

La société de communication et ses acteurs.

A. Touraine, 2021. Paris: Seuil.

El sociólogo galo de renombre internacional Alain Touraine acaba de publicar su último libro, titulado *La société de communication et ses acteurs*, en la editorial Seuil. En esta obra, el autor desea analizar la sociedad de la comunicación y sus actores, en lugar de centrarse en el estudio de los Estados y de los regímenes políticos. Esto implica adentrarse en las sociedades modernas, «es decir las que han adquirido una fuerte capacidad de transformarse a sí mismas a través de la inversión productiva» (p. 12). Estas sociedades son conscientes de que se enfrentan a los límites impuestos por la naturaleza y saben que solo conseguirán sobrevivir modificando considerablemente sus comportamientos (p. 13). Asimismo, se encaran a un incremento notable de las desigualdades socioeconómicas, tras conocer un período de retroceso de estas después de la Segunda Guerra Mundial (p. 13).

La modernidad, según Touraine, se caracteriza por tres elementos principales: «[...] la transformación del entorno a través de [sus] instrumentos y conocimientos; la capacidad de la sociedad para generar una imagen de su propia creatividad y de su conciencia de sí misma; unos conflictos entre pudientes y

trabajadores independientes» (p. 14). Por lo cual, la tarea que incumbe al pensador consiste en «describir la forma particular que estos tres elementos básicos toman en la sociedad en la que vivimos» (p. 14). En materia de creatividad científica y técnica, nos dice el investigador galo, «vivimos en una sociedad de información, creada por una revolución digital» (p. 14). En cuanto a la oposición entre pudientes y no pudientes, las grandes empresas dominantes ya no se inscriben en Estados nacionales, sino que constituyen «potencias globales mundializadas» (p. 15).

En este contexto, ciertos actores se convierten en actores totales, en la medida en que actúan en los ámbitos políticos, económicos, sociales, pero también culturales y, más precisamente, mediáticos (p. 15). De hecho, en una sociedad de comunicación como la nuestra, la relación entre los seres humanos predomina, lo que tiene ciertas consecuencias. Por ejemplo, «es preciso [ofrecer] un estatus elevado y [proporcionar] una formación [adecuada] a aquellos que asumen las más importantes funciones de comunicación» (p. 16). Tres ámbitos están especialmente concernidos: la sanidad, que ha conocido notables avances y a la que la opinión pública concede una gran importancia; la educación, especialmente aquella ofrecida a los menores, y las relaciones interculturales en un mundo globalizado, donde la movilidad de las

personas y los intercambios aumentan considerablemente (p. 17).

Para Touraine, la sociedad de la comunicación se distingue por el lugar que ocupan las mujeres (p. 19). Dado que «las chicas reciben, en general, una educación más larga que los chicos, [trasciende] que las mujeres están mejor preparadas que los [hombres] para enfrentarse a las capacidades requeridas por los medios de comunicación, y, en particular, en materia de comprensión de las emociones, de los sentimientos y, por lo tanto, de las interacciones» (p. 20). Los migrantes ocupan, igualmente, un lugar preponderante, en un contexto marcado por la mundialización.

En la primera parte del libro, el sociólogo francés observa que la introducción del tema de la comunicación «en el pensamiento social [ha sido realizada] por la filosofía, y, sobre todo, por la reflexión crítica llevada a cabo en la Escuela de Frankfurt» por Jürgen Habermas (1987; 1989), como consecuencia de «un deseo, a la vez intelectual y político, de liberarse del pesimismo histórico e ideológico heredado [...] de los creadores del Instituto» (p. 27). Resulta, asimismo, de su voluntad de «interrogarse tanto sobre las prácticas como sobre la crítica, lo que ha llevado Habermas a volver a Kant» (p. 27). Posteriormente, «unos trabajos propiamente sociológicos han estudiado la [creación] de una economía de la información y de la comunicación, consecutivamente a

la [mutación] iniciada por la revolución informática» (p. 27).

