la ‘salida’ del mediocentrismo es, en gran medida, producto de la influencia de la antropología, de sus métodos, de los préstamos teóricos, de las preguntas, conceptos y estrategias metodológicas que su impronta revela. Un giro crucial en este sentido, fue el que diera fundamento a los estudios en recepción haciendo suyos no sólo la herramienta de la observación participante, sino también planteándose

¹ Pensamos, por ejemplo, en los pioneros trabajos de Lazarsfeld en los Estados Unidos sobre opinión pública, pero también en los desarrollos críticos provenientes de la Escuela de Frankfurt, especialmente en lo que concierne a la disciplina, los trabajos de Adorno, Horkheimer y Benjamin.

² La mención, tácita es, obviamente, al Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CCCS por su nombre en inglés: Centre for Contemporary Cultural Studies) de Birmingham, creado en 1964 bajo la dirección de Richard Hoggart. Su segundo director, Stuart Hall, le dio el giro decisivo en su orientación analítica, que colocó a la cultura masiva ya no como obstáculo al mantenimiento de los valores esenciales de la cultura popular, sino como dimensión constitutiva y constituyente de la vida social contemporánea.

preguntas que desafían la lógica de la universalidad de los sentidos construidos en y por los medios.

A la vez, la investigación en comunicación impacta sobre la antropología de las ‘sociedades complejas’: en un extremo, porque pone en foco aspectos de la realidad no siempre suficientemente atendidos por ella (por ejemplo, aquellos referidos a las ‘tecnologías’ de la comunicación, a sus usos y/o a las interacciones de los sujetos con ellas); en otro, porque invita a una revisión epistemológica respecto de la construcción misma del objeto, al colocar como punto de partida la inquietud por la producción, circulación y consumo de ‘sentidos’ extendidos, por la pregunta acerca de lo que hay de común en una cultura, y que los medios ponen en circulación.

Podemos entender, entonces, que la *cultura* constituye la más importante de las dimensiones que ha acercado a la antropología y los estudios de comunicación y la que, al mismo tiempo, ha tensionado este acercamiento. En términos genéricos, esta dimensión configura para la antropología y la comunicación a la vez un objeto de estudio, y un concepto central (ciertamente con grandes variaciones) en sus respectivas historias. Las posibilidades y las dificultades del diálogo disciplinar giran muchas veces en torno a este objeto/concepto.

No obstante, creemos que en la zona que interroga los márgenes inciertos entre fronteras disciplinares es donde los intercambios se vuelven más ricos y poderosos. Ya decía Mary Douglas que los márgenes son fuente de peligro, pero también de potencialidad porque abren el juego a nuevos sentidos y prácticas posibles. Es más difícil construir en los centros que en los márgenes, donde la misma incertidumbre es generadora de acciones para tramitar lo desconocido. A la vez, apropiarse de métodos y herramientas analíticas de ‘otra’ disciplina, es relativamente factible, no presenta grandes inconvenientes, sólo requiere saber escuchar los aportes de los colegas. Entonces, en ese sentido, consideramos que un aporte para esa construcción, es reflexionar acerca de lo común.

La noción de cultura

Una discusión detallada acerca de esta dimensión requeriría más que una obra completa. En estas pocas líneas apenas pretendemos plantear un aspecto del tenso acercamiento que se produce en torno a ella. En la densa historia que liga tan íntimamente la antropología con la cultura, y a pesar de los grandes debates que esta historia soporta, hay un rasgo de este objeto/concepto que parece persistir: su carácter funcional. Este se aprecia, por ejemplo, en la perseverancia de la fórmula “una sociedad (un grupo, un sector social) = una cultura”. También en la asunción a veces poco problematizada de la reproducción social y del papel positivo que la cultura juega en ella.³ Por su lado, la cultura como dimensión constitutiva de la tradición de estudios en comunicación presenta como persistente un rasgo diferente: su carácter opaco y, a veces, velado. Este se aprecia tanto en una consideración de la cultura como instrumental o estructural o ingenuamente engañosa, como en una consideración de su potencialidad transformadora. Lo cual no implica que necesariamente se crea en una verdad/realidad más allá o más acá de la opacidad y los “engaños”, ni que se sepa hacia donde conduciría una tal “promesa”. Antes bien, de lo que se trata siempre en comunicación es de cierta repulsa a la positividad de la cultura.⁴ Esquematizando con dos ecuaciones (que, como todas, pueden tener de claro lo que tienen de injustas), podemos decir que para la antropología entender la cultura de los otros es entender el modo en que ellos mismos se entienden y

³ Hay elementos que se heredan del modelo antropológico clásico así como del culturalismo norteamericano, pero incluso en muchas de las aproximaciones materialistas este carácter funcional, a su modo, reaparece.

