

CC
AI
1250

**NUEVAS PRESENCIAS, VIEJAS CONFIGURACIONES
ACTORES SOCIALES Y ESCENARIOS DE LA COMUNICACION**

Rossana Reguillo
rossana@publico.com.mx

Ponencia Magistral presentada en el X Encuentro CONEICC, "Comunicación a la luz del milenio. 1999 retrospectiva y prospectiva de la comunicación". 3-5 de marzo de 1999, Colima, Colima.

NUEVAS PRESENCIAS, VIEJAS CONFIGURACIONES ACTORES SOCIALES Y ESCENARIOS DE LA COMUNICACION

Rossana Reguillo¹

En Occidente, sin embargo, hemos heredado un testimonio autoritario que siempre ha visto con horror la fragmentación y la movilidad culturales. Al repudiar los tempos y culturas discontinuas de la ciudad, el comercio y la modernidad, esta tradición crítica ha buscado de manera perseverante alternativas radicales en la supuesta continuidad de las culturas populares, en las costumbres «auténticas» y en las comunidades «genuinas».

Iain Chambers

A los jóvenes, centro de mis reflexiones y de mis esperanzas.

Es inevitable, por más que se intente escapar al clima milenarista que marca el reloj occidental, estamos atrapados por una serie de rituales de introspección que demandan la revisión de lo que ha sido y lo que será, desde el umbral de un presente en crisis. Sin embargo, más allá del simulacro que puede representar la utilización del 2000 como pretexto de sentida constricción, arrepentimientos varios y promesas de cambio, hay en estos momentos, razones de peso para intentar una revisión de fondo de los saberes, sentimientos y procederes que nos han

¹ Profesora-investigadora del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Profesora Titular del Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO.

traído hasta esta orilla de la historia y parecen colocarnos ante la falsa disyuntiva de conservarlo todo o todo transformarlo.

Si en el final del siglo XIX se desencantaron las imágenes religiosas del mundo, el siglo que termina, nos deja varios desencantos y muchas interrogantes: la ciencia y la técnica propias de la sociedad industrial del siglo XX, se enfrentan al cuestionamiento y a la crítica por las promesas incumplidas; los sistemas políticos tradicionales caen en el descrédito y se ven rebasados por la sociedad; las imágenes que definieron los roles masculinos y femeninos no se corresponden ya con la organización social del mundo actual; los grandes medios de comunicación le disputan a las instituciones tradicionales el papel protagonista en los procesos de socialización y se constituyen en los espacios claves de la política; la precarización del empleo, el aumento brutal de las desigualdades; el regreso de fundamentalismos de muy distinto cuño y la sensación generalizada de que "el tiempo se acaba", son elementos todos, que configuran el territorio

más allá de la catástrofe o del apocalipsis-, desde el cual hay que plantear las preguntas urgentes de la comunicación.

Quiero pues proponer un ejercicio, acercarnos a estas preguntas mirando a los actores, es decir a la gente, a las instituciones, a los movimientos sociales y a los escenarios que son simultáneamente el marco y la condición de la acción comunicativa y que en esta mirada nos deslicemos en el tiempo como Penélope, la esposa de Ulises, haciendo y deshaciendo la labor, no como quien se entrega al destino fatal de la espera, sino como quien es capaz de suspender el tiempo, para retener creativamente el pasado e imaginar el futuro y para ello se adueña del presente sin ceder al chantaje de sus "pretendientes", es decir, el olvido.

Se trata, en síntesis, de mirar en torno a quienes y sobre qué lugares, la comunicación, como espacio de entrecruces entre saberes, prácticas y oficios, ha ido construyendo el mapa de sus preguntas. Para ello, es necesario explicitar las coordenadas que orientan este viaje.

En primer término, no es para nada obvio que preguntarse por los actores y los escenarios de la comunicación tenga sentido. ¿Por qué plantear esta pregunta, por qué no otra? Aunque las respuestas unívocas son peligrosas y pueden resultar autoritarias, me parece que una explicación al sentido de esta pregunta, pasa centralmente por la preocupación en torno a dos elementos, que en este fin de siglo, se constituyen en los ejes centrales de la transformación social: la "gente" y el espacio. Proponer una reflexión en torno a estos aspectos, es aceptar el desafío que, una sociedad en acelerados procesos de reconfiguración y las radicales transformaciones en nuestra concepción del espacio, es decir, del mundo como síntesis de personas, eventos y lugares, le plantean a la comunicación. Así pues, sociedad y mundo como espacio de posibilidad de los acontecimientos, se articulan al tercer elemento de nuestra cartografía: el tiempo, al que entenderemos de una manera simplificada como "el transcurso y sucesión de acontecimientos y de su trama" (Santos, 1997).

Una segunda cuestión, es la necesidad de enfatizar que el tiempo, el espacio y la organización social, son construcciones históricas, por tanto culturales, lo que supone que las preguntas que aquí nos formulamos, ustedes y yo, están necesariamente ancladas en una manera de entender y de nombrar el mundo. Sin embargo, cuando pensaba en la composición mayoritaria de este auditorio, se me aparecía de manera recurrente la espléndida película de Adolfo Aristarain, "Martín (Hache)", y recordaba la imposibilidad de comunicación entre padre e hijo, cuando el primero recurría a las formas convencionales de la escritura (una carta) para hablar con su hijo de sus fracasos y de sus miedos; mientras Martín, le entregaba un video en el que le hablaba al padre de su tristeza, su desasosiego, su esperanza. ¿Será entonces que este tiempo-mundo, del que hablan los grandes pensadores contemporáneos nos coloca ante la emergencia de sensibilidades múltiples y de la coexistencia simultánea de formas de comprensión y comunicación que no encuentran su escenario de convergencia y la posibilidad de una palabra colectiva?. Esto, sin duda, forma parte de las interrogantes que hoy desvelan a muchos pensadores y a más educadores. Pero,

sin adelantar la discusión, lo que es claro es que el proceso a través del cual se ha venido construyendo el conocimiento en el campo de la comunicación, es necesariamente histórico, aunque hoy enfrentemos la encrucijada de los cambios en la transmisión del saber. El problema no radica tanto en el "qué" contarles", sino en "cómo" contarles a las generaciones de relevo, lo que han sido los proceso de configuración del campo de la comunicación.

Una tercera cuestión, es que resulta, analíticamente hablando, imposible separar a los actores de los escenarios, en tanto que uno y otro se corresponden. Ninguna acción social se desarrolla en el vacío, por fuerza se verifica en unos marcos (reales o virtuales) que acotan, definen, prescriben y a veces proscriben, el tipo de acción válida al interior de sus límites (los "antros" exigen unos comportamientos y suponen unas prácticas que no serían válidas al interior de un templo o de un salón de clases o de un auditorio como este). Lo que nos lleva a otra cuestión, los escenarios no son neutros, ni flotan en el aire, están vinculados a lo que llamaremos aquí instituciones sociales: el Estado, las iglesias, la familia, el mercado, los medios de comunicación, etc. Eso significa que plantearnos la pregunta por los escenarios, nos lleva necesariamente a interrogarnos sobre las formas de organización social que producen escenarios para la acción y que sólo desde una posición absolutamente idealista podrían pensarse como desanclados en el tiempo y en el espacio, lo que no significa que los escenarios no puedan ser efímeros y cambiantes.

En el fondo, lo que todo esto significa es que el tema que nos ocupa es centralmente político.

La vieja configuración de los nuevos escenarios

Si algo puede afirmarse con relativa certeza en el umbral del nuevo milenio, es el de la paulatina pero constante transformación, deslizamiento y desdibujamiento de los escenarios tradicionales de la vida social. La política, por ejemplo, se escapó de los recintos sagrados del poder (el palacio, el congreso, el sindicato, el

partido) y estalló en distintos lugares, la calle, la televisión, la casa, haciendo emerger un conjunto de actores sociales cuya novedad reside en el modo en cómo estos nuevos actores se apropiaron de la palabra incautada y de algunos de los símbolos administrados por el poder para reinventarlos: los movimientos estudiantiles de la segunda mitad del siglo que erosionaron con su presencia la legitimidad de un orden social basado en la autoridad incuestionable de los poderes; la presencia de los lenguajes ingobernables en la televisión y la imagen que se revierte como dispositivo de vigilancia sobre los poderes; el movimiento feminista que señaló en la década de los sesenta "lo privado es político", haciendo con ello visible la trama de relaciones de dominación y de violencia en el ámbito de lo privado, en la casa, en las relaciones cotidianas.

Los escenarios en los que hoy transcurre la vida social no emergen de un día para otro, sino que se trata de configuraciones que expresan procesos de larga duración y de articulaciones múltiples, económicas, sociales, políticas, culturales. Un escenario no es simplemente un lugar, es siempre un lugar significado (De Certeau, 1996), y por lo tanto construido a través de la negociación o la disputa.

Bajo esta perspectiva, la pregunta por los escenarios de la comunicación tiene dos dimensiones: de un lado, el visibilidad de esos lugares significados en sus concreciones empíricas, los medios de comunicación, la vida cotidiana, la educación, la política. En esta dimensión estaríamos moviéndonos en el plano de las prácticas sociales; y de otro lado, la reflexión de los escenarios que han sido objeto de indagación y de preocupación para los estudios de la comunicación. Estaríamos aquí moviéndonos en el plano del conocimiento.

Hay una tercera implicación, no menos importante: el uso metafórico de la palabra escenario, para designar "ambientes", "atmósferas" o "configuraciones sociales" e incluso, situaciones. Se habla por ejemplo, de un "escenario de fin de siglo" o en planificación, se proyectan "distintos escenarios", cuyo objetivo es el de describir esa trama compleja de relaciones entre actores, sucesos, instituciones, espacios. Escenario, adquiere entonces, las connotaciones de una narrativa, que

a la manera cinematográfica, proyecta imágenes en movimiento y, principalmente, configura una "atmósfera" particular: drama, comedia, aventura.

Sobre las implicaciones que para la comunicación tiene esta potente metáfora, me ocuparé más adelante. Ahora, intentemos revisar las correspondencias entre el plano de las prácticas y el de los saberes.

Sabemos que, en términos generales, son las prácticas sociales las que orientan el conocimiento. Pero esto no sucede de una manera automática, ya que el pensamiento de segundo orden, es decir, el que problematiza el sentido común, que es el que aquí nos interesa y que se produce en un tiempo y en un espacio, tiene como tarea fundamental, proveer explicaciones sobre el mundo que mira. Ello significa que lo que es objeto de reflexión en el campo académico de la comunicación, responde en buena medida a las interrogantes que plantea la sociedad y es esta relación la que permite comprender los cambios, la fuerza con la que se reflexiona sobre algunas temáticas, las coincidencias en diferentes planteamientos o estudios que se realizan en ámbitos separados por distancias geográficas e incluso políticas y, especialmente, la persistencia de algunas discusiones.

Aunque no existe ningún escenario químicamente puro, para efectos de ordenar la discusión, pueden desagregarse los escenarios de la comunicación en tres tipos básicos: los escenarios geopolíticos, los socioculturales y los tecnológicos.

- a) Los primeros aluden a una definición territorial y política.
- b) Los socioculturales son aquellos cuya definición tiene como núcleo fundamental las formas de entender y nombrar el mundo desde un lugar social particular.
- c) Los tecnológicos, se definen por la centralidad de los elementos técnicos que los constituyen.

Pese a lo arbitrario que pueda resultar la clasificación, esta manera de entender los escenarios ha marcado la comprensión de los procesos, prácticas y

productos de la comunicación. En un movimiento que va de las dimensiones tecnológicas a las implicaciones geopolíticas.

La consolidación de las tecnologías de comunicación operada a partir de la última mitad de este siglo, aunada al discurso del progreso y a la fascinación por el conjunto de dispositivos modernizadores, convirtió a la tecnología en un escenario clave para la comunicación, bien para adherir o bien para impugnar. La narrativa que organiza la atención en los escenarios tecnológicos, es la tendencia a pensar que quién controla la técnica tiene control sobre el mundo social, lo cual no está lejos de la realidad. Y aún en los discursos más impugnadores como fueron los de la comunicación popular, se sobrestimó el valor de la técnica en detrimento de la cultura; los llamados medios alternativos fueron una respuesta de técnica "pobre" a los medios "ricos e imperialistas". Prácticas y productos venían marcados de origen, por el lugar técnico de su elaboración.

Fueron los movimientos sociales en su paradójica y eterna ambigüedad, los que vinieron a señalar que algo faltaba en el razonamiento. No es que la técnica no fuera importante o que no estuviera configurando escenarios centrales para la vida social, es que los acontecimientos sociales se empeñaban en demostrar, en el caso de los medios masivos, por ejemplo, que había algo más que una mediación tecnológica y que se expresaba en los usos diferenciales o en ciertos "efectos" no previsibles, es decir, la gente no sólo veía televisión a través de un aparato, o escuchaba la radio o leía la prensa, no sólo se relacionaba con los aspectos técnicos o fabriles de los medios, lo hacía desde un lugar social determinado, es decir desde su pertenencia a una matriz cultural. Y los medios, por supuesto eran algo bastante más complejo que artefactos tecnológicos, sin restarle importancia a este aspecto.

Las creencias religiosas, las adscripciones políticas, las identidades culturales, las diferencias en los estratos sociales, la educación, las pertenencias grupales, vinieron a configurar nuevos escenarios para la comunicación. Es decir, nuevos lugares de atención, lugares significativos para pensar la comunicación. Para entender el papel de los medios se hacía necesario entender las múltiples

formas de interacción de la gente con esos medios. Es la narrativa de la diferencia cultural la que va a organizar la atención sobre estos "nuevos" escenarios de la comunicación.

Sin minimizar la importancia del descubrimiento de la veta de la cultura para la comunicación, es importante decir que la fascinación acrítica por la diferencia cultural puede convertirse en un argumento muy tramposo cuando se la piensa al margen de los procesos sociales más amplios o independientemente del contexto que la produce. Son los procesos sociopolíticos y paradójicamente, la aceleración de la tecnología, los que van a configurar un tercer escenario, el geopolítico. La globalización, como contexto de la interconexión (desigual y desnivelada, eso sí) entre las diferentes regiones del planeta, vino a poner en crisis la organización tradicional de las coordenadas políticas y geográficas del mundo y con ello, las preguntas de la comunicación.

El mundo como realización de lo local y lo local como expresión de un mundo múltiplemente conectado, van a configurar el escenario complejo de fin de siglo.

El mundo se desterritorializa, es cierto, con respecto al quiebre de un centro con la periferia, con respecto al discurso de un mercado que se globaliza, con respecto de internet y sus redes virtuales, pero sólo para volver a relocalizarse, a reterritorializarse, es decir a establecer sus nuevas coordenadas de operación.

La reorganización geopolítica del mundo genera nuevas exclusiones, da forma a un conjunto de valores, propone símbolos, da paso a nuevas formas de comunicación y engendra sus mecanismos de dominación. Esto no desaparece el territorio (ni lo convierte en un "no lugar", a la manera de Auge), lo reconfigura.

Si hay algo que va quedando claro es que los "nuevos" escenarios de la comunicación crean nuevas fronteras y se trata de procesos que no están allá afuera, que nos sean ajenos y lejanos.

Si pensáramos que una vez que todo terminara, por ejemplo allá por el 3001 para ser consecuentes con el atmósfera milenarista, apareciera una nave con arqueólogos extraterrestres, cuya misión fuera la de descifrar los escenarios

en los que transcurrió la vida de esa civilización, y si procedieran con una lógica análoga a la nuestra, seguramente investigarían, después de haber estudiado el cuerpo humano como el dispositivo más revelador, los artefactos de esa civilización, emprenderían luego el estudio de los "documentos" disponibles, un discurso del presidente Zedillo, la fotografía de las indígenas mayas enfrentándose al ejército, el manual para el pecador arrepentido "Juventud en Extasis" de Cuahutémoc Sánchez, el cd "Clandestino" de Manú Chao, los monitos de trino y con todo ello tratarían de reconstruir el conjunto de relaciones sociales y el mundo como escenario de su expresión.

Lo que esta pequeña licencia narrativa me permite, es afirmar que un escenario es la expresión no inocente de un conjunto de elementos múltiplemente relacionados y en interacción dinámica: un marco que lo delimita, unos sentidos sociales que lo definen y unos soportes que lo concretan. Podemos enfatizar en cualquiera de estos elementos a condición de no minimizar la importancia de los otros "componentes". Por ello es necesario entender las viejas configuraciones de los nuevos escenarios, lo que significa ante todo, historizar nuestra comprensión de los procesos comunicativos.

La nueva presencia de viejos actores sociales

Ni las mujeres, ni los indígenas o los jóvenes, los homosexuales o los consumidores, los migrantes o los movimientos ciudadanos, son propiamente nuevos actores sociales, lo que de alguna manera es nuevo es la visibilidad y protagonismo que estos actores sociales adquieren en la vida contemporánea. Se trata de "presencias" que han venido a modificar las relaciones sociales y el orden tradicional de la sociedad, no por el hecho de hacerse visibles, sino porque, al ser portadores de otras maneras de entender el mundo, cuestionan, de fondo, el acuerdo social.

La idea que voy a plantear puede ser motivo de discusión, pero estoy convencida, convencimiento anclado en varios años de investigación empírica, de que es la alteridad negada, es decir, los que siempre fueron "los otros", el otro

marginal, el otro subordinado, los que han venido a poner en crisis la sensibilidad, los esquemas de pensamiento, las formas de organización en un mundo que optó por una racionalidad "blanca", "masculina", "adulta", "heterosexual" y "sedentaria", por señalar algunos de los parámetros de las representaciones dominantes.

La voz, crecientemente audible, de los movimientos indígenas que reivindican su derecho a la diferencia en la igualdad, de las mujeres que acceden al espacio público, de los jóvenes que burlan la vigilancia y el control a través de sus prácticas, de aquellos que defienden el derecho a una preferencia sexual por fuera de los manuales del buen comportamiento y el nomadismo (geográfico, político, laboral) no sólo como una forma de vida sino como una alternativa de respuesta a las brutales condiciones de exclusión derivadas del sistema económico y político, irrumpen en la escena pública y colocan un conjunto de temas que vuelven evidente la debilidad de un pacto social excluyente.

Lo que resulta, en este nivel, pertinente y relevante para la comunicación, son entonces los proyectos de que son portadores esos actores sociales o esas nuevas presencias en el espacio público. Al volverse visibles otras representaciones, otras sensibilidades y especialmente, otros proyectos sociales, se operan dos rupturas muy importantes, una en el plano del espacio mediático y otra en el plano de la socialidad: en el primer caso, se fisura el monopolio de la "voz legítima" y aunque sea por afanes de *rating*, los medios deben abrirse al conjunto de expresiones sociales que conquistan espacios paulatinamente; en el segundo caso, se crean y se fortalecen redes sociales en las que la comunicación deja de operar en sentido vertical para constituirse en un recurso fundamental para la construcción de una ciudadanía activa.

Lo que estas rupturas tienen en común es propiciar una atmósfera comunicativa, es decir, un escenario, en el que resulta cada vez más difícil "invisibilizar", "descalificar" o "folklorizar" el conjunto de voces que han estado proscritas del espacio público. Por ejemplo, el movimiento indígena en el país, ha vuelto ineludible la discusión sobre el proyecto de nación; el fuerte debate en

tomo a la manipulación de la lucha zapatista por parte de "oscuras fuerzas" internacionales o nacionales, que dejaba entrever el argumento de que los indígenas son incapaces de pensar y hablar por sí mismos, es cada vez más insostenible; y finalmente la representación romántica o miserabilizada del indígena del que se rescata su valor como "patrimonio histórico" o por lo "típico" de sus comidas y de sus trajes, es una operación discursiva cada vez más criticada.

Esto no significa de ninguna manera que todo sea afirmación democrática de cara a una sociedad más incluyente y mucho menos, que lo que aquí he llamado "nuevas presencias" para aludir a una forma de visibilidad de ciertos actores sociales que significan un ensayo titubeante de esquemas comunicativos inéditos, sea un proceso sin conflictos. Por el contrario, hablar de actores de la comunicación en el contexto que tratado de esbozar antes, obliga necesariamente a pensar que no todas las emergencias son democráticas y que junto a las mujeres, los jóvenes, los indígenas, los movimientos ciudadanos, los defensores de los derechos humanos, emergen, en el sentido de que se hacen visibles, otro conjunto de actores que, desde sus propias posiciones, luchan por defender su o sus proyectos sociales: los fundamentalismos de cuño religioso o político, en concreto, los defensores de la moral pública; los productores, comentaristas, periodistas, locutores matutinos y nocturnos que pontifican o vociferan desde sus tribunas para impulsar o descalificar creencias y acciones; los promotores del endurecimiento de la violencia "legítima", bajo el argumento de que sólo la "mano dura" es capaz de sacarnos de la situación de inseguridad en la que nos encontramos; y, por supuesto, de manera importante, los medios de comunicación que son hoy actores de peso completo en la lucha por la definición de los proyectos sociales.