Con el advenimiento de la sociedad de comunicación, estudiada por Manuel Castells (1996; 2009), la sociedad se define por la relación que mantienen los seres humanos entre sí (p. 28). A ese propósito, la comunicación está desvinculada del mundo técnico, ya que da cuenta «de un universo de relaciones entre actores sociales que están, a la vez, unidos y transformados por unas informaciones [producidas] por sus propias relaciones» (p. 28). En ese sentido, mientras que la información alude a aspectos económicos y técnicos, la comunicación tiene un componente social, dado que hace referencia a unos actores sociales (p. 28). Por lo tanto, se trata de valorar las relaciones entre los actores sociales, lo que moviliza a todos los aspectos de sus personalidades respectivas, con sus conocimientos, sentimientos, emociones, y voluntades de actuar (p. 29). En semejante panorama, los medios de comunicación adquieren una importancia relevante (p. 29).

En la sociedad hipermoderna, nos dice el autor, es preciso distinguir la comunicación y el aparato técnico-científico, porque «una cosa es la automatización, la robotización, la inteligencia artificial, y, otra, la comunicación [interpersonal,] donde los locutores [son] actores que comprometen la totalidad de su personalidad» (p. 29). En esa óptica, «la idea de comunicación hace un

llamamiento a la unidad del individuo contra todas las formas de modernidad que se han dirigido a un aspecto particular [de la persona]» (p. 30).

Asimismo, «los sistemas de comunicación, las redes sociales [y los medios de comunicación] se han multiplicado a través del mundo. Son unas redes globales» (p. 31). En ese sentido, la globalización ha supuesto una transformación en profundidad, en la medida en que «relativiza la importancia de los Estados-nacionales, lugar [preferente] de la identificación colectiva» (p. 31). Desde el punto de vista sociológico del mundo de la comunicación, la globalización alude «al conjunto de procesos e iniciativas [...] para ascender hasta el nivel mundial las creaciones, los conflictos, las alianzas, las aplicaciones y las reglamentaciones» (p. 31). Por lo cual, el reto consiste en «permitir, fomentar pero también a menudo impedir la comunicación entre el mayor número posible de formas de vida [experimentadas] y los sistemas mundiales, de manera que las razones profundas, el significado general de un problema social, que se inscribe también en una dimensión mundializada, pueda ser comprendida» (p. 31).

Vivimos hoy en día, a nivel mundial, unos movimientos de población de gran magnitud. «La globalización nos invita a comprender los fenómenos de migración en toda su complejidad» (p. 32). Esto implica pasar de

un conocimiento desarrollado a nivel estatal a un conocimiento situado a nivel mundial, ya que «cualquier hecho social, local o regional, debe ser considerado en virtud de sus orígenes y de sus manifestaciones a nivel mundial» (p. 34). La dificultad consiste en «establecer las cadenas de acontecimientos, decisiones, declaraciones y violencias, mientras que la distancia entre la conciencia de los actores locales y la implicación de sus comportamientos es cada vez más grande a causa [...] de la mundialización» (p. 35).

La mundialización de la vida sociopolítica en la mayoría de los países es «un fenómeno [esencial] que no tiene equivalente en los períodos [históricos] anteriores» (p. 36). Esto implica que exista un conjunto de problemas comunes a la humanidad que debe tomar el paso sobre los demás cuando se abordan las cuestiones de desigualdad o de dominación de ciertas categorías. Esto supone, asimismo, pasar de una modernidad limitada a una modernidad generalizada (p. 36). Para el autor, «los temas de la comunicación y de la mundialización son, no solamente complementarios, sino que determinan, a través de su unión, el paso de [...] la idea del [ser] natural, [de la persona] creada por la naturaleza, al [ser] creado, interpretado por sí mismo» (p. 37). De hecho, el mundo hipermoderno se caracteriza por el descubrimiento por el ser humano de que «es el creador, no solamente de sí mismo,

sino también de todo» (p. 38). Por lo cual, el precio que pagar para entrar en la sociedad de la comunicación es idéntico al precio que pagar para entrar en la sociedad mundializada. «Se trata, en ambos casos, de renunciar a todo lo que [alude a las] “jerarquías naturales”» (p. 39).