⁴ En esta dirección muestran su influencia algunos análisis materialistas de la cultura pero de manera más profunda es la teoría crítica y la filosofía de la cultura, de un lado, y la crítica literaria y la semiología, de otro, las perspectivas que modelan esta aproximación negativa a la cultura.

entienden su vida, mientras que para los estudios de comunicación entender nuestra cultura es entender el modo en que algunos logran “engañosamente” que otros se entiendan y entiendan “su” vida.

La referencia a la cultura compartida por la antropología y la comunicación muestra aspectos más fructíferos si revisamos el doble movimiento que en las últimas décadas enlazó precisamente los conceptos de “cultura” y de “comunicación”. Por un lado, se dio lo que podríamos llamar la *semiotización* del concepto de cultura. Desde aproximadamente los años cincuenta del siglo XX en la antropología adquieren una importancia creciente las aproximaciones a una noción de cultura que subraya su naturaleza comunicativa, es decir, “su carácter de proceso productor de significaciones” (Martín-Barbero, 1991: 228). Ello puede verificarse tanto en la línea de los trabajos pioneros en antropología simbólica y en los de Marshall Sahlins (1982; 1985), como en los trabajos de Geertz (1987; 1994) y en los de algunos antropólogos “posmodernos” (Clifford y Marcus, 1991), que recurren a una concepción fenomenológica del sentido. La preocupación por la dimensión comunicacional de la cultura ocupa a su vez una posición clave en la perspectiva que Lévi-Strauss (1969; 1987) inaugurara trabajando sobre una concepción estructuralista del significado. Vale destacar también el énfasis de Bourdieu y sus seguidores en la relevancia de los procesos de nominación y clasificación en la estructuración de la sociedad (Bourdieu, 1982; 1988; 1990; Bourdieu y Waquant, 1995), y en los modos de expresión (o mejor, configuración simbólica) de lo social en el “gran arte” y en la “cultura popular” (Grignon y Passeron, 1989), tanto como la propuesta de algunos antropólogos británicos de comprender las transformaciones en la esfera del pensamiento humano a partir de una historia de los medios y tecnologías de comunicación y de su control (Goody, 1977). Aun con las importantes diferencias que separan y hasta enfrentan entre sí algunos de estos autores y perspectivas, puede percibirse un fondo común dado por la preocupación general acerca de la dimensión comunicacional. “Cultura” fue consolidándose así como el campo en el cual y por el cual las sociedades (o sectores de ella) se dan las significaciones necesarias para su producción y reproducción.

Por otro lado, tuvo lugar un proceso complementario de *culturalización* de los estudios de la comunicación que tomó cuerpo con investigaciones y reflexiones sobre áreas consideradas ajenas hasta entonces. En el último cuarto del siglo XX las distintas perspectivas de análisis de la comunicación masiva venían enfrentándose a su incapacidad para resolver muchos de los problemas centrales que se planteaban. Los enfoques derivados de la teoría informacional, por ejemplo, chocaban contra la estrechez de una mirada que, en el fondo, seguía “tecnologizando” el proceso de comunicación y reduciendo su complejidad sociocultural. Los estudios críticos, a su turno, percibieron que la crítica ideológica de los medios masivos convertida en certeza teleológica podía transformarse en un obstáculo para comprender la densidad de lo cultural. En un texto ya clásico, Martín-Barbero señaló que “al dejar afuera el análisis de las condiciones sociales de producción del sentido, lo que el modelo informacional elimina es el análisis de las luchas por la hegemonía, esto es, por el discurso que «articula» el sentido de una sociedad” (Martín-Barbero, 1991: 223). Por otro lado, “de la amalgama entre comunicacionismo y denuncia lo que resultó fue una esquizofrenia, que se tradujo en una concepción instrumentalista de los medios de comunicación, concepción que privó a estos de espesor cultural y materialidad institucional” (*Ibidem*: 221). La culturalización de los estudios en comunicación representó entonces el esfuerzo por abandonar el encierro en pseudoespecificidades limitadas por medios, aparatos, transmisiones de mensajes y efectos (Williams, 1982), y fue la base para la promoción de los estudios de “comunicación/cultura” (Schmucler, 1997; Martín-Barbero, 1981) que reestructuraran radicalmente este espacio de conocimiento a mediados de la década de 1980.