Lo que esto significa en términos del mapa que habrá de orientar las preguntas de la comunicación en el próximo siglo, es que nunca como hoy se hizo más urgente una capacidad nomádica que permita seguir las configuraciones sociales en el curso de la misma acción y una capacidad de nuevas síntesis que

permitan a profesionales y estudiosos de la comunicación integrar saberes diversos que hagan hablar a la "comunicación", ahí donde ella se encuentra: camuflajeada en el graffitti en el muro de una ciudad cualquiera, allá, donde el silencio de las mujeres indígenas frente a "los ejércitos", revela más que cualquier discurso; ahí, donde Federico Wilkins, chaman televisivo, reinventa la estética de la violencia, acá, en el desafío cotidiano que las jóvenes generaciones le plantean a los desconcertados profesores aferrados al "grado xerox" de la lectura como diría Monsiváis; en los esfuerzos cotidianos también, de esos profesores por encontrar puntos de contacto con estas generaciones; en el dolor de los que fueron rebasados por la historia; en las consignas, los símbolos, las marcas y cicatrices que cada movilización social despliega para testimoniar la continuidad de la historia; en los modos distintos en que las audiencias se relacionan con los medios; en las estampitas del Papa y la Lupita en las bolsas de papitas; en los corridos que narran las aventuras del *Señor de los Cielos*; en el fervor con el que una familia recibe bendiciones por televisión; en la ofrenda de chorizos que el español Manuel Vázquez Montalban, transporta a lomo de caballo por la selva chiapaneca para el "Sup" Marcos y su escudero Durito, protagonista de peripecias ciberespaciales; en fin, en las canciones de Manú Chao, testimonio empírico de la otra globalización.

Si la política abandonó desde hace rato ya, los recintos consagrados, si la cultura es cada vez más difícilmente asible a partir del origen, si la economía define las agendas sociales, es indudable que la comunicación ha roto la "probeta", lo que implica que la responsabilidad de los comunicadores es hacerse cargo de las proteicas formas que ella adopta en el devenir de la historia.

Hablar de "nuevos" actores de la comunicación, tiene el riesgo de pensar que hay un "antes" y un "después", perfectamente delimitados, cuando el desafío para la comunicación estribará siempre en pensar y hacer, desde un "durante".

Empresa difícil resulta hacer un "corte de caja". Desde dónde definir lo que es nuevo, quién traza la sutil frontera entre lo viejo y lo nuevo. Lo que importa es entender que toda nueva presencia tiene su historia y es el resultado de procesos

sumamente complejos, lo que significa que los actores de la comunicación son y serán siempre deudores de procesos que los trascienden: uno es siempre más que un televidente, siempre más que un militante, más que un grafitero o un periodista, es decir, no es posible entender la comunicación al margen de la trama social más amplia.

Hace más de diez años, Jesús Martín Barbero (1987) dijo que para investigar la comunicación, había que "perder el objeto, para ganar el proceso", creo que hoy, estamos en condiciones de pensar y entender los procesos sin que haya necesidad de perder el objeto.

Horizontes abiertos

De lo local a lo global, de los medios a la calle, de la ciudad al ciberespacio, del aula al concierto de rock, de los migrantes a las comunidades tradicionales, de los creyentes a los consumidores, de los jóvenes a las mujeres, de los televidentes a los votantes, entender hoy los escenarios en los que transcurre la comunicación y a sus protagonistas, pasa por entender los regresos, las rupturas, las continuidades, las mutaciones, que la dinámica social trae aparejados.

El debilitamiento de las instituciones que la modernidad levantó frente al reacomodo de las fuerzas que operan en un contexto globalizado, configuran un escenario de disputas y negociaciones. Creo que la gran pregunta para la comunicación se ubica en la tensión entre el sistema y el actor, es decir en el conjunto de mediaciones que organizan la socialidad y el poder, en el modo en que la sociedad reconstruye y mantiene el pacto colectivo.

Hace algún tiempo, Carlos Fuentes utilizó la metáfora de dos poderosos trenes a punto de chocar para referirse a la situación por la que atraviesa México en su proceso de transición democrática. De un lado, el tren del autoritarismo y de los privilegios; de otro lado, el tren de la democratización y de los excluidos. Esta metáfora puede utilizarse con igual potencia para visualizar la tarea de una comunicación que se hace cargo de la complejidad del México y del mundo contemporáneo. La invocación creciente a un poder autoritario que sea capaz de

imponer controles absolutos para resolver la crisis estructural y la debilidad de las normas y las instituciones legales, se objetiva en unos discursos y en unas prácticas excluyentes y al mismo tiempo en el repliegue y desentendimiento de lo público. Un tren que adquiere mayor velocidad cada día, disminuyendo con ello la posibilidad de frenar. De otro lado, la invocación a la diferencia, al tribalismo, al enclaustramiento identitario, a un comunitarismo defensivo e igualmente excluyente, que se hace visible en la ausencia de mediaciones que hagan posible la interacción de la diversidad. Un tren al que se suben día con día, grupos que no encuentran en la esfera pública mínimas garantías de sobrevivencia, ya no se diga de respeto a su diferencia.

En el medio, un espacio público vaciado de utopías, simulado por las voces del mercado, banalizado por los simulacros de representación y participación.

¿Es ese espacio público, suficiente barrera de contención para evitar el choque? ¿hay suficiente tejido social para amortiguar el impacto?. No hay respuesta unívocas. Lo que para mí resulta claro, es que cualquier acción a favor de lo público, de la interacción comunicativa entre grupos diversos, de fortalecimiento del tejido social, es necesariamente una acción a favor de una sociedad multicultural que haga posible la comunicación entre individuos y grupos social y culturalmente diferentes, con correspondencia entre los derechos culturales y los derechos políticos.

Es bajo esta perspectiva que adquiere sentido la pregunta por los actores y los escenarios de la comunicación, de cara al fortalecimiento de un espacio público que no sólo dé un lugar (en el sentido de la tolerancia) a las voces reprimidas y a los actores descartados por "inviabiles" en el proyecto modernizador, sino que sea el resultado del acuerdo colectivo entre las distintas voces, ninguna de ellas descartable, pero tampoco asimilable. Conjurar la colisión desde la palabra diversa y colectiva.

Hacer la historia de las presencias y los lugares de la comunicación es romper con una concepción instrumental y acercarse a un pensamiento crítico. No se trata de contar estadísticamente sobre quiénes hablamos, ni tampoco de

elaborar frecuencias sobre los lugares válidos, donde sí habría comunicación. Se trata en cambio, pienso, de hacer la crítica de nuestra propia capacidad de interrogarnos sobre el mundo y de actuar en él. No solamente desde nuestra inteligencia y recursos académicos, sino también desde nuestra sensibilidad para captar los grandes y pequeños movimientos y seguirles la pista, a la manera de potentes sismógrafos sensibles a la palabra y al silencio.

La reconfiguración de los escenarios de la vida social, la disputa por la visibilidad, las estrategias de dominación, la aparente omnipotencia del mercado, el protagonismo de los grandes medios de comunicación, simultáneo al fortalecimiento de las redes y otros "lugares" de la comunicación, exigen que el pensamiento se mueva en múltiples direcciones. El movimiento es un buen antídoto contra las tentaciones de las microetnografías que eluden las relaciones de fuerza objetivas que operan en la comunicación y al mismo tiempo, contra los macroanálisis que tienden a confundir los "indicadores" con los "actores". El movimiento es centralmente un antídoto contra el dogmatismo.

En la travesía de lo que ha sido, lo que está siendo y lo que será, quiero pensar con ese trovador del asfalto que es Jaime López, que "sólo los dogmáticos se van al infierno".

Guadalajara
Marzo, 1999

BIBLIOGRAFIA:

CHAMBERS, Iain (1995): *Migración, cultura, identidad*. Amorrortu, Buenos Aires.

De CERTAU, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*. UIA/ITESO, México.

FUENTES, Carlos (1994): *El nuevo tiempo mexicano*. Aguilar, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1998): *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

—(1997): "Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación", en *Comunicación y Sociedad* 31, septiembre, diciembre. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

MARTIN BARBERO, Jesús (1994): *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación*, en *Ciudad y cultura. Memoria, identidad y comunicación*. Universidad de Antioquia, Medellín.

—(1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, México/Barcelona.

MATTELART, Armand y Michel MATTELART (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós Comunicación, Barcelona.

OROZCO, GUILLERMO (1997): "Tendencias generales en la investigación de los medios. Un encuentro pendiente", en *Comunicación y Sociedad* 30, mayo-agosto. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

REGUILLO, Rossana (1997): "El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas. ¿una agenda comunicativa", en *Diálogos de la Comunicación* 49, FELAFACS, Lima.

—(1997): "Más allá de los medios, diez años después", en *Comunicación y Sociedad* 30, mayo-agosto. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

—(1995): *Pensar la ciudad desde la comunicación. Un ejercicio necesario*, en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO/CNCA, México.

TOURAINÉ, Alain (1997): *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: El destino del hombre en la aldea global*. FCE, Buenos Aires.

CCC
AI
1250

Resumen de Currículum de la Dra. Rossana Reguillo Cruz Profesora-Investigadora en el Departamento de Estudios socioculturales del ITESO y Profesora-Investigadora en el Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.

Ha sido profesora invitada en diversas universidades latinoamericanas.

Miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

Es doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Antropología Social por el CIESAS y la Universidad de Guadalajara. Y licenciada y Maestra en Comunicación por el ITESO.

Entre sus numerosas publicaciones, están En la calle otra vez. Bandas: Identidad Urbana y usos de la comunicación (ITESO). La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad Desastre y Comunicación (ITESO/UIA); por el que recibió el Premio Fray Bernardino de Sahagún 1996, del INAH y el Premio Iberoamericano a la mejor investigación por La Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas con sede en Madrid, en el mismo año.

Es editora del libro Mapas Nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero (Universidad Central-DIUC); en el cual varios investigadores latinoamericano homenajean al autor.

Actualmente es Vicepresidenta de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y coordinadora del Grupo de Trabajo de Comunicación, Identidad y Cultura Urbana de la misma Asociación.

Sus investigaciones actuales giran en torno a las culturas juveniles: Éticas y Estéticas y el proyecto de investigación Mitologías Urbanas: la construcción social del miedo.

**NUEVAS PRESENCIAS, VIEJAS CONFIGURACIONES
ACTORES SOCIALES Y ESCENARIOS DE LA COMUNICACION**

Rossana Reguillo
rossana@publico.com.mx

Ponencia Magistral presentada en el X Encuentro CONEICC, "Comunicación a la luz del milenio. 1999 retrospectiva y prospectiva de la comunicación". 3-5 de marzo de 1999, Colima, Colima.

NUEVAS PRESENCIAS, VIEJAS CONFIGURACIONES ACTORES SOCIALES Y ESCENARIOS DE LA COMUNICACION

Rossana Reguillo¹

En Occidente, sin embargo, hemos heredado un testimonio autoritario que siempre ha visto con horror la fragmentación y la movilidad culturales. Al repudiar los tempos y culturas discontinuas de la ciudad, el comercio y la modernidad, esta tradición crítica ha buscado de manera perseverante alternativas radicales en la supuesta continuidad de las culturas populares, en las costumbres «auténticas» y en las comunidades «genuinas».

Iain Chambers

A los jóvenes, centro de mis reflexiones y de mis esperanzas.

Es inevitable, por más que se intente escapar al clima milenarista que marca el reloj occidental, estamos atrapados por una serie de rituales de introspección que demandan la revisión de lo que ha sido y lo que será, desde el umbral de un presente en crisis. Sin embargo, más allá del simulacro que puede representar la utilización del 2000 como pretexto de sentida constricción, arrepentimientos varios y promesas de cambio, hay en estos momentos, razones de peso para intentar una revisión de fondo de los saberes, sentimientos y procederes que nos han

¹ Profesora-investigadora del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. Profesora Titular del Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO.

traído hasta esta orilla de la historia y parecen colocarnos ante la falsa disyuntiva de conservarlo todo o todo transformarlo.

Si en el final del siglo XIX se desencantaron las imágenes religiosas del mundo, el siglo que termina, nos deja varios desencantos y muchas interrogantes: la ciencia y la técnica propias de la sociedad industrial del siglo XX, se enfrentan al cuestionamiento y a la crítica por las promesas incumplidas; los sistemas políticos tradicionales caen en el descrédito y se ven rebasados por la sociedad; las imágenes que definieron los roles masculinos y femeninos no se corresponden ya con la organización social del mundo actual; los grandes medios de comunicación le disputan a las instituciones tradicionales el papel protagónico en los procesos de socialización y se constituyen en los espacios claves de la política; la precarización del empleo, el aumento brutal de las desigualdades; el regreso de fundamentalismos de muy distinto cuño y la sensación generalizada de que “el tiempo se acaba”, son elementos todos, que configuran el territorio -más allá de la catástrofe o del apocalipsis-, desde el cual hay que plantear las preguntas urgentes de la comunicación.

Quiero pues proponerles un ejercicio, acercarnos a estas preguntas mirando a los actores, es decir a la gente, a las instituciones, a los movimientos sociales y a los escenarios que son simultáneamente el marco y la condición de la acción comunicativa y que en esta mirada nos deslicemos en el tiempo como Penélope, la esposa de Ulises, haciendo y deshaciendo la labor, no como quien se entrega al destino fatal de la espera, sino como quien es capaz de suspender el tiempo, para retener creativamente el pasado e imaginar el futuro y para ello se adueña del presente sin ceder al chantaje de sus “pretendientes”, es decir, el olvido.

Se trata, en síntesis, de mirar en torno a quiénes y sobre qué lugares, la comunicación, como espacio de entrecruces entre saberes, prácticas y oficios, ha ido construyendo el mapa de sus preguntas. Para ello, es necesario explicitar las coordenadas que orientan este viaje.

En primer término, no es para nada obvio que preguntarse por los actores y los escenarios de la comunicación tenga sentido. ¿Por qué plantear esta pregunta, por qué no otra? Aunque las respuestas unívocas son peligrosas y pueden resultar autoritarias, me parece que una explicación al sentido de esta pregunta, pasa centralmente por la preocupación en torno a dos elementos, que en este fin de siglo, se constituyen en los ejes centrales de la transformación social: la “gente” y el espacio. Proponer una reflexión en torno a estos aspectos, es aceptar el desafío que, una sociedad en acelerados procesos de reconfiguración y las radicales transformaciones en nuestra concepción del espacio, es decir, del mundo como síntesis de personas, eventos y lugares, le plantean a la comunicación. Así pues, sociedad y mundo como espacio de posibilidad de los acontecimientos, se articulan al tercer elemento de nuestra cartografía: el tiempo, al que entenderemos de una manera simplificada como “el transcurso y sucesión de acontecimientos y de su trama” (Santos, 1997).

Una segunda cuestión, es la necesidad de enfatizar que el tiempo, el espacio y la organización social, son construcciones históricas, por tanto culturales, lo que supone que las preguntas que aquí nos formulamos, ustedes y yo, están necesariamente ancladas en una manera de entender y de nombrar el mundo. Sin embargo, cuando pensaba en la composición mayoritaria de este auditorio, se me aparecía de manera recurrente la espléndida película de Adolfo Aristarain, “Martín (Hache)”, y recordaba la imposibilidad de comunicación entre padre e hijo, cuando el primero recurría a las formas convencionales de la escritura (una carta) para hablar con su hijo de sus fracasos y de sus miedos; mientras Martín, le entregaba un video en el que le hablaba al padre de su tristeza, su desasosiego, su esperanza. ¿Será entonces que este tiempo-mundo, del que hablan los grandes pensadores contemporáneos nos coloca ante la emergencia de sensibilidades múltiples y de la coexistencia simultánea de formas de comprensión y comunicación que no encuentran su escenario de convergencia y la posibilidad de una palabra colectiva?. Esto, sin duda, forma parte de las interrogantes que hoy desvelan a muchos pensadores y a más educadores. Pero,

sin adelantar la discusión, lo que es claro es que el proceso a través del cual se ha venido construyendo el conocimiento en el campo de la comunicación, es necesariamente histórico, aunque hoy enfrentemos la encrucijada de los cambios en la transmisión del saber. El problema no radica tanto en el “qué” contarles”, sino en “cómo” contarles a las generaciones de relevo, lo que han sido los procesos de configuración del campo de la comunicación.

Una tercera cuestión, es que resulta, analíticamente hablando, imposible separar a los actores de los escenarios, en tanto que uno y otro se corresponden. Ninguna acción social se desarrolla en el vacío, por fuerza se verifica en unos marcos (reales o virtuales) que acotan, definen, prescriben y a veces proscriben, el tipo de acción válida al interior de sus límites (los “antros” exigen unos comportamientos y suponen unas prácticas que no serían válidas al interior de un templo o de un salón de clases o de un auditorio como este). Lo que nos lleva a otra cuestión, los escenarios no son neutros, ni flotan en el aire, están vinculados a lo que llamaremos aquí instituciones sociales: el Estado, las iglesias, la familia, el mercado, los medios de comunicación, etc. Eso significa que plantearnos la pregunta por los escenarios, nos lleva necesariamente a interrogarnos sobre las formas de organización social que producen escenarios para la acción y que sólo desde una posición absolutamente idealista podrían pensarse como desanclados en el tiempo y en el espacio, lo que no significa que los escenarios no puedan ser efímeros y cambiantes.

En el fondo, lo que todo esto significa es que el tema que nos ocupa es centralmente político.

La vieja configuración de los nuevos escenarios

Si algo puede afirmarse con relativa certeza en el umbral del nuevo milenio, es el de la paulatina pero constante transformación, deslizamiento y desdibujamiento de los escenarios tradicionales de la vida social. La política, por ejemplo, se escapó de los recintos sagrados del poder (el palacio, el congreso, el sindicato, el

partido) y estalló en distintos lugares, la calle, la televisión, la casa, haciendo emerger un conjunto de actores sociales cuya novedad reside en el modo en cómo estos nuevos actores se apropiaron de la palabra incautada y de algunos de los símbolos administrados por el poder para reinventarlos: los movimientos estudiantiles de la segunda mitad del siglo que erosionaron con su presencia la legitimidad de un orden social basado en la autoridad incuestionable de los poderes; la presencia de los lenguajes ingobernables en la televisión y la imagen que se revierte como dispositivo de vigilancia sobre los poderes; el movimiento feminista que señaló en la década de los sesenta “lo privado es político”, haciendo con ello visible la trama de relaciones de dominación y de violencia en el ámbito de lo privado, en la casa, en las relaciones cotidianas.

Los escenarios en los que hoy transcurre la vida social no emergen de un día para otro, sino que se trata de configuraciones que expresan procesos de larga duración y de articulaciones múltiples, económicas, sociales, políticas, culturales. Un escenario no es simplemente un lugar, es siempre un lugar significado (De Certeau, 1996), y por lo tanto construido a través de la negociación o la disputa.

Bajo esta perspectiva, la pregunta por los escenarios de la comunicación tiene dos dimensiones: de un lado, la visibilidad de esos lugares significados en sus concreciones empíricas, los medios de comunicación, la vida cotidiana, la educación, la política. En esta dimensión estaríamos moviéndonos en el plano de las prácticas sociales; y de otro lado, la reflexión de los escenarios que han sido objeto de indagación y de preocupación para los estudios de la comunicación. Estaríamos aquí moviéndonos en el plano del conocimiento.

Hay una tercera implicación, no menos importante: el uso metafórico de la palabra escenario, para designar “ambientes”, “atmósferas” o “configuraciones sociales” e incluso, situaciones. Se habla por ejemplo, de un “escenario de fin de siglo” o en planificación, se proyectan “distintos escenarios”, cuyo objetivo es el de describir esa trama compleja de relaciones entre actores, sucesos, instituciones, espacios. Escenario, adquiere entonces, las connotaciones de una narrativa, que

a la manera cinematográfica, proyecta imágenes en movimiento y, principalmente, configura una “atmósfera” particular: drama, comedia, aventura.