En esa sociedad de la comunicación, la subjetivación se convierte en una tarea difícil, sabiendo que la subjetivación «no es una esencia, un ser, un orden; [sino que] es una acción, es un movimiento» (p. 42). La subjetivación, nos dice Touraine, es «la reflexión sobre la acción creadora de los seres humanos que, no solamente constatan que crean unos objetos, sino que se vuelven sobre sí mismos y se dan cuenta de que son los creadores del mundo concebido por la conciencia y la búsqueda de los derechos del sujeto humano» (p. 42). Además, «la conciencia de sí mismo como creador de uno mismo, solo se elabora y se convierte en capacidad de acción a través del descubrimiento de la experiencia práctica proveniente de la lucha contra todas las dominaciones» (p. 44).

Touraine hace un llamamiento a favor de la subjetivación directa y completa. «Es el carácter global, total de los poderes que rigen los imperios y las sociedades de hoy en día que nos obliga a defender los derechos de los sujetos humanos [...] de manera aún más total y global» (p. 46). A su entender, se trata de analizar y fomen-

tar las luchas por la subjetivación. Es cuestión de «permitir que cada [uno] sea creador de sí mismo y un transformador de sus comunicaciones, de sus relaciones con los otros miembros de la comunidad humana, y, por lo tanto, de adquirir una visión global, creadora, total» (pp. 46-47).

De hecho, en las sociedades hipermodernas, el poder se convierte en total porque estas sociedades de la comunicación están cada vez más integradas en unos conjuntos mundiales y estos requieren de los dirigentes unas cualidades excepcionales en materia de comunicación (p. 52). Hoy en día, «en las sociedades complejas [...], el Estado debe asegurar su presencia ante la opinión pública a través del uso de los medios de comunicación que irrigan la vida social» (p. 53). Frente al poder total, que respeta cada vez menos la separación de poderes, se requiere «una gran fuerza de creación, de comunicación y de expresión» (p. 55).

Asimismo, las sociedades de la comunicación se enfrentan a la proliferación de las *fake news*. Para Touraine, «ese cuestionamiento de la idea de verdad es mortal [...] porque se trata de la destrucción de la confianza en la verdad, en la información [y] en la comunicación, es decir, [supone] un ataque directo a la democracia, régimen que se apoya en la afirmación de los derechos, hechos y verdades» (p. 57). Más allá, se produce un incremento de la falta de respeto hacia las reglas y las

leyes que organizan la vida social (p. 57). Si se cuestiona la veracidad de la información, no hay libre discusión ni acuerdos posibles (p. 57).

De la misma forma, se observa, hoy en día, «una tendencia a la apropiación de la modernidad por las categorías dirigentes o dominantes, bajo la forma de privilegios y otras ventajas. Repliegue en la violencia, por un lado, a fin de proteger las ventajas adquiridas; [y] fomento del trabajo poco cualificado, del otro, a fin de mantener unos bajos niveles de remuneración» (p. 61). En efecto, los trabajadores de ejecución constatan que «el crecimiento del producto nacional, [como consecuencia] de la mejora de la productividad, solo les beneficia en una proporción cada vez más reducida» (p. 63). Si estos trabajadores reconocen el carácter redistributivo de los sistemas de protección social, constatan que el acceso a la decisión y la capacidad para hacer valer sus propias demandas, sus propios gustos y sus propias iniciativas son cada vez más reducidos (pp. 63-64). Sus experiencias vivenciales los conducen a «considerar que no se benefician de un justo reparto de la riqueza creada» (p. 64).