A propósito de estos entrecruzamientos de problemas y teorías, las coordenadas señalan como un punto de especial importancia a los Estudios Culturales (EECC). Más allá de la

extensión, divulgación e institucionalización de los mismos a lo largo del mundo durante varias décadas, los EECC en su versión anglosajona tanto como en la versión latinoamericana (con lo que esta tiene de préstamos y reformulaciones de aquella pero también de producción autónoma) produjeron grandes avances en los diálogos antes descriptos y en el entrelazamiento de lo que presentamos como concepciones positivas (de la antropología) y negativas (de la comunicación) de la cultura. Por otra parte, el trabajo de algunos autores de América Latina, como de los más importantes representantes de los EECC británicos (Hoggart, 1971; Williams, 2000, 2001; Hall, 1980, 1984; entre otros), tuvo entre sus principales méritos y desafíos poner de relevancia el estatus de “objeto de estudio” de una serie de “objetos menores”, la mayoría de los cuales son reconocidos como propios de los estudios de comunicación: los medios masivos de comunicación, los medios alternativos, la literatura popular y la masiva, el ocio, los deportes y el uso del tiempo libre, el “mundo del espectáculo” en sus diversas aristas, etc. Desde luego, había antecedentes para esta valorización de objetos en los estudios de folklore, en muchos trabajos antropológicos volcados hacia la propia sociedad del antropólogo (hacia las “sociedades complejas”), en los trabajos sobre cultura popular, tanto en la tradición rusa como en la iniciada por Gramsci, etc. Pero los EECC lograron una legitimación abarcativa de preguntas y problemas que, entre otras cosas, articularon los aportes de estos precursores.

La cuestión de la legitimidad de los “objetos menores” es relevante porque muestra el espacio particularmente propicio para la sinergia y la retroalimentación disciplinar pero, a la vez, permite advertir en un nivel más empírico algunas de las dificultades para ello. Estas dificultades están dadas, del lado de la antropología, por el “no reconocimiento” de ciertos objetos. Este se pone de manifiesto, en términos generales, en la resistencia a observar (en todos los sentidos del término) la presencia insoslayable de los medios en el campo, en la cotidianidad de los sujetos estudiados, en contextos urbanos o rurales, en distintas clases sociales, más allá de las diferencias generacionales, etáreas, étnicas y otras. Estas dificultades no se completan, del lado de los estudios en comunicación, con un rechazo equivalente de otros objetos. El obstáculo aquí viene dado más bien por una presunción de novedad radical de ciertos objetos. Muchas veces las preguntas y problemas parecen ligarse a los medios de comunicación como una suerte de coartada epistemológica. Así, esta presunción de novedad pareciera (querer) ignorar la historia “gnoseológica” de los mismos, como parte de una ignorancia mayor de las condiciones socioculturales e históricas del objeto mismo (para poner un ejemplo simple: se actúa como si se pudiera estudiar “el fenómeno de los pastores electrónicos” desconociendo la tradición de estudios antropológicos sobre religión, y así con muchos “objetos” más).⁵

Sea como sea, y como observa Featherstone (2000), los mecanismos para la obtención de legitimidad de estos “objetos menores”, incluyendo el acceso a los circuitos en sede académica, ha contribuido a la multiplicación, descontextualizada y fragmentaria, advierte, de estudios sobre ámbitos y producciones relacionados con la cultura popular y masiva.⁶