Sobre las implicaciones que para la comunicación tiene esta potente metáfora, me ocuparé más adelante. Ahora, intentemos revisar las correspondencias entre el plano de las prácticas y el de los saberes.

Sabemos que, en términos generales, son las prácticas sociales las que orientan el conocimiento. Pero esto no sucede de una manera automática, ya que el pensamiento de segundo orden, es decir, el que problematiza el sentido común, que es el que aquí nos interesa y que se produce en un tiempo y en un espacio, tiene como tarea fundamental, proveer explicaciones sobre el mundo que mira. Ello significa que lo que es objeto de reflexión en el campo académico de la comunicación, responde en buena medida a las interrogantes que plantea la sociedad y es esta relación la que permite comprender los cambios, la fuerza con la que se reflexiona sobre algunas temáticas, las coincidencias en diferentes planteamientos o estudios que se realizan en ámbitos separados por distancias geográficas e incluso políticas y, especialmente, la persistencia de algunas discusiones.

Aunque no existe ningún escenario químicamente puro, para efectos de ordenar la discusión, pueden desagregarse los escenarios de la comunicación en tres tipos básicos: los escenarios geopolíticos, los socioculturales y los tecnológicos.

- a) Los primeros aluden a una definición territorial y política.
- b) Los socioculturales son aquellos cuya definición tiene como núcleo fundamental las formas de entender y nombrar el mundo desde un lugar social particular.
- c) Los tecnológicos, se definen por la centralidad de los elementos técnicos que los constituyen.

Pese a lo arbitrario que pueda resultar la clasificación, esta manera de entender los escenarios ha marcado la comprensión de los procesos, prácticas y

productos de la comunicación. En un movimiento que va de las dimensiones tecnológicas a las implicaciones geopolíticas.

La consolidación de las tecnologías de comunicación operada a partir de la última mitad de este siglo, aunada al discurso del progreso y a la fascinación por el conjunto de dispositivos modernizadores, convirtió a la tecnología en un escenario clave para la comunicación, bien para adherir o bien para impugnar. La narrativa que organiza la atención en los escenarios tecnológicos, es la tendencia a pensar que quién controla la técnica tiene control sobre el mundo social, lo cual no está lejos de la realidad. Y aún en los discursos más impugnadores como fueron los de la comunicación popular, se sobrestimó el valor de la técnica en detrimento de la cultura; los llamados medios alternativos fueron una respuesta de técnica "pobre" a los medios "ricos e imperialistas". Prácticas y productos venían marcados de origen, por el lugar técnico de su elaboración.

Fueron los movimientos sociales en su paradójica y eterna ambigüedad, los que vinieron a señalar que algo faltaba en el razonamiento. No es que la técnica no fuera importante o que no estuviera configurando escenarios centrales para la vida social, es que los acontecimientos sociales se empeñaban en demostrar, en el caso de los medios masivos, por ejemplo, que había algo más que una mediación tecnológica y que se expresaba en los usos diferenciales o en ciertos "efectos" no previsibles, es decir, la gente no sólo veía televisión a través de un aparato, o escuchaba la radio o leía la prensa, no sólo se relacionaba con los aspectos técnicos o fabriles de los medios, lo hacía desde un lugar social determinado, es decir desde su pertenencia a una matriz cultural. Y los medios, por supuesto eran algo bastante más complejo que artefactos tecnológicos, sin restarle importancia a este aspecto.

Las creencias religiosas, las adscripciones políticas, las identidades culturales, las diferencias en los estratos sociales, la educación, las pertenencias grupales, vinieron a configurar nuevos escenarios para la comunicación. Es decir, nuevos lugares de atención, lugares significativos para pensar la comunicación. Para entender el papel de los medios se hacía necesario entender las múltiples

formas de interacción de la gente con esos medios. Es la narrativa de la diferencia cultural la que va a organizar la atención sobre estos “nuevos” escenarios de la comunicación.

Sin minimizar la importancia del descubrimiento de la veta de la cultura para la comunicación, es importante decir que la fascinación acrítica por la diferencia cultural puede convertirse en un argumento muy tramposo cuando se la piensa al margen de los procesos sociales más amplios o independientemente del contexto que la produce. Son los procesos sociopolíticos y paradójicamente, la aceleración de la tecnología, los que van a configurar un tercer escenario, el geopolítico. La globalización, como contexto de la interconexión (desigual y desnivelada, eso sí) entre las diferentes regiones del planeta, vino a poner en crisis la organización tradicional de las coordenadas políticas y geográficas del mundo y con ello, las preguntas de la comunicación.

El mundo como realización de lo local y lo local como expresión de un mundo múltiplemente conectado, van a configurar el escenario complejo de fin de siglo.

El mundo se desterritorializa, es cierto, con respecto al quiebre de un centro con la periferia, con respecto al discurso de un mercado que se globaliza, con respecto de internet y sus redes virtuales, pero sólo para volver a relocalizarse, a reterritorializarse, es decir a establecer sus nuevas coordenadas de operación.

La reorganización geopolítica del mundo genera nuevas exclusiones, da forma a un conjunto de valores, propone símbolos, da paso a nuevas formas de comunicación y engendra sus mecanismos de dominación. Esto no desaparece el territorio (ni lo convierte en un “no lugar”, a la manera de Auge), lo reconfigura.

Si hay algo que va quedando claro es que los “nuevos” escenarios de la comunicación crean nuevas fronteras y se trata de procesos que no están allá afuera, que nos sean ajenos y lejanos.

Si pensáramos que una vez que todo terminara, por ejemplo allá por el 3001 para ser consecuentes con el atmósfera milenarista, apareciera una nave con arqueólogos extraterrestres, cuya misión fuera la de descifrar los escenarios

en los que transcurrió la vida de esa civilización, y si procedieran con una lógica análoga a la nuestra, seguramente investigarían, después de haber estudiado el cuerpo humano como el dispositivo más revelador, los artefactos de esa civilización, emprenderían luego el estudio de los “documentos” disponibles, un discurso del presidente Zedillo, la fotografía de las indígenas mayas enfrentándose al ejército, el manual para el pecador arrepentido “Juventud en Extasis” de Cuahutémoc Sánchez, el cd “Clandestino” de Manú Chao, los monitos de trino y con todo ello tratarían de reconstruir el conjunto de relaciones sociales y el mundo como escenario de su expresión.

Lo que esta pequeña licencia narrativa me permite, es afirmar que un escenario es la expresión no inocente de un conjunto de elementos múltiplemente relacionados y en interacción dinámica: un marco que lo delimita, unos sentidos sociales que lo definen y unos soportes que lo concretan. Podemos enfatizar en cualquiera de estos elementos a condición de no minimizar la importancia de los otros “componentes”. Por ello es necesario entender las viejas configuraciones de los nuevos escenarios, lo que significa ante todo, historizar nuestra comprensión de los procesos comunicativos.

La nueva presencia de viejos actores sociales

Ni las mujeres, ni los indígenas o los jóvenes, los homosexuales o los consumidores, los migrantes o los movimientos ciudadanos, son propiamente nuevos actores sociales, lo que de alguna manera es nuevo es la visibilidad y protagonismo que estos actores sociales adquieren en la vida contemporánea. Se trata de “presencias” que han venido a modificar las relaciones sociales y el orden tradicional de la sociedad, no por el hecho de hacerse visibles, sino porque, al ser portadores de otras maneras de entender el mundo, cuestionan, de fondo, el acuerdo social.

La idea que voy a plantear puede ser motivo de discusión, pero estoy convencida, convencimiento anclado en varios años de investigación empírica, de que es la alteridad negada, es decir, los que siempre fueron “los otros”, el otro

marginal, el otro subordinado, los que han venido a poner en crisis la sensibilidad, los esquemas de pensamiento, las formas de organización en un mundo que optó por una racionalidad "blanca", "masculina", "adulta", "heterosexual" y "sedentaria", por señalar algunos de los parámetros de las representaciones dominantes.

La voz, crecientemente audible, de los movimientos indígenas que reivindican su derecho a la diferencia en la igualdad, de las mujeres que acceden al espacio público, de los jóvenes que burlan la vigilancia y el control a través de sus prácticas, de aquellos que defienden el derecho a una preferencia sexual por fuera de los manuales del buen comportamiento y el nomadismo (geográfico, político, laboral) no sólo como una forma de vida sino como una alternativa de respuesta a las brutales condiciones de exclusión derivadas del sistema económico y político, irrumpen en la escena pública y colocan un conjunto de temas que vuelven evidente la debilidad de un pacto social excluyente.

Lo que resulta, en este nivel, pertinente y relevante para la comunicación, son entonces los proyectos de que son portadores esos actores sociales o esas nuevas presencias en el espacio público. Al volverse visibles otras representaciones, otras sensibilidades y especialmente, otros proyectos sociales, se operan dos rupturas muy importantes, una en el plano del espacio mediático y otra en el plano de la socialidad: en el primer caso, se fisura el monopolio de la "voz legítima" y aunque sea por afanes de *rating*, los medios deben abrirse al conjunto de expresiones sociales que conquistan espacios paulatinamente; en el segundo caso, se crean y se fortalecen redes sociales en las que la comunicación deja de operar en sentido vertical para constituirse en un recurso fundamental para la construcción de una ciudadanía activa.

Lo que estas rupturas tienen en común es propiciar una atmósfera comunicativa, es decir, un escenario, en el que resulta cada vez más difícil "invisibilizar", "descalificar" o "folklorizar" el conjunto de voces que han estado proscritas del espacio público. Por ejemplo, el movimiento indígena en el país, ha vuelto ineludible la discusión sobre el proyecto de nación; el fuerte debate en

torno a la manipulación de la lucha zapatista por parte de “oscuras fuerzas” internacionales o nacionales, que dejaba entrever el argumento de que los indígenas son incapaces de pensar y hablar por sí mismos, es cada vez más insostenible; y finalmente la representación romántica o miserabilizada del indígena del que se rescata su valor como “patrimonio histórico” o por lo “típico” de sus comidas y de sus trajes, es una operación discursiva cada vez más criticada.

Esto no significa de ninguna manera que todo sea afirmación democrática de cara a una sociedad más incluyente y mucho menos, que lo que aquí he llamado “nuevas presencias” para aludir a una forma de visibilidad de ciertos actores sociales que significan un ensayo titubeante de esquemas comunicativos inéditos, sea un proceso sin conflictos. Por el contrario, hablar de actores de la comunicación en el contexto que tratado de esbozar antes, obliga necesariamente a pensar que no todas las emergencias son democráticas y que junto a las mujeres, los jóvenes, los indígenas, los movimientos ciudadanos, los defensores de los derechos humanos, emergen, en el sentido de que se hacen visibles, otro conjunto de actores que, desde sus propias posiciones, luchan por defender su o sus proyectos sociales: los fundamentalismos de cuño religioso o político, en concreto, los defensores de la moral pública; los productores, comentaristas, periodistas, locutores matutinos y nocturnos que pontifican o vociferan desde sus tribunas para impulsar o descalificar creencias y acciones; los promotores del endurecimiento de la violencia “legítima”, bajo el argumento de que sólo la “mano dura” es capaz de sacarnos de la situación de inseguridad en la que nos encontramos; y, por supuesto, de manera importante, los medios de comunicación que son hoy actores de peso completo en la lucha por la definición de los proyectos sociales.

Lo que esto significa en términos del mapa que habrá de orientar las preguntas de la comunicación en el próximo siglo, es que nunca como hoy se hizo más urgente una capacidad nomádica que permita seguir las configuraciones sociales en el curso de la misma acción y una capacidad de nuevas síntesis que

permitan a profesionales y estudiosos de la comunicación integrar saberes diversos que hagan hablar a la “comunicación”, ahí donde ella se encuentra: camuflajeada en el graffitti en el muro de una ciudad cualquiera, allá donde el silencio de las mujeres indígenas frente a “los ejércitos”, revela más que cualquier discurso; ahí, donde Federico Wilkins, chaman televisivo, reinventa la estética de la violencia, acá, en el desafío cotidiano que las jóvenes generaciones le plantean a los desconcertados profesores aferrados al “grado xerox” de la lectura como diría Monsiváis; en los esfuerzos cotidianos también, de esos profesores por encontrar puntos de contacto con estas generaciones; en el dolor de los que fueron rebasados por la historia; en las consignas, los símbolos, las marcas y cicatrices que cada movilización social despliega para testimoniar la continuidad de la historia; en los modos distintos en que las audiencias se relacionan con los medios; en las estampitas del Papa y la Lupita en las bolsas de papitas; en los corridos que narran las aventuras del *Señor de los Cielos*; en el fervor con el que una familia recibe bendiciones por televisión; en la ofrenda de chorizos que el español Manuel Vázquez Montalban, transporta a lomo de caballo por la selva chiapaneca para el “Sup” Marcos y su escudero Durito, protagonista de peripecias ciberespaciales; en fin, en las canciones de Manú Chao, testimonio empírico de la otra globalización.

Si la política abandonó desde hace rato ya, los recintos consagrados, si la cultura es cada vez más difícilmente asible a partir del origen, si la economía define las agendas sociales, es indudable que la comunicación ha roto la “probeta”, lo que implica que la responsabilidad de los comunicadores es hacerse cargo de las proteicas formas que ella adopta en el devenir de la historia.

Hablar de “nuevos” actores de la comunicación, tiene el riesgo de pensar que hay un “antes” y un “después”, perfectamente delimitados, cuando el desafío para la comunicación estribará siempre en pensar y hacer, desde un “durante”.

Empresa difícil resulta hacer un “corte de caja”. Desde dónde definir lo que es nuevo, quién traza la sutil frontera entre lo viejo y lo nuevo. Lo que importa es entender que toda nueva presencia tiene su historia y es el resultado de procesos

sumamente complejos, lo que significa que los actores de la comunicación son y serán siempre deudores de procesos que los trascienden: uno es siempre más que un televidente, siempre más que un militante, más que un grafitero o un periodista, es decir, no es posible entender la comunicación al margen de la trama social más amplia.

Hace más de diez años, Jesús Martín Barbero (1987) dijo que para investigar la comunicación, había que “perder el objeto, para ganar el proceso”, creo que hoy, estamos en condiciones de pensar y entender los procesos sin que haya necesidad de perder el objeto.

Horizontes abiertos

De lo local a lo global, de los medios a la calle, de la ciudad al ciberespacio, del aula al concierto de rock, de los migrantes a las comunidades tradicionales, de los creyentes a los consumidores, de los jóvenes a las mujeres, de los televidentes a los votantes, entender hoy los escenarios en los que transcurre la comunicación y a sus protagonistas, pasa por entender los regresos, las rupturas, las continuidades, las mutaciones, que la dinámica social trae aparejados.

El debilitamiento de las instituciones que la modernidad levantó frente al reacomodo de las fuerzas que operan en un contexto globalizado, configuran un escenario de disputas y negociaciones. Creo que la gran pregunta para la comunicación se ubica en la tensión entre el sistema y el actor, es decir en el conjunto de mediaciones que organizan la socialidad y el poder, en el modo en que la sociedad reconstruye y mantiene el pacto colectivo.

Hace algún tiempo, Carlos Fuentes utilizó la metáfora de dos poderosos trenes a punto de chocar para referirse a la situación por la que atraviesa México en su proceso de transición democrática. De un lado, el tren del autoritarismo y de los privilegios; de otro lado, el tren de la democratización y de los excluidos. Esta metáfora puede utilizarse con igual potencia para visualizar la tarea de una comunicación que se hace cargo de la complejidad del México y del mundo contemporáneo. La invocación creciente a un poder autoritario que sea capaz de

imponer controles absolutos para resolver la crisis estructural y la debilidad de las normas y las instituciones legales, se objetiva en unos discursos y en unas prácticas excluyentes y al mismo tiempo en el repliegue y desentendimiento de lo público. Un tren que adquiere mayor velocidad cada día, disminuyendo con ello la posibilidad de frenar. De otro lado, la invocación a la diferencia, al tribalismo, al enclaustramiento identitario, a un comunitarismo defensivo e igualmente excluyente, que se hace visible en la ausencia de mediaciones que hagan posible la interacción de la diversidad. Un tren al que se suben día con día, grupos que no encuentran en la esfera pública mínimas garantías de sobrevivencia, ya no se diga de respeto a su diferencia.

En el medio, un espacio público vaciado de utopías, simulado por las voces del mercado, banalizado por los simulacros de representación y participación.

¿Es ese espacio público, suficiente barrera de contención para evitar el choque? ¿hay suficiente tejido social para amortiguar el impacto?. No hay respuesta unívocas. Lo que para mí resulta claro, es que cualquier acción a favor de lo público, de la interacción comunicativa entre grupos diversos, de fortalecimiento del tejido social, es necesariamente una acción a favor de una sociedad multicultural que haga posible la comunicación entre individuos y grupos social y culturalmente diferentes, con correspondencia entre los derechos culturales y los derechos políticos.

Es bajo esta perspectiva que adquiere sentido la pregunta por los actores y los escenarios de la comunicación, de cara al fortalecimiento de un espacio público que no sólo dé un lugar (en el sentido de la tolerancia) a las voces reprimidas y a los actores descartados por “inviabiles” en el proyecto modernizador, sino que sea el resultado del acuerdo colectivo entre las distintas voces, ninguna de ellas descartable, pero tampoco asimilable. Conjurar la colisión desde la palabra diversa y colectiva.

Hacer la historia de las presencias y los lugares de la comunicación es romper con una concepción instrumental y acercarse a un pensamiento crítico. No se trata de contar estadísticamente sobre quiénes hablamos, ni tampoco de

elaborar frecuencias sobre los lugares válidos, donde sí habría comunicación. Se trata en cambio, pienso, de hacer la crítica de nuestra propia capacidad de interrogarnos sobre el mundo y de actuar en él. No solamente desde nuestra inteligencia y recursos académicos, sino también desde nuestra sensibilidad para captar los grandes y pequeños movimientos y seguirles la pista, a la manera de potentes sismógrafos sensibles a la palabra y al silencio.

La reconfiguración de los escenarios de la vida social, la disputa por la visibilidad, las estrategias de dominación, la aparente omnipotencia del mercado, el protagonismo de los grandes medios de comunicación, simultáneo al fortalecimiento de las redes y otros “lugares” de la comunicación, exigen que el pensamiento se mueva en múltiples direcciones. El movimiento es un buen antídoto contra las tentaciones de las microetnografías que eluden las relaciones de fuerza objetivas que operan en la comunicación y al mismo tiempo, contra los macroanálisis que tienden a confundir los “indicadores” con los “actores”. El movimiento es centralmente un antídoto contra el dogmatismo.

En la travesía de lo que ha sido, lo que está siendo y lo que será, quiero pensar con ese trovador del asfalto que es Jaime López, que “sólo los dogmáticos se van al infierno”.

Guadalajara
Marzo, 1999

BIBLIOGRAFIA:

CHAMBERS, Iain (1995): *Migración, cultura, identidad*. Amorrortu, Buenos Aires.

De CERTAU, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*. UIA/ITESO, México

FUENTES, Carlos (1994): *El nuevo tiempo mexicano*. Aguilar, México

FUENTES NAVARRO, Raúl (1998): *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

----(1997): "Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación", en *Comunicación y Sociedad* 31, septiembre, diciembre. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

MARTIN BARBERO, Jesús (1994): *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación*, en *Ciudad y cultura. Memoria, identidad y comunicación*. Universidad de Antioquia, Medellín.

----(1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, México/Barcelona.

MATTELART, Armand y Michel MATTELART (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós Comunicación, Barcelona.

OROZCO, GUILLERMO (1997): "Tendencias generales en la investigación de los medios. Un encuentro pendiente", en *Comunicación y Sociedad* 30, mayo-agosto. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

REGUILLO, Rossana (1997): "El oráculo en la ciudad: creencias, prácticas y geografías simbólicas. ¿una agenda comunicativa", en *Diálogos de la Comunicación* 49, FELAFACS, Lima.

----(1997): "Más allá de los medios, diez años después", en *Comunicación y Sociedad* 30, mayo-agosto. DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

----(1995): *Pensar la ciudad desde la comunicación. Un ejercicio necesario*, en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO/CNCA, México.

TOURAINÉ, Alain (1997): *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: El destino del hombre en la aldea global*. FCE, Buenos Aires.

entre el año dos mil y el nuevo milenio.

Enrique E. Sánchez Ruiz
Universidad de Guadalajara

CCC
AI
1250

Jorge

Introducción.