En ese sentido, el movimiento de los chalecos amarillos en Francia, «es decir de un movimiento masivamente pre y posindustrial, es un cuestionamiento de la clase política, lo que da cuenta de un gran descontento hacia aquellos que ejercen el poder total»

(p. 64). Ese movimiento no da cuenta de una conciencia de clase, como en la época de la sociedad industrial, sino de una conciencia global de retroceso, alienación e incluso deshumanización, porque el poder total orienta prioritariamente hacia las categorías dirigentes y dominantes todos los frutos de la producción. En semejante contexto, el conflicto se convierte en general (p. 64). «La sensación [generalizada] de los de abajo, es la de estar privados de todas las formas de acceso a la civilización, de los ámbitos más nobles del conocimiento, al provecho de los más [formados], mejor organizados, más influyentes, de aquellos que son capaces de [conseguir] por sí mismos las rentas más [altas] y de acceder plenamente a la cultura» (p. 65). Ante semejante panorama, Touraine estima necesario reconsiderar la dimensión conflictiva de las sociedades contemporáneas y «reubicar los movimientos sociales, [actuales y futuros,] en la genealogía de aquellos que han marcado las etapas sucesivas de la modernidad» (p. 66).

Asimismo, el autor indica que «una sociedad puede ser percibida desde el interior, a través de las relaciones que mantienen sus miembros entre sí, en la lucha por el poder económico o la definición del modelo de modernidad [...], pero puede serlo igualmente desde fuera, en particular cuando lucha por la independencia o debe hacer frente a una crisis que amenaza su superviven-

cia» (p. 73). Desde una óptica externa, «cuando un país es un ser esencialmente colectivo o es el instrumento de un principio trascendente de legitimidad, el poder [es] nacional, religioso o personal, en lugar de ser social, que sea de forma monárquica, oligárquica o democrática» (p. 73). Desde el punto de vista interno, es decir, propiamente social de un país, es preciso «detenerse en el movimiento, la vida, las relaciones y los conflictos sociales. Por lo cual, está a la búsqueda de los actores y los movimientos sociales propios a esta nueva sociedad» (p. 75).

No en vano, si los tres componentes de las conductas y de los pensamientos sociales, sean políticos, económicos o culturales, son interdependientes, tienden a separarse, constituyendo un sistema poco integrado (p. 77). Ese distanciamiento propicia la emergencia de una conciencia de sí mismo (p. 77). A medida que avanzamos en la modernidad, la conciencia de ser un actor de esa modernidad se incrementa e inspira la experiencia vital de los seres humanos (p. 84). Si en las sociedades industriales, las personas «eran, a la vez, los creadores y las víctimas de su situación, actualmente, son ante todo los responsables [de esta]» (p. 84).

En la segunda parte de la obra, el autor observa que se ha producido un cambio científico relevante, dado que «la ciencia experimental apoyada en las tecnologías de la comunicación y de

la imagen, nos hace descubrir, hoy en día, [...] el funcionamiento de nuestro cerebro. Esta nueva ciencia [...] sustituye progresivamente, a la concepción jerarquizada de las funciones del espíritu y del cuerpo humano, un enfoque sistemático [y] global» (p. 109). Gracias a los avances de las neurociencias, «el ser humano deja de estar concebido como el triunfo de la razón sobre las demás funciones del espíritu y del cuerpo, [para serlo] como un ser completo cuyos componentes actúan como otras tantas partes del sistema completo» (p. 109). El gran cambio concierne a «la sustitución del mundo de la razón por unas concepciones provenientes del mundo de la comunicación» (p. 110).

Hoy en día, prevalece «una separación cada vez más completa entre el mundo de la información [...] y el mundo de la comunicación» (p. 110). La comunicación «es el conjunto de conductas creadas por la interacción de nuevas informaciones, que estas informaciones estén destinadas a unos individuos o grupos, o que estén difundidas a colectivos en los cuales [provocan], por el estudio o por la aplicación de sus resultados, unas modificaciones fundamentales» (p. 110). Conviene precisar que «la comunicación no es solamente una cuestión de razón; [sino que es también] una cuestión de emociones, sentimientos y afectos. Comunicar es transmitir una información, pero es también convencer, explicar,

emocionar, suscitar reacciones a través de interpretaciones» (p. 111).