⁵ Un recorrido similar, igualmente atravesado de intentos, avances y retrocesos podría construirse para el caso de la *interacción*, que aún dentro de esta dimensión general de “la cultura”, constituye un objeto/concepto específico en los intentos de diálogo entre la antropología y los estudios de comunicación. En una definición general, la interacción es o puede ser el foco de las preocupaciones tanto de una como de los otros. La vaguedad que caracteriza a este objeto/concepto, si bien conlleva cierta dispersión, podría convertirse en apertura a esos diálogos e intercambios, aunque hasta aquí ha llevado, en cambio, a un descuido en su atención o a su delegación a otras disciplinas o sub-disciplinas. Resulta significativo a este respecto que, con excepción de Goffman, la mayoría de los autores de la llamada “universidad invisible” (Winkin, 1984; Baylon y Mignot, 1996) sean poco trabajados y leídos en las carreras tanto de antropología como de comunicación social (en Argentina, al menos), y es particularmente llamativo, en este sentido, el oscurecimiento de la figura de Gregory Bateson.

⁶ Esta multiplicación ha sido generada, en el caso del medio universitario estadounidense, entre otras cosas por la orientación hacia los análisis culturales que privilegian sobremanera los sesgos de etnia, generación y género a los de clase, orientación que se vio favorecida, a la vez, por la apertura a líneas de financiamiento y subsidios para los estudios culturales locales. No obstante, queremos dejar claro que las divergencias entre los EECC británicos y europeos y los estadounidenses son mucho más profundas que las mencionadas en esta brevísima nota.

Indirecta, y acaso paradójicamente, la circulación de nuevos objetos de estudio produce una suerte de nivelación acrítica entre productos culturales, que deviene de desestimar, en el esfuerzo por su legitimación, las líneas de desigualdad social que los atraviesan (tanto en las instancias de producción, como de circulación y consumo).

Cultura: ¿y ahora qué?

La noción de cultura ha sido y es uno de los puntos de encuentro nutritivos entre la comunicación y la antropología. Sin embargo, los resultados de este encuentro todavía requieren elaboraciones específicas dentro de las cuales, incluso no pueden desconocerse, en este diálogo, los debates que se dan actualmente dentro de cada campo disciplinar alrededor del propio concepto de cultura. En ese sentido Grimson (2002) señala que dentro de la antropología se discute en este momento la productividad misma del concepto, y las posturas se polarizan entre quienes proponen abandonarlo, y quienes insisten en su vigencia. Los argumentos de los primeros resaltan las reificaciones a las que ha dado lugar el concepto de cultura, en sus radicalización respecto de la homologación cultura/raza/nación; los segundos, sugieren revisar y reubicar el concepto de cultura en el marco de la potencialidad que tendría para dar cuenta a la vez de las zonas de contacto donde los sujetos producen sentidos.⁷

Si la antropología, hoy, se está preguntando por la validez del concepto de cultura, la comunicación está atravesando por un momento en el cual, por el contrario, el concepto parece no exigir demasiadas reflexiones críticas. Saldado un primer debate (o remedo de tal), que permitió discutir, en los 80, la noción de cultura como el equivalente a un repertorio de bienes,⁸ a partir de ese momento se da por supuesto y por válido que la dinámica cultural subtiende una disputa por el sentido (lo cual podría traducirse, parafraseando a Hall, con la idea de que una lucha de clases se da en el plano de lo simbólico), y este presupuesto no se lo pone a prueba, antes bien, se lo propone como punto de partida. Pensamos, especialmente, en aquellas tradiciones teóricas que ubican la disputa por el sentido en términos dicotómicos y topográficos, acotando los términos del análisis a las relaciones entre la cultura letrada, y la iletrada o popular, o bien haciendo intervenir la noción de circularidad para resolver la disputa en términos de un espectro que abarca procesos de complicidad, negociación o resistencia.

Aún cuando se trate de una hipótesis productiva y significativa, en la medida en que restituye su espesor político a las tramas de la cultura, las investigaciones orientadas por esta perspectiva suelen poner la hipótesis del conflicto por delante del análisis, lo cual ‘aplana’ los resultados, porque impide ver lo que hay en común, lo que se comparte en una sociedad en términos culturales (lo que muchas veces señala, a pesar de los desencantos del analista, hacia las operaciones reproductivistas de los sujetos).