Agradezco al CONEICC el honor que me confirieron al haberme invitado a compartir con ustedes algunas reflexiones sobre el objeto de mi trabajo, en este Encuentro de aniversario. En todo caso, debo hacer una aclaración que pienso congruente con cierta postura mía de los últimos años. En lo personal, por lo mismo consciente que estoy de mis limitaciones, no me gusta asumir el papel de profeta, que tanto. Sin embargo, siento que esta posición, la que ocupó en este momento como "conferencista magistral", me sitúa en términos de ciertas expectativas para que actúe como profeta, en un doble sentido: por un lado, en el de "aquel que tira la línea" o, lo que es lo mismo, "el que predica con la neta". Al grito de "¡Yo soy aquel!", el profeta se agencia seguidores fieles, que repetirán al infinito sus enseñanzas. En este primer sentido, me siento obligado a advertir lo siguiente: ni creo que vengo a decir la última versión de la verdad absoluta, ni espero salir de aquí con una cola de devotos simpatizantes de mi versión de las cosas. No pretendo, pues, ser profeta en el sentido que criticaban Pierre Bourdieu y sus colegas (1975), en aquel famoso libro sobre *El oficio de sociólogo*¹, aunque como ellos y otros pensadores importantes no niego el derecho que tiene el estudioso serio y sistemático de ejercer algún grado de influencia y liderazgo, tanto en su campo académico, como en la sociedad más en general, con respecto a su propio objeto (Giddens, 1996).

En la medida en que me han pedido que hable del presente y del futuro de la investigación sobre medios, está el otro sentido del profeta: Aquel que predice o profetiza lo que va a pasar. Si bien durante el tiempo en que escribí esta conferencia me acerqué una bola de cristal para ver si me ayudaba a divisar el futuro, y me encomendé a Santa Internet e hice algunos otros ritos paganos y no paganos, tradicionales, modernos y posmodernos, en

¹ "Si, como dice Bachelard, 'todo químico debe luchar contra el alquimista que tiene dentro', todo sociólogo debe ahogar en sí mismo al profeta social que el público le pide encarnar" (Bourdieu et al. 1975: 43).

Todo aquello referido al futuro de la investigación sobre los medios, con respecto a lo cual mis propios actos puedan ayudar a que ocurra, contará con todo mi empeño, pero aun así, en la medida en que la construcción y el desarrollo de este campo, como el de cualquier otro, implica el desempeño de un sinnúmero de actores sociales, no podría garantizar que mis promesas en nombre del gremio de investigadores, por ejemplo, se conviertan en realidad. En este último caso, más bien hablaré de mis esperanzas y en su caso de mis temores, pero sin ningún grado de certidumbre. En suma, lo que aquí presentaré durante los próximos minutos serán mis opiniones, creencias, convicciones, esperanzas y proyecciones, temores e incertidumbres y, en algunos casos incluso mis conocimientos, con respecto a la investigación mexicana sobre medios, acerca de los cuales obviamente me responsabilizo totalmente --incluyendo las citas apropiadas-- y, si bien pretendo presentarlos con el mayor grado posible de verosimilitud y convicción, no intento inculcarlos a nadie como una doctrina o algo parecido. Es lo que yo sé, creo y pienso y si alguien coincide, qué bueno. En todo caso, yo creo que si hay opiniones y versiones diferentes a las mías, todas ellas reflejarán, como comenta Anthony Giddens en un libro reciente de defensa a la sociología, "el pluralismo que debe existir cuando uno estudia algo tan complejo y controvertible como la conducta social humana y las instituciones" (Giddens, 1996:5).

Investigación sobre medios: ¿Investigación de la comunicación?

La llamada "investigación de la comunicación", aquella que realizamos los llamados "comunicólogos", ha sido en realidad muy poco **"de la comunicación"**, y básicamente se ha centrado en los llamados **medios**. Estos, a su vez denominados "de comunicación", también lo han sido muy poco **de comunicación** --por lo menos en un cierto sentido estricto-- y suelen serlo más bien de difusión, más o menos masiva, de información y entretenimiento. Hay diversas definiciones de "comunicación"; desde las muy pragmáticas, que la igualan con la persuasión², pasando por las muy técnicas, cercanas a las primeras pero que se basan en la eficiencia de los canales o medios para transmitir información, hasta concepciones de corte

². Desde la Retórica de Aristóteles hasta la tradición de la "speech communication" en Estados Unidos.

Personalmente estoy mas cerca de estas ultimas, sin negar que tambien para comparar y poner en común se necesita algún grado de eficacia y eficiencia o instrumentalidad. Así, la comunicación, aquello de lo que **no** voy a hablar esta mañana, para mí es todo ^{**} proceso social de producción de sentido, mediante el intercambio de señales **significantes**, mismo que lleva a los participantes --agentes humanos-- a algún grado de mayor **comunidad** o puesta en común; es decir, a **compartir** en mayor o menor grado el significado del mundo, o de los "mundos posibles", de acuerdo al universo del discurso, como se dice en lógica. Si comunicar es compartir significados, entonces también es construir cultura, siendo ésta el dominio de la significación y el sentido entre los seres humanos.

Habrá que consultar a los que sí saben de eso, como Umberto Eco (1978; 1992), para profundizar sobre por qué no es lo mismo comunicación que información o significación; o cómo puede haber inferencia, significación e incluso, en cierto sentido, interpretación (por ejemplo, en una "hermenéutica de la lluvia"), sin haber necesariamente comunicación. En todo caso, hace mucho que no me encuentro discusiones teóricas sobre estos aspectos fundamentales de nuestro campo, en las revistas especializadas, por ejemplo. De manera simplona, resolveremos esto de momento, diciendo que la comunicación se logra dependiendo de si, y cómo, efectivamente **interactúan** los seres humanos que "ponen en común" significados en ese proceso de **intercambios** de señales que finalmente produce sentido. Desde este punto de vista, una sociedad "bien comunicada" es de hecho una colectividad democrática, donde en principio no cabe la desigualdad. Sería una en la que se cumpliera la utopía de Enzensberger (1976) de que cada ciudadano se constituyese en un emisor potencial, como ocurriría con la internet si todos tuviéramos acceso a la red y si no la hubiesen corrompido ya los comerciantes del ciberespacio. Coincido, pues, en líneas generales con Antonio Pasquali (1970), cuando incluye ciertos componentes ético-políticos como exigencia y criterio para diferenciar a la comunicación de la relación unilateral informativa. Es principalmente desde este punto de vista desde el cual me he atrevido a afirmar que los medios han sido muy poco de comunicación y bastante más de difusión, masiva o no, de información (en un sentido más o menos técnico); que solamente a veces,

³ . A horcajadas entre estas dos últimas estaba la concepción de Abraham Moles (1975), de quien Manuel Martín Serrano solía decir que fue el único verdadero "comunicólogo" que él conocía.

discutiremos un poco la cuestión de lo "masivo".

Definiremos a los llamados medios, de momento, a partir de dos rasgos principales que los caracterizan: son **instituciones sociales** conformadas por organizaciones con algún grado de complejidad, que operan o funcionan en el seno de la sociedad a partir y en virtud del uso de tecnologías que permiten producir y/o reproducir y/o difundir masivamente señales o mensajes a públicos más o menos diferenciados⁴. Esta será la definición de punto de partida. Los medios de difusión tradicionales incluyen a la prensa, el cine, la radio y la televisión, pero las modalidades tecnológicas han diversificado las posibilidades de información, entretenimiento y educación disponibles en la actualidad, como veremos más adelante. En las sociedades actuales, los medios de difusión se han convertido cada vez más en un componente importante de las llamadas economías post-industriales, integrándose al sector de los servicios y haciéndolos constituirse en el centro de las llamadas industrias culturales. A partir del importante papel que tuvo la prensa en la constitución de la esfera pública y de la democracia durante los últimos siglos, en especial durante el Siglo XIX en nuestro país, se les relaciona a los medios con la política y, desde luego, con el dominio de la producción de sentido en sociedad, es decir, con la cultura.

Decía yo antes que la llamada investigación "de la comunicación" lo ha sido más bien sobre los medios, y muy poco sobre "la comunicación". Aquí no hago un juicio de valor, sino que emito una descripción. A los datos me remito. Por ejemplo, en la sistematización documental que realizó Raúl Fuentes como tesis de maestría y que publicó en 1988, de 877 documentos que constituyeron su muestra de productos de la investigación realizada entre 1956 y 1986, 553, o el 63%, trataban sobre uno o varios medios, como se puede constatar en el cuadro. Seguramente como efecto acumulado de los primeros años, la prensa aparece, junto con la tele, como el medio más estudiado, con casi un veinte por ciento cada uno. Sin embargo, entre los dos sumados no alcanzan a la categoría modal, la de "medios en general", con 41.2%, que se refiere a documentos que analizan dos o más medios conjuntamente. La radio y el cine siguen de lejíto en las proporciones (7.4% y 6.3%). Estamos hablando de los primeros treinta años de investigaciones "de la comunicación" en México (por lo menos en

⁴. Notar el "más o menos", pues hoy en día el acento de "lo masivos" recae menos en los receptores como "masas" y más en las posibilidades tecnológicas para la diseminación "masiva" de mensajes.

tesis de doctorado, Fuentes (1995) reunió una muestra mayor, de 1,019 documentos, para un período bastante menor: los ocho años de 1986 a 1994. En este caso, los análisis referidos a medios se incrementaron a casi tres cuartas partes del total de documentos sistematizados (74%). Es claro que hubo un crecimiento de casi diez puntos porcentuales en la proporción de estudios dedicados a los medios. Como podría esperarse, la televisión se erigió en el medio más examinado, con el 28.6%, y con una proporción sólo un poco menor, la categoría de "Medios (varios o en general)" (26.1%). Por cierto, en la mayoría de los casos, cuando se trata de análisis sobre dos o más medios, se trata de los "medios electrónicos", usualmente radio y televisión. Ya en este período se perdió interés en la prensa (10.08%), que seguía de la radio (13%), medio que ha retomado un lugar importante en la vida de los ciudadanos durante los últimos dos o tres lustros. Una categoría de objeto de estudio, que no se encontraba presente en el primer recuento, comienza ya a despuntar en esta segunda sistematización: la de "nuevas tecnologías/telecomunicaciones", a la cual se dedican casi un diez por ciento de los documentos. De los 709 registros que permitían conocer los "sujetos" de indagación, un poco más de la mitad (51%) se aplicaba a los "sistemas/instituciones de medios", menos de un quinto (18.5%) versaba sobre las audiencias y el resto se refería a otros tipos de actores sociales. Hay que aclarar que, a pesar de la prevalencia de estudios sobre "los emisores", en muy pocas ocasiones se les analiza en cuanto tales propiamente. ¿Qué quiero decir con esto? Que en muy pocos casos nos encontramos con la observación de actores sociosemióticos en su especificidad comunicativa (individuos, grupos u organizaciones que ejercen ciertas competencias comunicativas y saberes sociales con el fin de encodificar mensajes o "propuestas de sentido"); y lo que más frecuentemente hallamos es el análisis de las instituciones de medios en tanto actores sociopolíticos, que interactúan con el Estado y otros grupos sociales (incluyendo sus audiencias) estrictamente bajo la óptica del poder. Ni siquiera las pocas investigaciones que conozco, que para el caso de México se agotarían con los dedos de una mano, que han estudiado a las organizaciones de medios desde por ejemplo el marco de la sociología de "newsmaking", han hecho el análisis sociosemiótico que significaría el entendimiento propiamente semiótico-comunicacional de los procesos de producción de mensajes en los medios. Tenemos ahí una asignatura pendiente para el futuro inmediato,

tanto para la discusión teórica como para la investigación empírica. En su mayoría de los casos, en nuestro país, se ha estudiado a las organizaciones e instituciones de medios como actores políticos o entidades económicas. Varias de las investigaciones que yo he realizado, son de este tipo. Por lo tanto, no estoy tanto criticando aquí lo "insuficientemente comunicacional" de nuestros análisis, como simplemente corroborándolo de nuevo. De hecho, yo estoy en principio de acuerdo con la multiplicidad de puntos de vista para examinar el funcionamiento de los medios en la sociedad. Que los medios no se agoten en su ser sociosemiótico y comunicacional, y que requieran múltiples acercamientos desde diversas otras dimensiones de su desarrollo histórico (como entidades económicas, actores políticos, además de organizaciones complejas y lugar de operación de tecnologías, etcétera), para ser mejor comprendidos, significa simplemente que son **objetos complejos y multidimensionales**. Pero seguiremos retomando este reto a lo largo de esta charla.

En el recuento que hizo Tere Tovar de las colaboraciones a *Comunicación y Sociedad* durante sus primeros diez años de vida, es decir de 1987 a 1997, casi dos terceras partes (63%) de los artículos analizaba específicamente algún aspecto de los medios, siendo la televisión el que más atención recibió con el 21.2%; medios en general (dos o más) 13.4%; radio 4.7% y cine 3.6%, al igual que "nuevas tecnologías". Personalmente sospecho que algunas categorías como la de "políticas estatales" o "globalización cultural" y otras de la clasificación de Tere Tovar, se referían **también** a cuestiones de medios de difusión, con lo que la proporción podría elevarse dos o tres decenas de puntos porcentuales más. Pero sirva también como indicador.

Pero regresando a los datos de las sistematizaciones de Fuentes, hay una tendencia interesante en términos de los enfoques o "marcos disciplinarios" de los que parten las pesquisas, pues muestran claramente lo poco —y de hecho, cada vez menos— "comunicacional" que ha ido siendo la investigación en nuestro campo. Así, de acuerdo con las definiciones que el propio Raúl utilizó para clasificar los documentos, en el primer período un tercio de ellos tenía un enfoque sociológico, mientras que durante el segundo lapso este "marco disciplinario" se incrementó a casi la mitad del corpus (45.44%). Por contraparte, los registros que Fuentes clasificó como "comunicacionales", disminuyeron del 22.8% al 15.5%. Prácticamente cualquier otro marco se vio disminuir de un recuento al

erigiendo la sociología como el "marco disciplinario" preferido por quienes poblamos este campo tan aún marginado dentro de las ciencias sociales. Algunos incluso hemos declarado explícitamente que nuestro punto de partida teórico-metodológico es de índole sociológica (Sánchez Ruiz, 1992; 1997; González Sánchez, 1990; 1993). Si bien es cierto que en recuentos recientes de la sociología mexicana, no hay ningún reconocimiento a alguna "subdisciplina", o área subdisciplinaria, como "sociología de la comunicación", o "sociología de los medios", o algo similar, esto no se puede —ni se debe, creo yo— interpretar en el sentido de que no haya lugar en la sociología para este dominio de la realidad tan importante para la definición del mundo finisecular contemporáneo.⁵ El que los "sociólogos oficiales" en México nos ignoren, o ignoren nuestros trabajos y aportaciones al conocimiento sociológico del mundo contemporáneo, se debe a su propia ignorancia, pero también a que nosotros hemos remontado muy lentamente aquella "múltiple marginalidad" que hace diez años encontramos Raúl Fuentes y un servidor, que caracterizaba a la llamada "investigación de la comunicación", en términos del estatus social y de la competencia por los apoyos y las prioridades del desarrollo (Fuentes y Sánchez, 1989).

Para aquellos de ustedes que no sepan esta historia, brevemente se las cuento. Haciendo un análisis sobre las condiciones para la investigación de campo en nuestra área y en nuestro país, nos dimos cuenta de cómo en líneas generales la investigación científica está marginada de las prioridades públicas y privadas para el desarrollo nacional (en algunos casos, aun en los lugares donde debe realizarse esta labor, como en las propias universidades). A su vez, las ciencias sociales sufren un cierto grado de marginalidad en relación con las ciencias "duras", las exactas y naturales, que reciben más apoyos y reconocimiento, en especial aquellas cuya labor de investigación se supone que está ligada no solamente a la producción de conocimiento, sino también, de tecnología. Y dentro mismo de las ciencias sociales y humanidades, el campo de la "investigación de la comunicación" se percibe como una especie de "hermana pequeña", recién llegada, lo que a su vez se traduce en el tercer grado de marginación. Posteriormente se sugirieron otros grados y ámbitos de marginalidad, como aquella referida a las escasas vinculaciones con las profesiones del

⁵ Ver por ejemplo los números monográficos de la revista *Sociológica* (Núm. 23: "Las sociologías especializadas: Un estado de la cuestión"; y 24: "La sociología en México. Una aproximación histórica y crítica". O el volumen coordinado por Juan Felipe Leal y colegas (1994) sobre *La sociología contemporánea*

comunicador e, incluso, a partir de la escasa articulación entre la investigación y la docencia en el campo de la comunicación (Sánchez Ruiz, 1995). Aun recuerdo cuando en un panel de la AIERI, en 1992 en Svo Paulo, mencioné la "triple marginalidad", se me acercó Ellen Wartella, a la sazón presidenta de la International Communication Association, a comentarme cómo se reconocía en mi descripción. Es decir, que hasta en las "mejores familias" ha sucedido esto de la marginación a los "comunicólogos". Pero no todo es marginalidad para nosotros, y cada vez lo es menos en el contexto de las ciencias sociales.⁶ Por ejemplo, en el Congreso Mundial de Sociología que tuvo lugar el año pasado en Montreal, se abrió una sección dedicada a las industrias culturales y la llamada "sociedad de la información", con el mismo estatus que cualquier otra. En general, en los diversos ámbitos a nivel internacional de las ciencias sociales, paulatinamente se abren espacios para la participación de los llamados "comunicólogos", o "mediólogos", como en la Latin American Studies Association (LASA), donde también recientemente se abrió una sección sobre medios. El análisis posterior de Fuentes (1995) ha demostrado que en el campo académico han ido ocurriendo procesos de profesionalización, de institucionalización y de legitimación, que poco a poco han ido comenzando a vencer esa múltiple marginalidad que hemos padecido. Yo espero que en el milenio próximo recibiremos el reconocimiento pleno en los diversos ámbitos e iremos remontando marginalidades.

Por la misma complejidad de nuestro objeto de estudio, es que hemos argüido que un enfoque solamente "comunicacional" no es suficiente para su mejor conocimiento, explicación y comprensión. Quizás tiene razón Raúl Fuentes (1997b) sobre que el enfoque necesario es una "nueva teoría social", de naturaleza "posdisciplinaria", basándose argumentativamente entre otros, en planteamientos recientes de Immanuel Wallerstein y una serie de seguidores, entre quienes se encuentra, en México, don Pablo González Casanova.⁷ Pero también podría tener razón yo, cuando he sugerido que la disciplina que es capaz de

en México; y el volumen que conjunta a grupos de la UNAM y de la UAM (Varios, 1995), sobre *Estudios de Teoría e historia de la sociología en México*.

⁶. Véase el Volumen IV de la colección publicada por FLACSO y la UNAM recientemente, sobre *La teoría social latinoamericana* (Marini y Millán, 1996), donde se abre una pequeña sección con revisiones sobre "cultura y medios de comunicación".

⁷. Curiosamente, durante los cuatro años en que fue presidente de la Asociación Internacional de Sociología, Wallerstein hizo hasta lo imposible para convencer a sus colegas de que la sociología ya había cumplido su cometido histórico y que debía ser substituida por una nueva "ciencia social." Ver los

integrar teórico-metodológicamente las múltiples dimensiones de operación histórico-social de los medios de difusión y las industrias culturales, es la sociología, secundando la defensa que hace Anthony Giddens de esa disciplina:

La mayoría de los debates que acaparan los encabezados intelectuales hoy en día, a través de las ciencias sociales, y aun de las humanidades, llevan un fuerte insumo sociológico. Los sociólogos han sido pioneros en las discusiones sobre el posmodernismo, la sociedad post-industrial o de la información, la globalización, la transformación de la vida cotidiana, género y sexualidad, la cambiante naturaleza del trabajo y la familia, las clases y la etnicidad. ... Más que ninguna otra faena intelectual, la reflexión sociológica es central para aprehender las fuerzas sociales que están rehaciendo nuestras vidas hoy (Giddens, 1996: 6).

Pero podrían surgir varias otras posibilidades disciplinarias, aunque creo que todas aquellas que partan de la inter- pluri- o transdisciplinaridad, serán más fértiles. Para el siglo próximo, yo creo que los estudios sobre medios, atenderán mayormente las dimensiones propiamente comunicativas y sociosemióticas, además de aquellas que ocupan el recurso a otras disciplinas y objetos de estudio.

Los medios, sus múltiples dimensiones y la historia reciente de México. Algunos retos de investigación para el nuevo milenio.