Touraine distingue tres características fundamentales de la sociedad de comunicación. En primer lugar, «hemos pasado de una sociedad de producción a una sociedad de comunicación que es de naturaleza completamente distinta» (p. 112). En segundo lugar, «el aspecto más espectacular de la sociedad de comunicación [estriba en su carácter] mundializado [...]. Esto modifica en profundidad nuestra visión del mundo y nuestras prácticas» (pp. 112-113). En tercer lugar, «en la sociedad de comunicación, los actores, tanto dominantes como dominados, deben aprender a interactuar, no solamente en los ámbitos políticos y económicos, sino también culturales [y, más concretamente,] mediáticos» (p. 113).

La comunicación moviliza en mayor medida factores afectivos que racionales. De hecho, «la dimensión íntima marca indudablemente la entrada en el ámbito de las comunicaciones entre sujetos, es decir unas comunicaciones que llevan en sí mismas su propio significado y su propia recompensa, y que, por consiguiente, parecen escapar al control ejercido por los dirigentes políticos o económicos, e implican directamente la parte de la vida mental más espontánea, más libre, más cargada de significados profundos para los individuos» (p. 113).

Esto significa que “la comunicación no se reduce jamás a la transmisión

de informaciones definidas racionalmente. Interviene la relación entre el emisor y el receptor, la relación del emisor con el público al que se dirigen los medios de comunicación de masas” (p.115). En efecto, “la actividad comunicativa aspira, ante todo, a convencer, seducir [e] informar” (p.116). Además, “el mundo de la comunicación está completamente globalizado, lo que significa que la creación de la comunicación y de la transmisión de información son el hecho de productores mundiales” (p.116).

Todo ello influye en la condición femenina, ya que las cualidades necesarias a la transmisión de información, infravaloradas en la sociedad industrial, son valoradas en la sociedad de comunicación, dado que las cualidades afectivas contribuyen al éxito del mensaje (p. 116). Así, nos dice Touraine, «el período que se abre se anuncia mucho más favorable a las mujeres» que aquel predominado por la racionalización industrial (p. 116). El hecho de que «las “cualidades femeninas” jueguen un rol esencial en la comunicación de las informaciones implica que la situación de las mujeres se limita cada vez menos a la esfera de la reproducción y a la sumisión a la dominación masculina» (p. 117). No en vano, «ese movimiento de liberación se ha producido tan recientemente que está lejos de haber modificado en profundidad nuestras sociedades» (p. 128).

En la tercera parte, el autor constata que la mundialización se acompaña de la formación de superpotencias mundiales, «lo que provoca lógicamente una pérdida de influencia o de independencia de la mayoría de los Estados nacionales» (p. 135). El mundo actual está claramente dominado por dos potencias que son Estados Unidos y, en menor medida, China. En una sociedad de la comunicación, estas superpotencias aspiran a ejercer un poder total que concierne tanto los ámbitos militares, políticos y económicos como el ámbito cultural, lo que implica movilizar, a la vez, «las palabras, las imágenes, los sonidos y las músicas a fin de comunicar a nivel mundial» (p. 138).

Esto se acompaña de una reticencia creciente hacia los migrantes. De hecho, las sociedades actuales son cada vez menos acogedoras hacia ellos. «La situación de conflicto cultural es [...] agravad[a] por la tendencia a la mezcla de las poblaciones. Por lo cual, lo que podría ser una oportunidad de encuentro y de descubrimiento mutuo, se convierte, cada vez más frecuentemente, en [una] ocasión de entrar en conflicto abierto y de practicar [...] la exclusión» (pp. 144-145). Se han producido reacciones de rechazo, cuyo fundamento es más cultural que socioeconómico, en todos los países de acogida. «Ha tomado una forma extrema en los Estados Unidos de Donald Trump, pero también en la Francia de las últimas déca-

das» con el auge de la extrema derecha (p. 147). De hecho, en las sociedades globalizadas, «los conflictos, sean cuales sean, tienden a adquirir una dimensión cultural y simbólica. [De ahí proviene] la intensificación de la violencia, la exclusión, los prejuicios por motivos religiosos, culturales o [...] lingüísticos» (p. 145).