En términos del diálogo que el concepto cultura pretende habilitar entre la comunicación y la antropología, el problema puede reducirse entonces, parafraseando a Grimson (2002) al tránsito por una ciénaga. Por un lado, desde los debates que se están dando en el campo de la antropología, el concepto de cultura presenta interrogantes que aún no han sido saldados, referidos a los riesgos a los que están expuestos aquellos análisis que privilegian la mirada sobre la comunidad y los sentidos compartidos dentro de ella; por el otro, desde el silencio

⁷ Este debate es amplio y no es nuestra intención reponerlo aquí. Para ampliar ver, entre otros, Grimson (2002); Abu-Lughod (2005); Grimson y Semán (2005).

⁸ En diálogo con las líneas desarrolladas años antes por de Certeau (1996), pero también con la vertiente gramsciana donde abrevan los estudios culturales, Martín Barbero acierta a incorporar en esas filiaciones a la dimensión de la cultura masiva, promoviendo una agenda de investigación por ese entonces novedosa en el campo de la comunicación y la cultura. Ver el ya mencionado Martín Barbero (1991, 1981). Es injusto no nombrar también a otros investigadores, como Ford, Romano, Rivera, Schmucler, o Mata, entre muchos otros, que contribuyeron con sus aportes a delimitar el campo en Argentina. Un análisis más detallado de los aportes de estos autores puede encontrarse en Grimson y Varela (1999); Alabarces (2008), entre otros.

que habita el ámbito de la comunicación, ni siquiera se discute sino que se supone que la cultura es una arena de disputa y, partiendo de este presupuesto, se da por hecho que la única tarea del analista es entonces hallar las brechas por donde se cuelan operaciones de “resistencia” (aunque no se sepa bien de qué se trate esto) de los sujetos.

Nos parece que el concepto cultura señala, antes que solamente un espacio de conflicto o disputa por el sentido, una manera específica de comunicar esos sentidos. Entender a la cultura como “forma de interlocución de una época, como patrón compartido a través del cual se fabrican y exacerban las diferencias” (Grimson, 2002: 74), implica que allí, en los intentos de modificar todas o algunas de las dimensiones del campo de interlocución, está comprometida la agencia de los sujetos.

Teniendo en cuenta que en esta ponencia nos hemos propuesto presentar simples aportes “desprolijos”, fruto de intercambios asistemáticos, nos parece importante señalar una serie de cuestiones para comenzar a construir una perspectiva posible, que, como resultado de un diálogo “denso”, quisiéramos promover con estas notas.

Notas para una agenda de intercambio posible

En primer lugar, el diálogo debería comenzar por poner en cuestión las implicancias del concepto “cultura” en marcos de análisis empíricos concretos, antes que en producciones ensayísticas o especulativas de lo que “debería” considerarse como cultura. Si la antropología social y cultural nace de tener algo que escuchar (y observar), los estudios de comunicación heredan del campo ensayístico (marcadamente en el contexto argentino) la voluntad de tener algo que decir (y que mostrar). El trato dado en cada campo a sus sujetos/objetos de investigación es consecuente con estas respectivas marcas “de origen” (las cuales no se derivan de posturas éticas, sino de las condiciones sociohistóricas en que las preguntas de conocimiento se formulan). También con cada una de estas marcas de origen se relacionan algunos de los recurrentes riesgos metodológicos en cada campo: cierto empiricismo y cierta casuística en el caso de la antropología, cierta incapacidad de desmontar los propios preconceptos (“críticos”) en el caso de la comunicación.

En segundo lugar, y derivado de la primera de estas notas, creemos que sólo en la reconstrucción empírica es posible “hacer aparecer” la acción de los sujetos. Y esta acción entendida doblemente: como acción que es “producto” de la cultura, y a la vez como acción productora de cultura. En estos términos, el sujeto reaparece en la densidad del juego en el que se constituye como tal: construido por las significaciones, y a la vez activo constructor de significaciones. Si los estudios en comunicación aportan miradas específicas para observar las modalidades en que se ponen en circulación estructuras de significación que alimentan los imaginarios sociales, la antropología permite rescatar la acción de los sujetos en el encuadre de esos imaginarios. Y el diálogo entre ambas miradas habilita a pensar los mundos imaginativos (Geertz, 2000; Ortner, 2005) que se ponen en juego (se disputan, se comparten) en la vida social (en común).