Hay pues una serie de dimensiones fundamentales sobre las que hay que pensar el devenir reciente de los medios de difusión masiva en nuestro país y en el mundo. Desde ciertas ópticas, podría parecer que hay una dimensión o dos que son más centrales ("esenciales"), por ejemplo, la tecnología y la innovación tecnológica pueden ser pensadas como los motores del desarrollo actual y futuro de los medios; pero la tecnología no opera en un vacío, sino usualmente, en el mundo contemporáneo, en un entorno económico que dicta los ires y venires, usos y costumbres, sociales, productivos e improductivos, a los que será aplicada la novedad tecnológica. Por otro lado, una buena parte de las innovaciones tecnológicas de este postrero Siglo XX, se originaron en investigaciones militares, de donde en el origen las acompaña y encamina también, por ejemplo, la política. Esto, sin demérito del papel fundamental que ya apuntamos con respecto a la construcción de la democracia. Y donde siempre vienen a repercutir las tecnologías del conocimiento, la información, la

difusión y la comunicación, es en la(s) cultura(s): de los individuos, las familias, los grupos y movimientos, categorías y clases sociales, ciudades, regiones, países, regiones, ... y en el mundo. Mi apuesta es la de que muchas de estas dimensiones han sido en apariencia bastante estudiadas, pero en virtud de lo históricamente cambiante que resulta este objeto de conocimiento, por lo vertiginosos que son cada vez más los cambios históricos, son muchos los retos que tenemos por delante. El objeto de nuestra reflexión es entonces complejo y cambiante y requiere para su mejor entendimiento, repito, diversas ópticas teóricas y disciplinarias.

Pero, se preguntarán ustedes, especialmente —quizás— los más jóvenes ¿Qué trae éste cuate, con tanta palabrería sobre complejidad, multidimensionalidad, transdisciplinariedad, etc.? ¿Por qué sale con que hace "investigación sociológica", si su objeto de estudio son los medios y por lo tanto, los que debe hacer es "investigación de la comunicación"?

Ojalá que la realidad fuese lineal, unidimensional, simple, pero no. La realidad se empeña en ser oscura, compleja, multidimensional. Veamos la figura. Eso que vemos ahí quiere representar, ya simplificado, la operación social e histórica de los medios de difusión masiva. Cada medio-institución, por ejemplo, la prensa, está constituido por una serie de organizaciones más o menos complejas, cuyo trabajo principal estriba en "construirle la realidad" a sus lectores, es decir, en recurrir a una serie de operaciones de codificación, o mediaciones expresivas, para: a) atraer audiencias; b) mantener su atención; c) ofrecerles un relato; d) que los haga sentir que están informados, o entretenidos, para e) retenerlos como audiencias y repetir la relación a través del tiempo. ¿Y ya? Recordemos que los fines de los medios actuales no son puramente comunicativos. Ya sabemos, pues, que aquellos no operan en un vacío histórico-social. Así, no se escapan en estos tiempos —todavía— neoliberales, de los mandatos ciegos del mercado. En este aspecto, también, la política económica "neoliberal" ha determinado, para bien o para mal, el destino de nuestros medios durante las últimas dos décadas. Así, vimos disminuirse la presencia estatal en los medios, de manera espectacular a principios de los noventa con la venta del famoso "paquete de medios" que incluía a TV Azteca, y en una forma un tanto más discreta, más recientemente, con la privatización de PIPSA y el cierre de *El Nacional*. Con la privatización y el retiro gubernamental, también estamos presenciando la virtual desaparición

de la industria del cine mexicano, lo que demuestra que al parecer las señales del mercado sólo nos orillarán a quedarnos en una posición de meros receptores y consumidores filmicos. Estamos en este momento, en esta discusión, en la óptica desde la cual los medios son predominantemente empresas capitalistas, sujetas a los vaivenes de las fuerzas del mercado y a lo adecuado o no de políticas económicas. No podemos entender esta dimensión, sin el insumo disciplinario de la economía política. En México prácticamente no hay investigadores que, viniendo de la economía, analicen estos aspectos centrales de nuestros medios de difusión e industrias culturales. Ampliemos un poco más la descripción.

En el mundo se observa una tendencia, en los últimos años, de las llamadas **megafusiones**, o de alianzas estratégicas entre grandes consorcios de medios y de servicios relacionados al sector de la información y la telemática. Otra faceta de este movimiento se concreta en las adquisiciones de las empresas pequeñas pero rentables, por las grandes transnacionales. Esta convergencia entre empresas de medios y de otros rubros relacionados como los satélites o los servicios de internet, los relacionados ^{con} los ahora llamados "multimedia", etcétera, reflejan a su vez una convergencia de índole tecnológica, que tiene un centro de gravedad en la **digitalización**. Hoy en día ya no es ciencia ficción pensar en la posibilidad de recibir la señal de una película digital interactiva por internet y grabarla en un CD o en un DVD, lo cual si se trata de música es más sencillo. Igual, los periódicos impresos están haciendo cada vez más uso del satélite para distribuirse e imprimirse en diversas ciudades más rápidamente, o en versión web, etc. Las combinaciones son muchas. Además de los usos referidos al almacenamiento y recuperación de información "dura", para toma de decisiones, estas tecnologías convergentes añaden amplias posibilidades de entretenimiento y educación. Así, de hablarse sobre "autopistas de información", de igual manera se puede denominarlas "autopistas de la diversión" (Tremblay, 1995), o de la educación.

Estamos, pues, en el umbral de una nueva era, cuyo motor es la tecnología digital. En el caso de los medios electrónicos, ésta tendrá consecuencias muy importantes: El sistema analógico, caracterizado por la escasez de frecuencias, está siendo sustituido por un sistema nuevo en el que se podrá disponer de cientos de emisoras de radio y televisión digitales. Aumentará la interactividad y los espectadores podrán solicitar e incluso organizar las programaciones que les interesen. Se puede ofrecer al espectador todo un conjunto de

nuevos servicios, tales como la telecompra, los servicios financieros, el correo electrónico e incluso el acceso a internet. Asistiremos en los próximos años a una verdadera explosión de la oferta y la demanda de contenidos audiovisuales. Y ¿Cómo se cubrirá la nueva demanda audiovisual que tales nuevas tecnologías generarán en nuestra nación? México es un "país exportador", se dice que el más importante de habla hispana, de productos audiovisuales, específicamente de programas televisivos. Sin embargo, por la estructura altamente oligopólica que ha caracterizado tanto a la televisión, como crecientemente al cine mexicanos, en realidad nuestro país no cuenta con un sector audiovisual, sino con una empresa que es productora importante, tanto de televisión como de cine, pero que me temo no será suficiente para cubrir las necesidades ampliadas de producción.

Por ejemplo, un "género televisivo" central es el propio cine. De la tele aérea normal, alrededor de un 20% del tiempo de programación se dedica a películas cinematográficas (el primer lugar en la oferta). Por cierto, alrededor del 60% del total son de Estados Unidos, proporción que (en horario triple A se incrementa a tres cuartas partes, mientras que del tiempo de películas, el componente mexicano ^{DISMINUYE} pasa de dos quintas partes a un quinto en el horario de mayor auditorio. En las nuevas modalidades de televisión de paga, los largometrajes aumentan su presencia a más de la mitad (80% del total procedente de Estados Unidos). En la actualidad la mayor proporción del cine mexicano que se ve en televisión es de filmes viejos, muchos de ellos clásicos en blanco y negro de Pedro Infante o de Cantinflas. Pero en la medida en que cada año se están produciendo menos películas, los acervos irán disminuyendo y ese tiempo se irá cubriendo con cine de importación, principalmente hollywoodense, como ya pasa en las salas cinematográficas (Sánchez Ruiz, 1997; 1998). De nuevo, una o dos empresas productoras eventualmente no podrán competir con el alud de oferta audiovisual en los mercados mundiales, que está provocando el que otros gobiernos se den cuenta de las nuevas condiciones y ejerzan políticas que he llamado "neoproteccionistas", como las de nuestro socio en el TLC, Canadá, que "protejen" y promueven la formación y consolidación de un sector audiovisual competitivo al interior y en los mercados de exportación. Políticas similares siguen los 15 países que conforman la Unión Europea, mismos que incluyen a los principales productores audiovisuales de Europa, como Alemania, Inglaterra, Francia, Italia y España. Los gobiernos europeos se han dado

¿SE NECESITA?
MÁS PAÍS
LLAMAR
LA PROGRAMACIÓN
CLAVAR
TELE

cuenta de que el sector audiovisual es muy importante, para ser dejado en las "manos invisibles" de las fuerzas del mercado: Dice un documento reciente de la U.E.:

No debe pues subestimarse la importancia de la industria audiovisual. Para la gran mayoría de los europeos es la principal fuente de información no sólo de lo que pasa en el mundo, sino también de la naturaleza de ese mundo. Desempeña un papel fundamental en el desarrollo y en la transmisión de los valores sociales e influye no sólo en lo que los ciudadanos ven, sino también en cómo entienden lo que ven. Es la principal fuente de ocio y de cultura.

Es evidente, por tanto, la importancia capital de esta industria para cualquier sociedad. Pero también es evidente que hay una proporción mayoritaria de producciones importadas en el mercado audiovisual europeo (Oreja, 1998: 5).

Es importante mencionar que los planteamientos en que se basan las políticas "neoproteccionistas" a las que hago referencia, provienen de un insumo fundamental de investigación, que contratan o convenian las comisiones gubernamentales o intergubernamentales, como en el caso de la Unión Europea, según el caso con Universidades o con instancias privadas de investigación. Por otro lado, ¿Cómo llego yo al conocimiento de lo que se hace en otros lados del mundo con respecto al uso de los medios en función de objetivos de desarrollo nacional, o regional? Pues de la investigación comparativa. En México prácticamente no tenemos tradición de investigación internacional comparativa, lo que apenas en los últimos años se está reduciendo con esfuerzos como el Proyecto Monarca, en el que participabamos gentes de la UNAM, de la UAM, del Tec de Monterrey y de la U. de G., en conjunto con un grupo de estudiosos canadienses; o a partir del programa de Maestría en Comunicación Internacional del Tec. de Monterrey. (Mencionar el proyecto México-Brasil en los ochentas). Además de tratar de impulsarse en algunos países el desarrollo tecnológico propiamente, se reconoce la necesidad estratégica de desarrollar lo que se ha denominado las "industrias de contenidos" (D'Souza et al, 1997). Se sugieren incluso políticas regionales de fomento a "parques culturales" (Zallo et al, 1995), así como hay "parques industriales". Así, por ejemplo en España, Barcelona se está especializando en el desarrollo de todo tipo de programación para multimedia, al igual que Quèbec en Canadá.

Ahora bien, al hablar de políticas públicas, hemos pasado del análisis de las dimensiones económica y tecnológica, a la intersección con la política, para lo cual cae muy bien el que utilicemos, además de herramientas "propiamente comunicacionales", aquellas

Por ejemplo, a nosotros en México nos parece normal, o natural el que una o dos empresas produzcan y distribuyan todo tipo de mensajes televisivos. Sin embargo, prácticamente desde el inicio de la televisión en Estados Unidos se legisla para que las empresas emisoras, las grandes redes o cadenas distribuidoras de señales, no produzcan más que los programas informativos, y que todo lo de ficción se compre, lo que propició el desarrollo descentralizado de un sector de la producción de ficción televisiva—las series, comedias, etc.—alrededor de Hollywood. Así, hoy tenemos que producen televisión los 7

Se podría pensar que, al fomentar la concentración de la propiedad en los sectores de la comunicación y de telecomunicaciones, se da respuesta a nuestros problemas de competencia con Estados Unidos; no obstante, al apostar, como dice el refrán, por *el caballo ganador*, se podrían ocasionar nuevas dificultades, en la medida en que afecta a la posibilidad de construir una cultura política democrática. En otras palabras, hay bienes contradictorios que se debe tratar de reconciliar (ibid).

Un aspecto importante a recordar es que las dimensiones no están aisladas unas de otras y que operan a diversos planos o niveles, desde el individual, el grupal, ... hasta llegar en la actualidad al "global". Así, no se puede aislar la discusión de por ejemplo la competitividad de las industrias culturales, con respecto a la tan traida y llevada "transición a la democracia". Entonces, independientemente de que, como ya mencioné antes, una empresa no constituye un sector industrial, en el México—todavía—neoliberal de hoy parece haber implícitamente la opción de apoyar al grupo líder en el sector audiovisual, sin propiciar que se generen más opciones competitivas, en la medida en que tal grupo ha convenido a todos en nuestro país y fuera de él, que es la única opción para que México pueda seguir siendo un exportador audiovisual importante. Pero se supone que la política audiovisual busca, además de la competitividad internacional, "contribuir al logro de un pluralismo auténtico y de un amplio compromiso democrático..." (Schlesinger, 1995: 18). Regresando a la Unión Europea, el analista inglés Philip Schlesinger, quien por cierto se ha interesado por Latinoamérica en varios de sus escritos, comenta:

provenientes de la ciencia política, la psicología, la antropología, la sociología y la sociología políticas. Regresando a los estudios comparativos, éstos como podemos ver a partir del ejemplo anterior, son muy útiles para hacer en nuestro propio país sugerencias de políticas públicas, que puedan alimentar discusiones como las que ha habido últimamente en nuestro país con respecto a las legislaciones cinematográficas y "de comunicación social".

grandes estudios californianos, que se agrupan en la Motion Picture Association of America (MPAA), y los alrededor de 130 pequeños estudios de la American Film Marketing Association, que dan cuenta de cerca de la mitad de las exportaciones audiovisuales de Estados Unidos. ¡Y nosotros nos ponemos felices porque TV Azteca ya quiere comenzar a competirle a Televisa en la producción y las exportaciones! No solamente estamos hablando de economía (monopolio vs competencia), o de política (control monopólico de recursos de poder), sino también de cultura política. El futuro me contradirá, pero mi hipótesis es que a largo plazo no vamos a ser competitivos en los mercados internacionales, mientras no se propicie la competencia amplia al interior del país, como se está tratando de hacer en Canadá y Europa. Y esto no va a suceder mientras no cambie la mentalidad predominante en México, que me parece es una cultura política autoritaria, muy afín con es monopolio de cualquier tipo. Estados Unidos es la cuna del neoliberalismo actual, pero también es un país en el que ha prevalecido la antipatía hacia los monopolios, en las formaciones ideológicas dominantes ¿Cómo sabemos lo que ha pasado en otros países como Estados Unidos, en la conformación de su sistema de medios? Pues mediante la investigación histórica y comparativa, que nos puede ayudar a derribar mitos e ídolos como el de que solamente “hay de una”, para entrarle al neoliberalismo y la globalización: es decir, privilegiando y favoreciendo a grupos altamente concentrados y centralizados, y articulándonos subordinadamente a Estados Unidos.

Regresemos a la dimensión política. Si bien ésta ha sido una de las más analizadas en nuestro país, aunque principalmente en lo que se refiere a los medios como actores políticos vinculados al Estado o al personal político gubernamental, o articulados con intereses políticos determinados, etcétera, es importante continuar desvelando los intereses que operan detrás de estos fundamentales vehículos de influencia social, que no son únicamente aquellos derivados de la rentabilidad y la mercadotecnia. La tendencia de las “megafusiones” que hemos descrito antes no ha llegado demasiado aceleradamente a México y se ha podido observar por ejemplo principalmente en la radio, donde en los últimos dos lustros ha habido una serie muy de acomodos, alianzas estratégicas compras, fusiones y adquisiciones, entre grupos, que han llevado al medio a mostrarse más concentrado y centralizado que hace unos doce años, cuando yo hice un balance sobre la centralización de los medios en nuestro país (Sánchez Ruiz, 1987). Ahí concluía yo que la estructura altamente concentrada (en pocas

manos) y centralizada (geográficamente, pero también en tanto sistema de poder), era un obstáculo formidable para que tales medios de difusión contribuyeran a la democratización del país. Si analizamos el devenir histórico-político mexicano de los últimos veinte años, podremos concluir en que sí se ha avanzado en términos de un orden cada vez más democrático. Pero ¿Qué tanto han contribuido los medios a que se lograsen los avances que se han dado? ¿Hasta qué grado la democratización no ha ocurrido a pesar de estructuras oligopólicas y altamente centralizadas como la de la televisión mexicana? Hay indicios de que más bien ha sido la televisión la que ha cambiado ante el reclamo democrático de la sociedad, de los partidos y de los movimientos sociopolíticos. Hay grandes avances ya en el campo con respecto a este nivel, más o menos macrosocial, de operación de los medios en la dimensión política. Pero, de nuevo, la realidad es cambiante y por lo tanto no podemos pensar que ya "la atrapamos", y menos dentro de marcos abstractos, intemporales y universales, como piensan unos cuantos colegas.

Pero de la dimensión política, y a horcajadas con la dimensión cultural, es urgente comenzar a investigar empíricamente, en este período de transición democrática en que nos queremos ubicar, las configuraciones de sentido que proponen los medios todos, en términos de una posible cultura política más democrática, participativa, abierta, tolerante y plural en todos los ámbitos de la vida cotidiana y no solamente con respecto a las elecciones, el gobierno y los partidos políticos. Así, debemos analizar todas las mediaciones expresivas de los diversos medios, tanto en sus géneros propiamente informativos como en los de entretenimiento, para ver si se proponen representaciones sociales y programas de acción acordes con valores más propicios a la democracia, o si refuerzan patrones culturales más tradicionales, conservadores y autoritarios. Por ejemplo, yo tengo la hipótesis de que a la mejor toda la violencia que se ha incrementado en los medios mexicanos en los últimos años podría estar cultivando, en el mediano plazo, patrones de pensamiento y representaciones sociales afines a una "personalidad autoritaria" en términos del Theodoro Adorno, que serían las contrapartes psicosociales de una cultura política autoritaria, basada en una percepción de un "mundo malo", en la desconfianza al prójimo y en la dependencia exagerada de las autoridades establecidas. Todavía no cubrimos satisfactoriamente las lagunas conceptuales y empíricas que nos quedan y por lo tanto, hay mucho trabajo por delante.

De la recepción y los públicos de los medios es difícil hacer un balance en este limitado espacio-tiempo. En este caso, si bien hemos dado grandes adelantos en la comprensión de estos procesos a partir de un cierto enfoque "culturalista" latinoamericano al que han contribuido Jesús Martín Barbero, Jorge González y Guillermo Orozco entre otros, yo creo que el reto y asignatura pendiente que tenemos se refiere a las influencias acumuladas y de largo plazo de los medios en sus audiencias. Dice Guillermo Orozco:

Hacia el final del presente milenio, los ERT (Estudios de recepción televisiva) en América Latina se enfrentan al gran desafío de abordar, por una parte, la especificidad regional de los fenómenos contemporáneos relacionados al globalizado intercambio informativo y cultural, posibilitado por los avances tecnológicos en la televisión y los demás medios y tecnologías digitales, que están incrustándose aceleradamente en la vida cotidiana de las audiencias. (...) Por otra parte, los ERT se enfrentan al enorme desafío de explorar las renovadas manifestaciones contemporáneas de la hegemonía, que por supuesto no ha desaparecido con la posmodernidad... (Orozco, 1999: 4)

COLOFON

Los retos y las tareas pendientes son muchas para los investigadores sobre los medios de difusión, en la medida en que los cambios tecnológicos e históricos son vertiginosos en la actualidad.

Pero yo creo que hay una serie de exigencias que es imposible soslayar:

- a) La investigación de medios debe ser rigurosa. Debemos aprender a usar técnicas y métodos de indagación y dejar de pretender que una teoría o un rollo abstracto nos va a explicar o a ayudar a comprender cómo operan históricamente los medios.
- b) Es fundamental que la investigación empírica ^{ARTICULO DIV (NUEVA TIPO)} ~~interactúa~~ con teorías, ya sea de las llamadas "de la comunicación", como con teorías más generales de las ciencias sociales, para que la ^{PERO LO} ~~investigación~~ ^{QUE SE} ~~sea~~ un empirismo ciego y permita generalizar y relacionar los hallazgos con conceptos y hallazgos de otro orden. ^{Y OTROS AMBITOS}
- c) La investigación sobre medios debe buscar ser útil, pero en un sentido amplio: tan útil es proveer de conciencia histórica a los medios con estudios historiográficos o histórico-estructurales de su devenir y operación social, como para fundamentar procesos de educación crítica para la propia recepción, como el proveer información y conocimiento críticos para la toma de decisiones y para las políticas públicas. Pero...

d) Es también esencial que la investigación sobre medios en México y en América Latina siga siendo crítica, y que busque contribuir a formas de desarrollo más justas para las mayorías desamparadas por las inhumanas políticas neoliberales.