A su vez, la globalización de los conflictos «conduce [...] a sustituir a una definición precisa del adversario, una perspectiva menos social que política; es también más subjetiva en lo que [concierna a la propensión] de la gente de arriba a abandonar a la gente de abajo en un período de gran dificultad» (pp. 157-158). A menudo, «esa sensación de abandono conduce a aquellos que se sienten relegados a identificarse a la nación, al Estado y, más precisamente, a la ciudadanía» (p. 162). Así, «los chalecos amarillos no han tomado conciencia de sí mismos como clase social, sino como representantes de la Francia pobre, de la Francia abandonada», lo que explica la virulencia de los ataques contra la clase política (p. 162). «Esta Francia de abajo, pobre y que sufre una falta de emprendedores teme que los dirigentes del país tengan la tentación de abandonar las regiones pobres para salvar las poblaciones que viven en las grandes metrópolis y en las costas» (p. 163).

Por último, nos dice Touraine, «vivimos cada vez más en el presente, tiempo del consumo, por lo tanto, de

la dependencia hacia unos sistemas de poder y de decisión sobre los cuales no ejercemos, individualmente y colectivamente, prácticamente ninguna influencia. En ese tiempo presente, [...] nuestros orígenes tienden a ser sacralizados» (p. 167). Para el autor, el reto consiste en entrar «en una era nueva y dinámica de producción, de transformación del mundo: se trata de crear, de concebir y de aplicar una visión de sí mismo como un creador libre y responsable, como sujeto humano, a través de estos conflictos» (p. 168). No en vano, uno de los principales obstáculos consiste en «la dominación sin contrapartida de la cultura económico-científica: está en el origen de la [incapacidad de] pensar y actuar [en defensa] de sus convicciones. A ese propósito, actúa como una fuente de desobjetivación» (p. 168).

Al término de la lectura de la obra *La société de communication et ses acteurs*, es preciso reconocer la capacidad del autor para identificar y designar los tipos de sociedad que emergen y los conflictos centrales que los estructuran. Lo hace retomando sus principales conceptos (modernidad e hipermodernidad, sujeto y subjetivación, movimiento social y conciencia de sí mismo), relacionándolos con temas de actualidad (populismo, feminismo, movimiento de los chalecos amarillos), demostrando su amplia cultura en humanidades y ciencias sociales, recurriendo a ejemplos de varios países, y

haciendo gala de un innegable talento a la hora de escribir en un estilo fluido y de utilizar una terminología comprensible.

No en vano, de cara a matizar la valoración de esta obra, aporta pocas novedades con respecto a los libros anteriores del autor (Touraine, 2013; 2015; 2018), no profundiza suficientemente en el objeto de estudio (la sociedad de la comunicación y sus actores), tiene cierta propensión a alejarse de este, tiende a pasar de una idea a otra sin detenerse suficientemente en cada una de ellas, abusa de ciertas generalidades, acostumbra a confundir visión analítica y perspectiva normativa, y peca de optimismo al mezclar a veces sus deseos con la realidad, en lo referente a la emancipación de las mujeres por ejemplo.

A pesar de ello, la lectura de una de las grandes figuras de la sociología internacional se antoja ineludible al ser estimulante.

Bibliografía

- CASTELLS, M. (1996). *La société en réseaux*. Paris: Fayard.
- CASTELLS, M. (2009). *Communication et pouvoir*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- HABERMAS, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- HABERMAS, J. (1989). *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra.

TOURAINÉ, A. (2013). *La fin de sociétés*. Paris: Seuil.

TOURAINÉ, A. (2015). *Nous, sujets humains*. Paris: Seuil.

TOURAINÉ, A. (2018). *Défense de la modernité*. Paris: Seuil.

TOURAINÉ, A. (2021). *La société de communication et ses acteurs*. Paris: Seuil.

EGUZKI URTEAGA