Lo cual nos lleva a la tercera y última de las notas, que es la relacionada con los ámbitos donde “ir a observar” estos juegos. Porque entre la comunicación y la antropología, hay puentes o, al menos, áreas epistemológico-metodológicas donde algunos encuentros y cruces de caminos se han dado y donde, en consecuencia, como decíamos al comienzo, no hace falta inventar nada ni partir “de cero”, sino “sólo” fomentar lo hecho y promover las líneas de trabajo que tienden a esos encuentros y cruces. Colocados en el campo de la comunicación, el área que más claramente se ve es la que toma de la antropología el encuadre etnográfico como metodología (y como proyecto de conocimiento). En primer lugar, encontramos aquí las investigaciones de recepción de medios y las “etnografías de audiencias”, que no obstante haber tenido un momento de gran desarrollo en la segunda mitad de los ochenta y en los

noventa, se presentan algo descuidadas en los últimos años. Trabajos mucho menos numerosos pero (o quizá por ello mismo) de gran relevancia son lo que podríamos llamar “etnografías de la producción” mediática, que nos recuerdan que la complejidad sociohistórica y cultural no está solamente del lado de los públicos. Una aproximación etnográfica al proceso de producción, circulación y consumo de significados, *i.e.*, “ir a la gente” o reconstruir los puntos de vista de los actores, no puede significar únicamente ir a los públicos porque la producción tampoco existe sin los actores que producen. En tercer lugar, esta área puede completarse con lo que suele denominarse en los últimos años “etnografías de textos”, que nos muestra ya no un préstamo que puede tomar el campo de la comunicación sino un diálogo específico que es menester sostener acerca de qué diferencias, qué semejanzas, qué relaciones hay o puede haber entre una etnografía de un texto y una crítica textual de raigambre literaria o semiótica, qué herramientas pueden compartirse, etc. (Pensemos en la deconstrucción como estrategia de trabajo textual que tiene algo de hermenéutica filosófica, de crítica literaria, de lectura etnográfica que levanta las muchas voces que habitan un texto y pone en cuestión la autoridad monolítica del autor, etc.).

Otro conjunto de estudios apunta a la coexistencia de diversas dimensiones de prácticas de interacción entre un dispositivo y los sujetos. Estamos pensando en situaciones de intercambio simbólico no recíproco, sea en conjunto o individualmente, donde se producen desniveles en cuanto a los roles participantes del intercambio, como por ejemplo la ya citada recepción de medios, o el uso de las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación). En este caso se trata de desniveles que exceden una cuestión de poder en el sentido en que podrían pensarse las situaciones de interacción humanas. No es que en éstas no estén presentes cuestiones relativas al poder, sino que la situación de intercambio simbólico no recíproco implica una diferencia de posición dada por el lugar del sujeto en la relación: la de productor y la de consumidor.⁹ Los modos de abordaje de la antropología y aquellos de la comunicación son, en este caso, complementarios, con lo cual se establece entre ambas disciplinas un vínculo dialógico, de mutuo acercamiento, de un diálogo, en fin, de cuya salud da cuenta la profusa producción académica en este sub-campo.

Puentes

Habíamos hablado de puentes, antes de que muros, para señalar la productividad del diálogo del que venimos hablando.

Rossana Reguillo transcribe en un artículo (2006) un bello fragmento de un texto de Italo Calvino que dice así:

Marco Polo describe un puente, piedra por piedra.
 - ¿Pero cuál es la piedra que sostiene el puente? - pregunta Kublai kan.
 - El puente no está sostenido por esta o aquella piedra – responde Marco - sino por la línea del arco que ellas forman.
 Kublai permanece silencioso, reflexionando. Después añade:
 -¿Por qué me hablas de las piedras? Es sólo el arco lo que me importa.
 Polo responde:
 - Sin piedras no hay arco.

Italo Calvino, *Las ciudades invisibles*.

⁹ Más allá de que, como afirma de Certeau (1996), todo consumo señala hacia una operación que, aunque oculta y diseminada, produce cultura. Aún en este planteo las posiciones diferenciales mantienen su estatuto.