BIBLIOGRAFIA

Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon y Jean-Claude Passeron. (1975) *El oficio de sociólogo*. México: Siglo XXI.

ECO, Umberto (1978) *Tratado de Semiótica General*. México: Nueva Imagen/Lumen.

_____ (1992) *Los límites de la interpretación*. México: Editorial Lumen.

ENZENSBERGER, Hans Magnus (1976) "Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación", en Jaime Goded (comp.) *Los medios de la comunicación colectiva*. México: UNAM/FCPS (Serie Lecturas, Num. 1).

FUENTES NAVARRO, Raúl (1988) *La investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental, 1956-1986*. México: Ediciones de Comunicación.

_____ (1995) *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara/CIESAS de Occidente.

_____ (1997a) "Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987-1997", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 30, Mayo-Agosto.

_____ (1997b) "Retos disciplinarios y posdisciplinarios para la investigación de la comunicación", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 31, Septiembre-Diciembre.

FUENTES NAVARRO, Raúl y Enrique E. Sánchez Ruiz (1989) *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO (Cuadernos Huella, Núm. 17).

GIDDENS, Anthony (1996) *In defence of sociology. Essays, interpretations & rejoinders*. Cambridge: Polity Press.

GONZÁLEZ SANCHEZ, Jorge A. (1990) *Sociología de las culturas subalternas*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

_____ (1993) "Metodología y sociología reflexivas. Navegar procelosos mares del Placer", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Núm. 15.

LEAL Y FERNANDEZ, Juan Felipe et al (coords.) *La Sociología contemporánea en México. Perspectivas disciplinarias y nuevos desafíos*. México: UNAM-FCPS.

MARINI, Ruy Mauro y Margara Millan (coords.) (1996) *La teoría social latinoamericana. Cuestiones contemporáneas, Tomo IV*. México: FLACSO/UNAM/Ediciones El Caballito.

MOLES, Abraham (coord.) (1975) *La comunicación y los mass media*. Bilbao: Ediciones Mensajero, Diccionarios del Saber Moderno.

MORAN, María Luz y Ana Inés López Accotto (comps.) (1998) *Hacia una sociología mundial? Reflexiones desde las periferias*. Número doble especial (82-83) de *Zona Abierta*. Madrid: Editorial Pablo Iglesias.

OREJA, Marcelino (1998) "Chairman's message" en *The digital age: European audiovisual policy. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy*. Bruselas: European Commission.

OROZCO GOMEZ, Guillermo (1999) "Los caminos de la recepción televisiva en America Latina" Texto preparado para el número especial de la revista PROBLEMES d'AMÉRIQUE LATINE. Francia. Enero de 1999.

PASQUALI, Antonio (1979) *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1988) "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México", en E.E. Sánchez Ruiz (comp.) *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación/Universidad de Guadalajara.

_____ (1992) *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

_____ (1995) "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) **Campo académico de la comunicación: Hacia una reconstrucción reflexiva**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

_____ (1996) "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en **Comunicación y Sociedad**, Núm. 27, Mayo-Agosto.

_____ (1997) "Algunos retos para la investigación Mexicana de comunicación. Una reflexión personal (en diálogo con Raúl Fuentes)", en **Comunicación y Sociedad**, Num. 30, Mayo-Agosto.

_____ (1998) "El cine mexicano y la globalización: Contracción, concentración e intercambio desigual?", en J. Burton-Carvajal, P. Torres y A. Miquel (comps.) **Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y Pedagogía del Cine Mexicano, Latinoamericano y Chicano**. México: U. de G./Instituto Mexicano de Cinematografía.

(1999) "Industrias culturales, globalización y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación", Documento preparado para el Grupo de Discusión "Globalización e Industrias Culturales", el X Encuentro CONEICC. Colima, 3-5 de Marzo.

SCHLESINGER, Philip (1995) "¿Debemos preocuparnos por Norteamérica?", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

TOVAR PEÑA, Teresa (1997) "Una década de *Comunicación y Sociedad*", en *Comunicación y Sociedad, Índice Acumulativo, 1987-1997*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

TREMBLAY, Gaëtan (1995) "Las autopistas de la diversión en Canadá", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

VARIOS AUTORES (1995) *Estudios de teoría e historia de la sociología en México*. México: UNAM-FCPS/UAM-Azcapotzalco.

WALLERSTEIN, Immanuel (ed.) (1998) *The heritage of sociology and the future of the social sciences in the 21st Century*. Número especial de *Current Sociology*, Vol. 46, Núm. 2, Abril.

ZALLO, Ramón, et al (1995) "Los parques culturales en Europa", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

El futuro ya llegó: La investigación sobre medios,
entre el año dos mil y el nuevo milenio.

CCC
AI
1250

Enrique E. Sánchez Ruiz
Universidad de Guadalajara

Introducción.

Agradezco al CONEICC el honor que me confirieron al haberme invitado a compartir con ustedes algunas reflexiones sobre el objeto de mi trabajo, en este Encuentro de aniversario. En todo caso, debo hacer una aclaración que pienso congruente con cierta postura mía de los últimos años. En lo personal, por lo mismo consciente que estoy de mis limitaciones, no me gusta asumir el papel de profeta, que tanto. Sin embargo, siento que esta posición, la que ocupó en este momento como "conferencista magistral", me sitúa en términos de ciertas expectativas para que actúe como profeta, en un doble sentido: por un lado, en el de "aquel que tira la línea" o, lo que es lo mismo, "el que predica con la neta". Al grito de "¡Yo soy aquel!", el profeta se agencia seguidores fieles, que repetirán al infinito sus enseñanzas. En este primer sentido, me siento obligado a advertir lo siguiente: ni creo que vengo a decir la última versión de la verdad absoluta, ni espero salir de aquí con una cola de devotos simpatizantes de mi versión de las cosas. No pretendo, pues, ser profeta en el sentido que criticaban Pierre Bourdieu y sus colegas (1975), en aquel famoso libro sobre *El oficio de sociólogo*¹, aunque como ellos y otros pensadores importantes no niego el derecho que tiene el estudioso serio y sistemático de ejercer algún grado de influencia y liderazgo, tanto en su campo académico, como en la sociedad más en general, con respecto a su propio objeto (Giddens, 1996).

En la medida en que me han pedido que hable del presente y del futuro de la investigación sobre medios, está el otro sentido del profeta: Aquel que predice o profetiza lo que va a pasar. Si bien durante el tiempo en que escribí esta conferencia me acerqué una bola de cristal para ver si me ayudaba a divisar el futuro, y me encomendé a Santa Internet e hice algunos otros ritos paganos y no paganos, tradicionales, modernos y posmodernos, en

¹ "Si, como dice Bachelard, 'todo químico debe luchar contra el alquimista que tiene dentro', todo sociólogo debe ahogar en sí mismo el profeta social que el público le pide encarnar" (Bourdieu et al, 1975: 43).

realidad no pondría mi mano al fuego por las "profecías" que adelante me atrevo a proferir. Todo aquello referido al futuro de la investigación sobre los medios, con respecto a lo cual mis propios actos puedan ayudar a que ocurra, contará con todo mi empeño, pero aun así, en la medida en que la construcción y el desarrollo de este campo, como el de cualquier otro, implica el desempeño de un sinnúmero de actores sociales, no podría garantizar que mis promesas en nombre del gremio de investigadores, por ejemplo, se conviertan en realidad. En este último caso, más bien hablaré de mis esperanzas y en su caso de mis temores, pero sin ningún grado de certidumbre. En suma, lo que aquí presentaré durante los próximos minutos serán mis opiniones, creencias, convicciones, esperanzas y proyecciones, temores e incertidumbres y, en algunos casos incluso mis conocimientos, con respecto a la investigación mexicana sobre medios, acerca de los cuales obviamente me responsabilizo totalmente --incluyendo las citas apropiadas-- y, si bien pretendo presentarlos con el mayor grado posible de verosimilitud y convicción, no intento inculcarlos a nadie como una doctrina o algo parecido. Es lo que yo se, creo y pienso y si alguien coincide, qué bueno. En todo caso, yo creo que si hay opiniones y versiones diferentes a las mías, todas ellas reflejarán, como comenta Anthony Giddens en un libro reciente de defensa a la sociología, "el pluralismo que debe existir cuando uno estudia algo tan complejo y controvertible como la conducta social humana y las instituciones" (Giddens, 1996:5).

Investigación sobre medios: ¿Investigación de la comunicación?

La llamada "investigación de la comunicación", aquella que realizamos los llamados "comunicólogos", ha sido en realidad muy poco **"de la comunicación"**, y básicamente se ha centrado en los llamados **medios**. Estos, a su vez denominados "de comunicación", también lo han sido muy poco **de comunicación** --por lo menos en un cierto sentido estricto-- y suelen serlo más bien de difusión, más o menos masiva, de información y entretenimiento. Hay diversas definiciones de "comunicación"; desde las muy pragmáticas, que la igualan con la persuasión², pasando por las muy técnicas, cercanas a las primeras pero que se basan en la eficiencia de los canales o medios para transmitir información, hasta concepciones de corte

². Desde la Retórica de Aristóteles hasta la tradición de la "speech communication" en Estados Unidos.

más ético y humanista, que enfatizan lo que de "poner en común" tiene en su raíz la palabra³. Personalmente estoy más cerca de estas últimas, sin negar que también para compartir y poner en común se necesita algún grado de eficacia y eficiencia o instrumentalidad. Así, la comunicación, aquello de lo que no voy a hablar esta mañana, para mí es todo proceso social de producción de sentido, mediante el intercambio de señales **significantes**, mismo que lleva a los participantes --agentes humanos-- a algún grado de mayor **comunidad** o puesta en común; es decir, a **compartir** en mayor o menor grado el significado del mundo, o de los "mundos posibles", de acuerdo al universo del discurso, como se dice en lógica. Si comunicar es compartir significados, entonces también es construir cultura, siendo ésta el dominio de la significación y el sentido entre los seres humanos.

Habría que consultar a los que sí saben de eso, como Umberto Eco (1978; 1992), para profundizar sobre por qué no es lo mismo comunicación que información o significación; o cómo puede haber inferencia, significación e incluso, en cierto sentido, interpretación (por ejemplo, en una "hermenéutica de la lluvia"), sin haber necesariamente comunicación. En todo caso, hace mucho que no me encuentro discusiones teóricas sobre estos aspectos fundamentales de nuestro campo, en las revistas especializadas, por ejemplo. De manera simplona, resolveremos esto de momento, diciendo que la comunicación se logra dependiendo de si, y cómo, efectivamente **interactúan** los seres humanos que "ponen en común" significados en ese proceso de **intercambios** de señales que finalmente produce sentido. Desde este punto de vista, una sociedad "bien comunicada" es de hecho una colectividad democrática, donde en principio no cabe la desigualdad. Sería una en la que se cumpliera la utopía de Enzensberger (1976) de que cada ciudadano se constituyese en un emisor potencial, como ocurriría con la internet si todos tuviéramos acceso a la red y si no la hubiesen corrompido ya los comerciantes del ciberespacio. Coincido, pues, en líneas generales con Antonio Pasquali (1970), cuando incluye ciertos componentes ético-políticos como exigencia y criterio para diferenciar a la comunicación de la relación unilateral informativa. Es principalmente desde este punto de vista desde el cual me he atrevido a afirmar que los medios han sido muy poco de comunicación y bastante más de difusión, masiva o no, de información (en un sentido más o menos técnico); que solamente a veces,

³. A horcajadas entre estas dos últimas estaba la concepción de Abraham Moles (1975), de quien Manuel Martín Serrano solía decir que fue el único verdadero "comunicólogo" que él conocía.

por desgracia muy pocas, se completan en circuitos comunicativos reales. Después discutiremos un poco la cuestión de lo "masivo".

Definiremos a los llamados medios, de momento, a partir de dos rasgos principales que los caracterizan: son **instituciones sociales** conformadas por organizaciones con algún grado de complejidad, que operan o funcionan en el seno de la sociedad a partir y en virtud del uso de tecnologías que permiten producir y/o reproducir y/o difundir masivamente señales o mensajes a públicos más o menos diferenciados⁴. Esta será la definición de punto de partida. Los medios de difusión tradicionales incluyen a la prensa, el cine, la radio y la televisión, pero las modalidades tecnológicas han diversificado las posibilidades de información, entretenimiento y educación disponibles en la actualidad, como veremos más adelante. En las sociedades actuales, los medios de difusión se han convertido cada vez más en un componente importante de las llamadas economías post-industriales, integrándose al sector de los servicios y haciéndolos constituirse en el centro de las llamadas industrias culturales. A partir del importante papel que tuvo la prensa en la constitución de la esfera pública y de la democracia durante los últimos siglos, en especial durante el Siglo XIX en nuestro país, se les relaciona a los medios con la política y, desde luego, con el dominio de la producción de sentido en sociedad, es decir, con la cultura.

Decía yo antes que la llamada investigación "de la comunicación" lo ha sido más bien sobre los medios, y muy poco sobre "la comunicación". Aquí no hago un juicio de valor, sino que emito una descripción. A los datos me remito. Por ejemplo, en la sistematización documental que realizó Raúl Fuentes como tesis de maestría y que publicó en 1988, de 877 documentos que constituyeron su muestra de productos de la investigación realizada entre 1956 y 1986, 553, o el 63%, trataban sobre uno o varios medios, como se puede constatar en el cuadro. Seguramente como efecto acumulado de los primeros años, la prensa aparece, junto con la tele, como el medio más estudiado, con casi un veinte por ciento cada uno. Sin embargo, entre los dos sumados no alcanzan a la categoría modal, la de "medios en general", con 41.2%, que se refiere a documentos que analizan dos o más medios conjuntamente. La radio y el cine siguen de lejitos en las proporciones (7.4% y 6.3%). Estamos hablando de los primeros treinta años de investigaciones "de la comunicación" en México (por lo menos en

⁴. Notar el "más o menos", pues hoy en día el acento de "lo masivos" recae menos en los receptores como "masas" y más en las posibilidades tecnológicas para la diseminación "masiva" de mensajes.

un sentido moderno). Para la siguiente sistematización, que le sirvió como insumo para su tesis de doctorado, Fuentes (1995) reunió una muestra mayor, de 1,019 documentos, para un período bastante menor: los ocho años de 1986 a 1994. En este caso, los análisis referidos a medios se incrementaron a casi tres cuartas partes del total de documentos sistematizados (74%). Es claro que hubo un crecimiento de casi diez puntos porcentuales en la proporción de estudios dedicados a los medios. Como podría esperarse, la televisión se erigió en el medio más examinado, con el 28.6%, y con una proporción sólo un poco menor, la categoría de "Medios (varios o en general)" (26.1%). Por cierto, en la mayoría de los casos, cuando se trata de análisis sobre dos o más medios, se trata de los "medios electrónicos", usualmente radio y televisión. Ya en este período se perdió interés en la prensa (10.08%), que seguía de la radio (13%), medio que ha retomado un lugar importante en la vida de los ciudadanos durante los últimos dos o tres lustros. Una categoría de objeto de estudio, que no se encontraba presente en el primer recuento, comienza ya a despuntar en esta segunda sistematización: la de "nuevas tecnologías/telecomunicaciones", a la cual se dedican casi un diez por ciento de los documentos. De los 709 registros que permitían conocer los "sujetos" de indagación, un poco más de la mitad (51%) se aplicaba a los "sistemas/instituciones de medios", menos de un quinto (18.5%) versaba sobre las audiencias y el resto se refería a otros tipos de actores sociales. Hay que aclarar que, a pesar de la prevalencia de estudios sobre "los emisores", en muy pocas ocasiones se les analiza en cuanto tales propiamente. ¿Qué quiero decir con esto? Que en muy pocos casos nos encontramos con la observación de actores sociosemióticos en su especificidad comunicativa (individuos, grupos u organizaciones que ejercen ciertas competencias comunicativas y saberes sociales con el fin de encodificar mensajes o "propuestas de sentido"); y lo que más frecuentemente hallamos es el análisis de las instituciones de medios en tanto actores sociopolíticos, que interactúan con el Estado y otros grupos sociales (incluyendo sus audiencias) estrictamente bajo la óptica del poder. Ni siquiera las pocas investigaciones que conozco, que para el caso de México se agotarían con los dedos de una mano, que han estudiado a las organizaciones de medios desde por ejemplo el marco de la sociología de "newsmaking", han hecho el análisis sociosemiótico que significaría el entendimiento propiamente semiótico-comunicacional de los procesos de producción de mensajes en los medios. Tenemos ahí una asignatura pendiente para el futuro inmediato,

tanto para la discusión teórica como para la investigación empírica. En su mayoría de los casos, en nuestro país, se ha estudiado a las organizaciones e instituciones de medios como actores políticos o entidades económicas. Varias de las investigaciones que yo he realizado, son de este tipo. Por lo tanto, no estoy tanto criticando aquí lo "insuficientemente comunicacional" de nuestros análisis, como simplemente corroborándolo de nuevo. De hecho, yo estoy en principio de acuerdo con la multiplicidad de puntos de vista para examinar el funcionamiento de los medios en la sociedad. Que los medios no se agoten en su ser sociosemiótico y comunicacional, y que requieran múltiples acercamientos desde diversas otras dimensiones de su desarrollo histórico (como entidades económicas, actores políticos, además de organizaciones complejas y lugar de operación de tecnologías, etcétera), para ser mejor comprendidos, significa simplemente que son **objetos complejos y multidimensionales**. Pero seguiremos retomando este reto a lo largo de esta charla.

En el recuento que hizo Tere Tovar de las colaboraciones a *Comunicación y Sociedad* durante sus primeros diez años de vida, es decir de 1987 a 1997, casi dos terceras partes (63%) de los artículos analizaba específicamente algún aspecto de los medios, siendo la televisión el que más atención recibió con el 21.2%; medios en general (dos o más) 13.4%; radio 4.7% y cine 3.6%, al igual que "nuevas tecnologías". Personalmente sospecho que algunas categorías como la de "políticas estatales" o "globalización cultural" y otras de la clasificación de Tere Tovar, se referían **también** a cuestiones de medios de difusión, con lo que la proporción podría elevarse dos o tres decenas de puntos porcentuales más. Pero sirva también como indicador.

Pero regresando a los datos de las sistematizaciones de Fuentes, hay una tendencia interesante en términos de los enfoques o "marcos disciplinarios" de los que parten las pesquisas, pues muestran claramente lo poco --y de hecho, cada vez menos-- "comunicacional" que ha ido siendo la investigación en nuestro campo. Así, de acuerdo con las definiciones que el propio Raúl utilizó para clasificar los documentos, en el primer período un tercio de ellos tenía un enfoque sociológico, mientras que durante el segundo lapso este "marco disciplinario" se incrementó a casi la mitad del corpus (45.44%). Por contraparte, los registros que Fuentes clasificó como "comunicacionales", disminuyeron del 22.8% al 15.5%. Prácticamente cualquier otro marco se vio disminuir de un recuento al siguiente. Es decir, se habría ido reduciendo la dispersión disciplinaria y se habría ido

erigiendo la sociología como el "marco disciplinario" preferido por quienes poblamos este campo tan aún marginado dentro de las ciencias sociales. Algunos incluso hemos declarado explícitamente que nuestro punto de partida teórico-metodológico es de índole sociológica (Sánchez Ruiz, 1992; 1997; González Sánchez, 1990; 1993). Si bien es cierto que en recuentos recientes de la sociología mexicana, no hay ningún reconocimiento a alguna "subdisciplina", o área subdisciplinaria, como "sociología de la comunicación", o "sociología de los medios", o algo similar, esto no se puede --ni se debe, creo yo-- interpretar en el sentido de que no haya lugar en la sociología para este dominio de la realidad tan importante para la definición del mundo finisecular contemporáneo.⁵ El que los "sociólogos oficiales" en México nos ignoren, o ignoren nuestros trabajos y aportaciones al conocimiento **sociológico** del mundo contemporáneo, se debe a su propia ignorancia, pero también a que nosotros hemos remontado muy lentamente aquella "múltiple marginalidad" que hace diez años encontramos Raúl Fuentes y un servidor, que caracterizaba a la llamada "investigación de la comunicación", en términos del estatus social y de la competencia por los apoyos y las prioridades del desarrollo (Fuentes y Sánchez, 1989).