No fue nuestra idea describir sólo las piedras, sino apuntalar, en esa acción, el arco que sostiene el puente. Si hay elementos distinguibles en ese arco, y una dimensión de espacio y tiempo en común, estos refieren a aquellas situaciones cotidianas donde se despliega la rutinaria y contundente capacidad de los sujetos de producir cultura, de asignar y reasignar sentidos, de disputar el poder; también de reproducir el orden social, de consentir el poder, de resistir y de acomodarse. En fin, de atribuir sentido a las prácticas para vivir con otros.

Bibliografía citada

Abu-Lughod, Lila. 2005. "La interpretación de la(s) cultura(s) después de la televisión" (57-90). En: *Etnografías contemporáneas*. Año 1, n° 1, abril. Buenos Aires.

Alabarces, Pablo (en colaboración con Valeria Añón y Mariana Conde). 2008. "Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina". En: Pablo Alabarces y María Graciela Rodríguez (Comp.), *Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Paidós.

Baylon y Mignot, 1996. *La comunicación*. Madrid: Cátedra.

Bourdieu, Pierre. 1982. *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Paris: Fayard.

_____ 1988. *Cosas Dichas*. Buenos Aires: Gedisa.

_____ 1990. *Sociología y Cultura*. México: Consejo Nacional para la Cultural y las Artes / Grijalbo.

Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc. 1995. *Respuestas por una Antropología Reflexiva*. México: Grijalbo.

Clifford, James y Marcus, George. 1991. *Retóricas de la Antropología*. Guijón: Júcar.

Geertz, Clifford. 2000. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Goody, Jack. 1977. *The domestication of the savage mind*. London: Cambridge University Press.

Grignon, Claude y Passeron, Jean-Claude. 1991. *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Grimson, Alejandro. 2002. "Las sendas y las ciénagas de la 'cultura'. La antropología y los estudios de comunicación" (55-75). En: *Tram(p)as de la comunicación y la cultura*, Año 1, n° 1, abril/mayo. La Plata.

Grimson, Alejandro y Semán, Pablo. 2005. "Presentación: la cuestión 'cultura'" (11-22). En: *Etnografías contemporáneas*, Año 1, n° 1, abril. Buenos Aires.

Grimson, Alejandro y Varela, Mirta. 1999. "Recepción, culturas populares y política. Desplazamientos del campo de comunicación y cultura en la Argentina". En: *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires: Eudeba.

Hall, Stuart. 1980. "Encoding/Decoding". En Stuart Hall *et al.* (eds.), *Culture, media, language*. Londres: Hutchinson.

_____ 1984. "Notas sobre la deconstrucción de lo popular". En: Samuels, R. (ed.), *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.

Hoggart, Richard. 1971. *La cultura obrera en la sociedad de masas*. Barcelona: Grijalbo.

Lévi-Strauss, Claude. 1969. *Las estructuras elementales del parentesco*. Buenos Aires: Paidós.

_____ 1987. *Antropología Estructural*. Buenos Aires: Eudeba.

Martín-Barbero, Jesús. 1981. "Prácticas de comunicación en la cultura popular", en *Comunicación alternativa y cambio social en América Latina*. México: UNAM.

_____ 1991. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.

Ortner, Sherry. 2005. "Geertz, subjetividad y conciencia posmoderna" (25-53). En: *Etnografías contemporáneas*, Año 1, n° 1, abril. Buenos Aires.

Sahlins, Marshall. 1982. *Uso y abuso de la biología*. Madrid: Siglo XXI.

_____ 1985. *Islands of History*. Chicago: The University of Chicago Press.

Schmucler, Héctor. 1997. "La investigación (1982): un proyecto comunicación/cultura", en *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos.

Williams, Raymond. 1982. *Cultura. Sociología de la cultura y del arte*. Barcelona: Paidós.

_____ 1982. "Las comunicaciones como ciencia cultural". En: Bigsby, C. W. E., *Examen de la Cultura Popular*. México: Fondo de Cultura Económica.

_____ 2000. *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península/Biblos.

_____ 2001. *Cultura y Sociedad*, Buenos Aires: Nueva Visión.

Winkin, Yves. 1984. "Presentación General". En: Winkin, Yves (comp.), *La Nueva Comunicación*. Barcelona: Kairós.