Para aquellos de ustedes que no sepan esta historia, brevemente se las cuento. Haciendo un análisis sobre las condiciones para la investigación de campo en nuestra área y en nuestro país, nos dimos cuenta de cómo en líneas generales la investigación científica está marginada de las prioridades públicas y privadas para el desarrollo nacional (en algunos casos, aun en los lugares donde debe realizarse esta labor, como en las propias universidades). A su vez, las ciencias sociales sufren un cierto grado de marginalidad en relación con las ciencias "duras", las exactas y naturales, que reciben más apoyos y reconocimiento, en especial aquellas cuya labor de investigación se supone que está ligada no solamente a la producción de conocimiento, sino también, de tecnología. Y dentro mismo de las ciencias sociales y humanidades, el campo de la "investigación de la comunicación" se percibe como una especie de "hermana pequeña", recién llegada, lo que a su vez se traduce en el tercer grado de marginación. Posteriormente se sugirieron otros grados y ámbitos de marginalidad, como aquella referida a las escasas vinculaciones con las profesiones del

⁵ Ver por ejemplo los números monográficos de la revista *Sociológica* (Núm. 23: "Las sociologías especializadas: Un estado de la cuestión"; y 24: "La sociología en México. Una aproximación histórica y crítica". O el volumen coordinado por Juan Felipe Leal y colegas (1994) sobre *La sociología contemporánea*

comunicador e, incluso, a partir de la escasa articulación entre la investigación y la docencia en el campo de la comunicación (Sánchez Ruiz, 1995). Aun recuerdo cuando en un panel de la AIERI, en 1992 en São Paulo, mencioné la "triple marginalidad", se me acercó Ellen Wartella, a la sazón presidenta de la International Communication Association, a comentarme cómo se reconocía en mi descripción. Es decir, que hasta en las "mejores familias" ha sucedido esto de la marginación a los "comunicólogos". Pero no todo es marginalidad para nosotros, y cada vez lo es menos en el contexto de las ciencias sociales.⁶ Por ejemplo, en el Congreso Mundial de Sociología que tuvo lugar el año pasado en Montreal, se abrió una sección dedicada a las industrias culturales y la llamada "sociedad de la información", con el mismo estatus que cualquier otra. En general, en los diversos ámbitos a nivel internacional de las ciencias sociales, paulatinamente se abren espacios para la participación de los llamados "comunicólogos", o "mediólogos", como en la Latin American Studies Association (LASA), donde también recientemente se abrió una sección sobre medios. El análisis posterior de Fuentes (1995) ha demostrado que en el campo académico han ido ocurriendo procesos de profesionalización, de institucionalización y de legitimación, que poco a poco han ido comenzando a vencer esa múltiple marginalidad que hemos padecido. Yo espero que en el milenio próximo recibiremos el reconocimiento pleno en los diversos ámbitos e iremos remontando marginalidades.

Por la misma complejidad de nuestro objeto de estudio, es que hemos argüido que un enfoque solamente "comunicacional" no es suficiente para su mejor conocimiento, explicación y comprensión. Quizás tiene razón Raúl Fuentes (1997b) sobre que el enfoque necesario es una "nueva teoría social", de naturaleza "posdisciplinaria", basándose argumentativamente entre otros, en planteamientos recientes de Immanuel Wallerstein y una serie de seguidores, entre quienes se encuentra, en México, don Pablo González Casanova.⁷ Pero también podría tener razón yo, cuando he sugerido que la disciplina que es capaz de

en México; y el volumen que conjunta a grupos de la UNAM y de la UAM (Varios, 1995), sobre *Estudios de Teoría e historia de la sociología en México*.

⁶. Véase el Volumen IV de la colección publicada por FLACSO y la UNAM recientemente, sobre *La teoría social latinoamericana* (Marini y Millán, 1996), donde se abre una pequeña sección con revisiones sobre "cultura y medios de comunicación".

⁷. Curiosamente, durante los cuatro años en que fue presidente de la Asociación Internacional de Sociología, Wallerstein hizo hasta lo imposible para convencer a sus colegas de que la sociología ya había cumplido su cometido histórico y que debía ser substituída por una nueva "ciencia social." Ver los

integrar teórico-metodológicamente las múltiples dimensiones de operación histórico-social de los medios de difusión y las industrias culturales, es la sociología, secundando la defensa que hace Anthony Giddens de esa disciplina:

La mayoría de los debates que acaparan los encabezados intelectuales hoy en día, a través de las ciencias sociales, y aun de las humanidades, llevan un fuerte insumo sociológico. Los sociólogos han sido pioneros en las discusiones sobre el posmodernismo, la sociedad post-industrial o de la información, la globalización, la transformación de la vida cotidiana, género y sexualidad, la cambiante naturaleza del trabajo y la familia, las clases y la etnicidad. ... Más que ninguna otra faena intelectual, la reflexión sociológica es central para aprehender las fuerzas sociales que están rehaciendo nuestras vidas hoy (Giddens, 1996: 6).

Pero podrían surgir varias otras posibilidades disciplinarias, aunque creo que todas aquellas que partan de la inter- pluri- o transdisciplinaridad, serán más fértiles. Para el siglo próximo, yo creo que los estudios sobre medios, atenderán mayormente las dimensiones propiamente comunicativas y sociosemióticas, además de aquellas que ocupan el recurso a otras disciplinas y objetos de estudio.

Los medios, sus múltiples dimensiones y la historia reciente de México. Algunos retos de investigación para el nuevo milenio.

Hay pues una serie de dimensiones fundamentales sobre las que hay que pensar el devenir reciente de los medios de difusión masiva en nuestro país y en el mundo. Desde ciertas ópticas, podría parecer que hay una dimensión o dos que son más centrales ("esenciales"), por ejemplo, la tecnología y la innovación tecnológica pueden ser pensadas como los motores del desarrollo actual y futuro de los medios; pero la tecnología no opera en un vacío, sino usualmente, en el mundo contemporáneo, en un entorno económico que dicta los ires y venires, usos y costumbres, sociales, productivos e improductivos, a los que será aplicada la novedad tecnológica. Por otro lado, una buena parte de las innovaciones tecnológicas de este postrero Siglo XX, se originaron en investigaciones militares, de donde en el origen las acompaña y encamina también, por ejemplo, la política. Esto, sin demérito del papel fundamental que ya apuntamos con respecto a la construcción de la democracia. Y donde siempre vienen a repercutir las tecnologías del conocimiento, la información, la

difusión y la comunicación, es en la(s) cultura(s): de los individuos, las familias, los grupos y movimientos, categorías y clases sociales, ciudades, regiones, países, regiones, ... y en el mundo. Mi apuesta es la de que muchas de estas dimensiones han sido en apariencia bastante estudiadas, pero en virtud de lo históricamente cambiante que resulta este objeto de conocimiento, por lo vertiginosos que son cada vez más los cambios históricos, son muchos los retos que tenemos por delante. El objeto de nuestra reflexión es entonces complejo y cambiante y requiere para su mejor entendimiento, repito, diversas ópticas teóricas y disciplinarias.

Pero, se preguntarán ustedes, especialmente --quizás-- los más jóvenes ¿Qué trae éste cuate, con tanta palabrería sobre complejidad, multidimensionalidad, transdisciplinariedad, etc.? ¿Por qué sale con que hace "investigación sociológica", si su objeto de estudio son los medios y por lo tanto, los que debe hacer es "investigación de la comunicación"?

Ojalá que la realidad fuese lineal, unidimensional, simple, pero no. La realidad se empeña en ser oscura, compleja, multidimensional. Veamos la figura. Eso que vemos ahí quiere representar, ya simplificada, la operación social e histórica de los medios de difusión masiva. Cada medio-institución, por ejemplo, la prensa, está constituido por una serie de organizaciones más o menos complejas, cuyo trabajo principal estriba en "construirle la realidad" a sus lectores, es decir, en recurrir a una serie de operaciones de codificación, o mediaciones expresivas, para: a) atraer audiencias; b) mantener su atención; c) ofrecerles un relato; d) que los haga sentir que están informados, o entretenidos, para e) retenerlos como audiencias y repetir la relación a través del tiempo. ¿Y ya? Recordemos que los fines de los medios actuales no son puramente comunicativos. Ya sabemos, pues, que aquellos no operan en un vacío histórico-social. Así, no se escapan en estos tiempos --todavía-- neoliberales, de los mandatos ciegos del mercado. En este aspecto, también, la política económica "neoliberal" ha determinado, para bien o para mal, el destino de nuestros medios durante las últimas dos décadas. Así, vimos disminuirse la presencia estatal en los medios, de manera espectacular a principios de los noventa con la venta del famoso "paquete de medios" que incluía a TV Azteca, y en una forma un tanto más discreta, más recientemente, con la privatización de PIPSA y el cierre de *El Nacional*. Con la privatización y el retiro gubernamental, también estamos presenciando la virtual desaparición

de la industria del cine mexicano, lo que demuestra que al parecer las señales del mercado sólo nos orillarán a quedarnos en una posición de meros receptores y consumidores filmicos. Estamos en este momento, en esta discusión, en la óptica desde la cual los medios son predominantemente empresas capitalistas, sujetas a los vaivenes de las fuerzas del mercado y a lo adecuado o no de políticas económicas. No podemos entender esta dimensión, sin el insumo disciplinario de la economía política. En México prácticamente no hay investigadores que, viniendo de la economía, analicen estos aspectos centrales de nuestros medios de difusión e industrias culturales. Ampliemos un poco más la descripción.

En el mundo se observa una tendencia, en los últimos años, de las llamadas **megafusiones**, o de alianzas estratégicas entre grandes consorcios de medios y de servicios relacionados al sector de la información y la telemática. Otra faceta de este movimiento se concreta en las adquisiciones de las empresas pequeñas pero rentables, por las grandes transnacionales. Esta convergencia entre empresas de medios y de otros rubros relacionados como los satélites o los servicios de internet, los relacionados ^{con} los ahora llamados “multimedia”, etcétera, reflejan a su vez una convergencia de índole tecnológica, que tiene un centro de gravedad en la **digitalización**. Hoy en día ya no es ciencia ficción pensar en la posibilidad de recibir la señal de una película digital interactiva por internet y grabarla en un CD o en un DVD, lo cual si se trata de música es más sencillo. Igual, los periódicos impresos están haciendo cada vez más uso del satélite para distribuirse e imprimirse en diversas ciudades más rápidamente, o en versión web, etc. Las combinaciones son muchas. Además de los usos referidos al almacenamiento y recuperación de información “dura”, para toma de decisiones, estas tecnologías convergentes añaden amplias posibilidades de entretenimiento y educación. Así, de hablarse sobre “autopistas de información”, de igual manera se puede denominarlas “autopistas de la diversión” (Tremblay, 1995), o de la educación.

Estamos, pues, en el umbral de una nueva era, cuyo motor es la tecnología digital. En el caso de los medios electrónicos, ésta tendrá consecuencias muy importantes: El sistema analógico, caracterizado por la escasez de frecuencias, está siendo sustituido por un sistema nuevo en el que se podrá disponer de cientos de emisoras de radio y televisión digitales. Aumentará la interactividad y los espectadores podrán solicitar e incluso organizar las programaciones que les interesen. Se puede ofrecer al espectador todo un conjunto de

nuevos servicios, tales como la telecompra, los servicios financieros, el correo electrónico e incluso el acceso a internet. Asistiremos en los próximos años a una verdadera explosión de la oferta y la demanda de contenidos audiovisuales. Y ¿Cómo se cubrirá la nueva demanda audiovisual que tales nuevas tecnologías generarán en nuestra nación? México es un “país exportador”, se dice que el más importante de habla hispana, de productos audiovisuales, específicamente de programas televisivos. Sin embargo, por la estructura altamente oligopólica que ha caracterizado tanto a la televisión, como crecientemente al cine mexicanos, en realidad nuestro país no cuenta con un **sector** audiovisual, sino con **una empresa** que es productora importante, tanto de televisión como de cine, pero que me temo no será suficiente para cubrir las necesidades ampliadas de producción.

Por ejemplo, un “género televisivo” central es el propio cine. De la tele aérea normal, alrededor de un 20% del tiempo de programación se dedica a películas cinematográficas (el primer lugar en la oferta). Por cierto, alrededor del 60% del total son de Estados Unidos, proporción que ^{en} horario triple A se incrementa a tres cuartas partes, mientras que del tiempo de películas, el componente mexicano ^{DISMINUYE} pasa de dos quintas partes a un quinto en el horario de mayor auditorio. En las nuevas modalidades de televisión de paga, los largometrajes aumentan su presencia a más de la mitad (80% del total procedente de Estados Unidos). En la actualidad la mayor proporción del cine mexicano que se ve en televisión es de filmes viejos, muchos de ellos clásicos en blanco y negro de Pedro Infante o de Cantinflas. Pero en la medida en que cada año se están produciendo menos películas, los acervos irán disminuyendo y ese tiempo se irá cubriendo con cine de importación, principalmente hollywoodense, como ya pasa en las salas cinematográficas (Sánchez Ruiz, 1997; 1998). De nuevo, una o dos empresas productoras eventualmente no podrán competir con el alud de oferta audiovisual en los mercados mundiales, que está provocando el que otros gobiernos se den cuenta de las nuevas condiciones y ejerzan políticas que he llamado “neoproteccionistas”, como las de nuestro socio en el TLC, Canadá, que “protejen” y **promueven** la formación y consolidación de un sector audiovisual competitivo al interior y en los mercados de exportación. Políticas similares siguen los 15 países que conforman la Unión Europea, mismos que incluyen a los principales productores audiovisuales de Europa, como Alemania, Inglaterra, Francia, Italia y España. Los gobiernos europeos se han dado

USP DECEMBER
MAY 2012
LLEGA A LA TELE
CINEMATOGRAFICA
TELE

cuenta de que el sector audiovisual es muy importante, para ser dejado en las “manos invisibles” de las fuerzas del mercado. Dice un documento reciente de la U.E.:

No debe pues subestimarse la importancia de la industria audiovisual. Para la gran mayoría de los europeos es la principal fuente de información no sólo de lo que pasa en el mundo, sino también de la naturaleza de ese mundo. Desempeña un papel fundamental en el desarrollo y en la transmisión de los valores sociales e influye no sólo en lo que los ciudadanos ven, sino también en cómo entienden lo que ven. Es la principal fuente de ocio y de cultura

Es evidente, por tanto, la importancia capital de esta industria para cualquier sociedad. Pero también es evidente que hay una proporción mayoritaria de producciones importadas en el mercado audiovisual europeo (Oreja, 1998: 5).

Es importante mencionar que los planteamientos en que se basan las políticas “neoproteccionistas” a las que hago referencia, provienen de un insumo fundamental de investigación, que contratan o convenian las comisiones gubernamentales o intergubernamentales, como en el caso de la Unión Europea, según el caso con Universidades o con instancias privadas de investigación. Por otro lado, ¿Cómo llego yo al conocimiento de lo que se hace en otros lados del mundo con respecto al uso de los medios en función de objetivos de desarrollo nacional, o regional? Pues de la investigación comparativa. En México prácticamente no tenemos tradición de investigación internacional comparativa, lo que apenas en los últimos años se está reduciendo con esfuerzos como el Proyecto Monarca, en el que participabamos gentes de la UNAM, de la UAM, del Tec de Monterrey y de la U. de G., en conjunto con un grupo de estudiosos canadienses; o a partir del programa de Maestría en Comunicación Internacional del Tec. de Monterrey. (Mencionar el proyecto México-Brasil en los ochentas). Además de tratar de impulsarse en algunos países el desarrollo tecnológico propiamente, se reconoce la necesidad estratégica de desarrollar lo que se ha denominado las “industrias de contenidos” (D’Souza et al, 1997). Se sugieren incluso políticas regionales de fomento a “parques culturales” (Zallo et al, 1995), así como hay “parques industriales”. Así, por ejemplo en España, Barcelona se está especializando en el desarrollo de todo tipo de programación para multimedia, al igual que Quèbec en Canadá.

Ahora bien, al hablar de políticas públicas, hemos pasado del análisis de las dimensiones económica y tecnológica, a la intersección con la política, para lo cual cae muy bien el que utilicemos, además de herramientas “propiamente comunicacionales”, aquellas

provenientes de la ciencia política, así como de la antropología, la psicología y la sociología políticas. Regresando a los estudios comparativos, éstos como podemos ver a partir del ejemplo anterior, son muy útiles para hacer en nuestro propio país sugerencias de políticas públicas, que puedan alimentar discusiones como las que ha habido últimamente en nuestro país con respecto a las legislaciones cinematográfica y “de comunicación social”.

Un aspecto importante a recordar es que las dimensiones no están aisladas unas de otras y que operan a diversos planos o niveles, desde el individual, el grupal, ... hasta llegar en la actualidad al “global”. Así, no se puede aislar la discusión de por ejemplo la competitividad de las industrias culturales, con respecto a la tan traída y llevada “transición a la democracia”. Entonces, independientemente de que, como ya mencioné antes, una empresa no constituye un sector industrial, en el México –todavía-- neoliberal de hoy parece haber implícitamente la opción de apoyar al grupo líder en el sector audiovisual, sin propiciar que se generen más opciones competitivas, en la medida en que tal grupo ha convencido a todos en nuestro país y fuera de él, que es la única opción para que México pueda seguir siendo un exportador audiovisual importante. Pero se supone que la política audiovisual buscaría, además de la competitividad internacional, “contribuir al logro de un pluralismo auténtico y de un amplio compromiso democrático...” (Schlesinger, 1995: 18). Regresando a la Unión Europea, el analista inglés Philip Schlesinger, quien por cierto se ha interesado por Latinoamérica en varios de sus escritos, comenta:

Se podría pensar que, al fomentar la concentración de la propiedad en los sectores de la comunicación y de telecomunicaciones, se da respuesta a nuestros problemas de competencia con Estados Unidos; no obstante, al apostar, como dice el refrán, por *el caballo ganador*, se podrían ocasionar nuevas dificultades, en la medida en que afecta a la posibilidad de construir una cultura política democrática. En otras palabras, hay bienes contradictorios que se debe tratar de reconciliar (ibid).

Por ejemplo, a nosotros en México nos parece normal, o natural el que una o dos empresas produzcan y distribuyan todo tipo de mensajes televisivos. Sin embargo, prácticamente desde el inicio de la televisión en Estados Unidos se legisló para que las empresas emisoras, las grandes redes o cadenas distribuidoras de señales, no produjeran más que los programas informativos, y que todo lo de ficción se comprara, lo que propició el desarrollo descentralizado de un sector de la producción de ficción televisiva –las series, comedias, etc.—alrededor de Hollywood. Así, hoy tenemos que producen televisión los 7

grandes estudios californianos, que se agrupan en la Motion Picture Association of America (MPAA), y los alrededor de 130 pequeños estudios de la American Film Marketing Association, que dan cuenta de cerca de la mitad de las exportaciones audiovisuales de Estados Unidos. ¡Y nosotros nos ponemos felices porque TV Azteca ya quiere comenzar a competirle a Televisa en la producción y las exportaciones! No solamente estamos hablando de economía (monopolio vs competencia), o de política (control monopólico de recursos de poder), sino también de cultura política. El futuro me contradirá, pero mi hipótesis es que a largo plazo no vamos a ser competitivos en los mercados internacionales, mientras no se propicie la competencia amplia al interior del país, como se está tratando de hacer en Canadá y Europa. Y esto no va a suceder mientras no cambie la mentalidad predominante en México, que me parece es una cultura política autoritaria, muy afín con es monopolio de cualquier tipo. Estados Unidos es la cuna del neoliberalismo actual, pero también es un país en el que ha prevalecido la antipatía hacia los monopolios, en las formaciones ideológicas dominantes ¿Cómo sabemos lo que ha pasado en otros países como Estados Unidos, en la conformación de su sistema de medios? Pues mediante la investigación histórica y comparativa, que nos puede ayudar a derribar mitos e ídolos como el de que solamente “hay de una”, para entrarle al neoliberalismo y la globalización: es decir, privilegiando y favoreciendo a grupos altamente concentrados y centralizados, y articulándonos subordinadamente a Estados Unidos.

Regresemos a la dimensión política. Si bien ésta ha sido una de las más analizadas en nuestro país, aunque principalmente en lo que se refiere a los medios como actores políticos vinculados al Estado o al personal político gubernamental, o articulados con intereses políticos determinados, etcétera, es importante continuar desvelando los intereses que operan detrás de estos fundamentales vehículos de influencia social, que no son únicamente aquellos derivados de la rentabilidad y la mercadotecnia. La tendencia de las “megafusiones” que hemos descrito antes no ha llegado demasiado aceleradamente a México y se ha podido observar por ejemplo principalmente en la radio, donde en los últimos dos lustros ha habido una serie muy de acomodados, alianzas estratégicas compras, fusiones y adquisiciones, entre grupos, que han llevado al medio a mostrarse más concentrado y centralizado que hace unos doce años, cuando yo hice un balance sobre la centralización de los medios en nuestro país (Sánchez Ruiz, 1987). Ahí concluía yo que la estructura altamente concentrada (en pocas

manos) y centralizada (geográficamente, pero también en tanto sistema de poder), era un obstáculo formidable para que tales medios de difusión contribuyeran a la democratización del país. Si analizamos el devenir histórico-político mexicano de los últimos veinte años, podremos concluir en que sí se ha avanzado en términos de un orden cada vez más democrático. Pero ¿Qué tanto han contribuido los medios a que se lograsen los avances que se han dado? ¿Hasta qué grado la democratización no ha ocurrido a pesar de estructuras oligopólicas y altamente centralizadas como la de la televisión mexicana? Hay indicios de que más bien ha sido la televisión la que ha cambiado ante el reclamo democrático de la sociedad, de los partidos y de los movimientos sociopolíticos. Hay grandes avances ya en el campo con respecto a este nivel, más o menos macrosocial, de operación de los medios en la dimensión política. Pero, de nuevo, la realidad es cambiante y por lo tanto no podemos pensar que ya “la atrapamos”, y menos dentro de marcos abstractos, intemporales y universales, como piensan unos cuantos colegas.

Pero de la dimensión política, y a horcajadas con la dimensión cultural, es urgente comenzar a investigar empíricamente, en este período de transición democrática en que nos queremos ubicar, las configuraciones de sentido que proponen los medios todos, en términos de una posible cultura política más democrática, participativa, abierta, tolerante y plural en todos los ámbitos de la vida cotidiana y no solamente con respecto a las elecciones, el gobierno y los partidos políticos. Así, debemos analizar todas las mediaciones expresivas de los diversos medios, tanto en sus géneros propiamente informativos como en los de entretenimiento, para ver si se proponen representaciones sociales y programas de acción acordes con valores más propicios a la democracia, o si refuerzan patrones culturales más tradicionales, conservadores y autoritarios. Por ejemplo, yo tengo la hipótesis de que a la mejor toda la violencia que se ha incrementado en los medios mexicanos en los últimos años podría estar cultivando, en el mediano plazo, patrones de pensamiento y representaciones sociales afines a una “personalidad autoritaria” en términos del Theodoro Adorno, que serían las contrapartes psicosociales de una cultura política autoritaria, basada en una percepción de un “mundo malo”, en la desconfianza al prójimo y en la dependencia exagerada de las autoridades establecidas. Todavía no cubrimos satisfactoriamente las lagunas conceptuales y empíricas que nos quedan y por lo tanto, hay mucho trabajo por delante.

De la recepción y los públicos de los medios es difícil hacer un balance en este limitado espacio-tiempo. En este caso, si bien hemos dado grandes adelantos en la comprensión de estos procesos a partir de un cierto enfoque "culturalista" latinoamericano al que han contribuido Jesús Martín Barbero, Jorge González y Guillermo Orozco entre otros, yo creo que el reto y asignatura pendiente que tenemos se refiere a las influencias acumuladas y de largo plazo de los medios en sus audiencias. Dice Guillermo Orozco:

Hacia el final del presente milenio, los ERT (Estudios de recepción televisiva) en América Latina se enfrentan al gran desafío de abordar, por una parte, la especificidad regional de los fenómenos contemporáneos relacionados al globalizado intercambio informativo y cultural, posibilitado por los avances tecnológicos en la televisión y los demás medios y tecnologías digitales, que están incrustándose aceleradamente en la vida cotidiana de las audiencias. (...) Por otra parte, los ERT se enfrentan al enorme desafío de explorar las renovadas manifestaciones contemporáneas de la hegemonía, que por supuesto no ha desaparecido con la posmodernidad... (Orozco, 1999: 4)

COLOFON

Los retos y las tareas pendientes son muchas para los investigadores sobre los medios de difusión, en la medida en que los cambios tecnológicos e históricos son vertiginosos en la actualidad.

Pero yo creo que hay una serie de exigencias que es imposible soslayar:

- a) La investigación de medios debe ser rigurosa. Debemos aprender a usar técnicas y métodos de indagación y dejar de pretender que una teoría o un rollo abstracto nos va a explicar o a ayudar a comprender cómo operan históricamente los medios.
- b) Es fundamental que la investigación empírica ^{ARTICULO DIVERGENTE} ~~interactúa~~ con teorías, ya sea de las llamadas "de la comunicación", como con teorías más generales de las ciencias sociales, para que la ^{PERUJO} ~~investigación~~ ^{QUE DE GUN} no sea un empirismo ciego y permita generalizar y relacionar los hallazgos con conceptos y hallazgos de otro orden. ^{Y OTRO AMBIENTE}
- c) La investigación sobre medios debe buscar ser útil, pero en un sentido amplio: tan útil es proveer de conciencia histórica a los medios con estudios historiográficos o histórico-estructurales de su devenir y operación social, como para fundamentar procesos de educación crítica para la propia recepción, como el proveer información y conocimiento críticos para la toma de decisiones y para las políticas públicas. Pero...

d) Es también esencial que la investigación sobre medios en México y en América Latina siga siendo crítica, y que busque contribuir a formas de desarrollo más justas para las mayorías desamparadas por las inhumanas políticas neoliberales.

BIBLIOGRAFIA

Bourdieu, Pierre, Jean-Claude Chamboredon y Jean-Claude Passeron (1975) *El oficio de sociólogo*. México: Siglo XXI.

ECO, Umberto (1978) *Tratado de Semiótica General*. México: Nueva Imagen/Lumen.

_____ (1992) *Los límites de la interpretación*. México: Editorial Lumen.

ENZENSBERGER, Hans Magnus (1976) "Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación", en Jaime Goded (comp.) *Los medios de la comunicación colectiva*. México: UNAM/FCPS (Serie Lecturas, Num. 1).

FUENTES NAVARRO, Raúl (1988) *La investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental, 1956-1986*. México: Ediciones de Comunicación.

_____ (1995) *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara/CIESAS de Occidente.

_____ (1997a) "Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987-1997", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 30, Mayo-Agosto.

_____ (1997b) "Retos disciplinarios y posdisciplinarios para la investigación de la comunicación", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 31, Septiembre-Diciembre.

FUENTES NAVARRO, Raúl y Enrique E. Sánchez Ruiz (1989) *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO (Cuadernos Huella, Núm. 17).

GIDDENS, Anthony (1996) *In defence of sociology. Essays, interpretations & rejoinders*. Cambridge: Polity Press.

GONZÁLEZ SANCHEZ, Jorge A. (1990) *Sociología de las culturas subalternas*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

_____ (1993) "Metodología y sociología reflexivas. Navegar procelosos mares del Placer", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Núm. 15.

LEAL Y FERNANDEZ, Juan Felipe et al (coords.) *La Sociología contemporánea en México. Perspectivas disciplinarias y nuevos desafíos*. México: UNAM-FCPS.

MARINI, Ruy Mauro y Margara Millan (coords.) (1996) *La teoría social latinoamericana. Cuestiones contemporáneas, Tomo IV*. México: FLACSO/UNAM/Ediciones El Caballito.

MOLES, Abraham (coord.) (1975) *La comunicación y los mass media*. Bilbao: Ediciones Mensajero, Diccionarios del Saber Moderno.

MORAN, María Luz y Ana Inés López Accotto (comps.) (1998) *Hacia una sociología mundial? Reflexiones desde las periferias*. Número doble especial (82-83) de *Zona Abierta*. Madrid: Editorial Pablo Iglesias.

OREJA, Marcelino (1998) "Chairman's message" en *The digital age: European audiovisual policy. Report from the High Level Group on Audiovisual Policy*. Bruselas: European Commission.

OROZCO GOMEZ, Guillermo (1999) "Los caminos de la recepción televisiva en América Latina" Texto preparado para el número especial de la revista PROBLÈMES d'AMÉRIQUE LATINE. Francia. Enero de 1999.

PASQUALI, Antonio (1979) *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1988) "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México", en E.E. Sánchez Ruiz (comp.) *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación/Universidad de Guadalajara.

_____ (1992) *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

_____ (1995) "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades", en Jesús Galindo y Carlos Luna (coords.) **Campo académico de la comunicación: Hacia una reconstrucción reflexiva**. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

_____ (1996) "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en **Comunicación y Sociedad**, Núm. 27, Mayo-Agosto.

_____ (1997) "Algunos retos para la investigación Mexicana de comunicación. Una reflexión personal (en diálogo con Raúl Fuentes)", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 30, Mayo-Agosto.

_____ (1998) "El cine mexicano y la globalización: Contracción, concentración e intercambio desigual", en J. Burton-Carvajal, P. Torres y A. Miquel (comps.) **Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y Pedagogía del Cine Mexicano, Latinoamericano y Chicano**. México: U. de G./Instituto Mexicano de Cinematografía.

(1999) "Industrias culturales, globalización y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación", Documento preparado para el Grupo de Discusión "Globalización e Industrias Culturales", el X Encuentro CONEICC. Colima, 3-5 de Marzo. •

SCHLESINGER, Philip (1995) "¿Debemos preocuparnos por Norteamérica?", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

TOVAR PEÑA, Teresa (1997) "Una década de *Comunicación y Sociedad*", en *Comunicación y Sociedad, Índice Acumulativo, 1987-1997*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

TREMBLAY, Gaëtan (1995) "Las autopistas de la diversión en Canadá", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

VARIOS AUTORES (1995) *Estudios de teoría e historia de la sociología en México*. México: UNAM-FCPS/UAM-Azcapotzalco.

WALLERSTEIN, Immanuel (ed.) (1998) *The heritage of sociology and the future of the social sciences in the 21st Century*. Número especial de *Current Sociology*, Vol. 46, Núm. 2, Abril.

ZALLO, Ramón, et al (1995) "Los parques culturales en Europa", en *Telos*, Num. 41, Marzo-Mayo.

CCC
AI
1250

X Encuentro Nacional CONEICC
1999 retrospectiva y prospectiva de la comunicación
Colima, 3-5 de marzo de 1999

**ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN DE LA
COMUNICACIÓN;
RETROSPECTIVA Y PROSPECTIVA**

Raúl Fuentes Navarro
Profesor-investigador del Departamento de
Estudios de la Comunicación Social de la
Universidad de Guadalajara y del Departamento
de Estudios Socioculturales del ITESO.
Coordinador de Documentación del CONEICC.

Permítanme iniciar con una nota personal, pues la invitación a presentar esta conferencia inaugural del X Encuentro Nacional de CONEICC, además de ser un honor en sí misma, tiene para mí un significado adicional, que no es meramente sentimental y tiene amplia relación con el tema propuesto.

Hace veinte años, el 26 y el 27 de abril de 1979, participé por primera vez en una asamblea del CONEICC, la séptima, en Gómez Palacio, Dgo., sede del ISCYTAC. Asistimos 23 personas, representantes de doce instituciones. Aunque el punto principal de esa asamblea fue la reorganización de los comités académico, de investigación y de difusión, la discusión más intensa se dio a propósito de la participación del CONEICC en la organización del congreso de la International Communication Association, a celebrarse en Acapulco en mayo de 1980, y en la constitución de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

Para el entonces joven e inexperto profesor de teoría de la comunicación que era yo, la experiencia fue fascinante. Tanto, que contribuyó en gran medida a estimular mi naciente vocación académica, entonces apenas un subproducto y un complemento de mi trabajo como productor audiovisual. De las 23 personas presentes en aquella asamblea, yo conocía previamente solo a dos: a Alberto Montoya, que había sido mi compañero de estudios y trabajaba en el Colegio de Posgraduados de Chapingo, y a Cristina Romo, mi maestra y directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO. Gracias a ella y a las experiencias con las que me puso en contacto, como la del CONEICC, mi incipiente vocación académica, para bien y para mal, se consolidó y se convirtió muy pronto en definitiva.

Lo que me fascinó de esa primera participación en el CONEICC fue el descubrimiento de personas, algunas de ellas tan jóvenes e inexpertas como yo, otras no tanto, que para hacer avanzar sus muy divergentes propuestas para las ciencias de la comunicación en México, habían decidido construir un espacio de confluencia interinstitucional, para discutir y buscar acuerdos de interés común. Como lo han dicho siempre los fundadores, ese espacio de confluencia fue más fácil de construir que lo que parecía al principio, porque se basó en el conocimiento mutuo de personas inteligentes y generosas, que tenían posturas que defender y proyectos académicos que impulsar. Personas como Horacio Guajardo, Guillermo Michel o Angel Sáiz, que llegaron a la comunicación de otros campos ya maduros; Josep Rota y Rubén Jara, los primeros mexicanos que obtuvieron un doctorado en comunicación; y Beatriz Solís, Javier Solórzano o Alberto Montoya, representantes de esa generación crítica con la que me reconocí, tenían ya un horizonte internacional para discutir el futuro de las ciencias de la comunicación en México y la disposición a hacer crecer tanto ese horizonte como ese futuro sobre el que no había acuerdos. Era imposible desaprovechar la oportunidad de participar en esa tarea; al menos para mí fue imposible no involucrarme, con ellos y con otros que conocí después.

Veinte años es un periodo considerable en la vida profesional de una persona: en dos décadas se acumulan experiencias y aprendizajes que difícilmente permiten el desarrollo de vocaciones alternativas, aunque se dan casos. Pero para la vida de una institución como el CONEICC, o de un campo académico como el de la comunicación en México, veinte o veinticinco años son un periodo muy corto: los cambios de rumbo, las pérdidas de la intención original, las rupturas con la historia, la transformación radical, son no sólo posibles sino altamente probables. Y a veces, en algún sentido, también deseables, cuando no inevitables. De manera que al plantear esta reflexión retrospectiva y prospectiva sobre la enseñanza y la investigación de la comunicación, trato de escaparme de los límites de la experiencia personal y adoptar una visión más amplia, apoyada en los aportes y propuestas de otros, cercanos y lejanos. Los términos mismos propuestos por la comisión organizadora para esta reflexión colectiva, "retrospectiva y prospectiva", significan mirar hacia atrás y hacia adelante; y para hacer eso, hay que adoptar una *perspectiva*, es decir, un punto de vista. Yo creo que la mirada siempre puede ser más penetrante y abarcar un horizonte más amplio, cuando conjuga puntos de vista múltiples y plurales, aunque el orden que los integre sea uno, por necesidad de hacer sentido.

Para construir esa visión múltiple y plural, aunque integrada desde mi propia perspectiva, y presentarla sintéticamente ante ustedes recurro, como lo he hecho ya en otras ocasiones, a una obra publicada por John McHale en 1969 que lleva por título *El Futuro del Futuro*. Es uno de los mejores ejemplos que conozco de esa "futurológica humanística" con que algunos intelectuales norteamericanos del tiempo de los hippies enfrentaron el cambio sociocultural inducido por la explosión de la tecnología en las comunicaciones. Me gusta citar una especie de aforismo que McHale utiliza como organizador de su discurso, y no puedo dejar de hacerlo nuevamente hoy:

El futuro del pasado está en el futuro
El futuro del presente está en el pasado
El futuro del futuro está en el presente

Una interpretación, porque admite varias, de esta provocativa concepción de la historia, la resume el propio McHale en una frase: "Al asumir un futuro, el hombre hace soportable su presente y significativo su pasado; pasados, presentes y futuros alternativos se entretajan en la anticipación y predicción de sus futuras acciones." Siguiendo ese sentido, mi propuesta para la reflexión retrospectiva y prospectiva sobre la enseñanza y la investigación de la comunicación en México se basa en la identificación de los proyectos que las han impulsado y que atraviesan el presente, desde el cual reconstruimos el pasado e imaginamos, y por lo tanto, determinamos el futuro.

Para ser conciso, enuncio la hipótesis, que he expresado en muchos foros y que retomo otra vez aquí, de que en México -y América Latina-, han predominado sucesivamente tres "*modelos*" o *proyectos fundacionales* para la formación de comunicadores, que de diversas maneras articulan en el curriculum los saberes recortados históricamente como pertinentes en función de diversos perfiles y determinaciones socioprofesionales. Cada uno de estos modelos, a su vez, ha configurado de distintas maneras el núcleo operante de la comunicación como disciplina académica, sin que, no obstante, ninguno de ellos haya logrado la consistencia suficiente para legitimarse, ni profesional ni universitariamente. De hecho, puede considerarse que en la actualidad, y desde hace quince o veinte años, los planes de estudio responden más a una yuxtaposición cada vez más confusa de elementos de los tres modelos, con énfasis diversos según las instituciones, pero sin una articulación claramente definida ni cognoscitiva ni socialmente. Esa, que sería la manifestación central de la "desarticulación múltiple" que caracteriza a nuestro campo académico, además de referirse a la formación de profesionales de la comunicación, tiene también que ver con la investigación en la medida en que su práctica ha estado subordinada a la docencia. Lo preocupante, en todo caso, es que no haya surgido todavía otro proyecto que busque volver a fundar académicamente el estudio de la comunicación. Veamos a cuáles "*modelos fundacionales*" me refiero, y por qué los caracterizo a los tres como *utópicos*:

El modelo de la *formación de periodistas*, originado en los cincuenta, el más antiguo y más fuertemente arraigado en las escuelas, a pesar de su tradicional enfoque técnico y pragmático, tiene como uno de sus elementos constitutivos el propósito de la incidencia político-social a través de la conformación de la "opinión pública", donde tanto la indagación sistemática como la ética profesional tienen la mayor importancia. Los operadores profesionales de la información social, previstos por este modelo, habrían de ejercer nada menos que su autoridad moral como el "cuarto poder" de la democracia moderna, dando a conocer "objetivamente" los "hechos" y orientando responsablemente su "interpretación". Subyace a este modelo una noción de la comunicación como difusión y por tanto un énfasis en la producción de "mensajes". También, la necesidad del competente manejo de las relaciones entre "estructuras" y "coyunturas" sociales para intervenir oportunamente en éstas desde aquellas. En otras palabras, habría que saber "quién dice qué a quién por qué canal con qué efectos", como proponía Harold Lasswell hace cincuenta años. Los valores utópicos de este modelo son, sobre todo, los de la honestidad, la oportunidad y la lucidez de quien ejerce el poder de interpretar los hechos sociales en una sociedad liberal.

El segundo modelo, originado en los sesenta, el que concibe al *comunicador como intelectual* desde una perspectiva humanística, subordina la habilitación técnica a la cultura "encarnada" en sujetos capaces de impulsar, a través de los medios de difusión, la transformación de la dinámica sociocultural conforme a marcos axiológicos bien definidos y enfatiza, sobre todo, un manejo competente y responsable de los "contenidos" y de los "medios" como lenguajes, de acuerdo con la autoridad intelectual del "creador", que no operador de los mensajes. La utopía del discernimiento filosófico y existencial como base de la práctica de los "comunicadores" remite a una teoría de la comunicación y a una ética social mucho más amplias y complejas que las correspondientes a los operadores de la difusión masiva, por lo que la comunicación humana se descubre también, como ámbito profesional y como "objeto" de investigación o ámbos al mismo tiempo, en casi cualquier relación o institución social. De ahí que haya que tener la disposición a "saber de todo", a "usar" las disciplinas y saberes más diversos,

integrados por los fines: la prevalencia de valores humanos universales como la justicia, la verdad, la libertad, la belleza, la solidaridad o la creatividad, y a investigar la comunicación desde la complejidad creciente de la cultura, amenazada por el "materialismo consumista".

Finalmente, el modelo del así llamado "*comunicólogo*" como *científico social*, originado en los setenta, tiende prácticamente a abandonar la formación instrumental y la habilitación profesional por enfatizar el estudio de las prácticas y sistemas de comunicación desde los niveles teóricos y epistemológicos más abstractos, y desde una perspectiva "crítica", no sólo de las prácticas comunicacionales y las estructuras sociales, sino de los propios saberes del campo. La utopía de la emergencia de una comunicación social que funcione "contrahegemónicamente" supone la capacidad de develar el carácter ideológico de los mensajes y, más allá, de los sistemas o "aparatos" en su totalidad, instrumentos de dominación que es necesario "liberar". La investigación de la comunicación tiene así propósitos más precisos que nunca, pero casi ningún medio para realizarse, a no ser el discurso "teoricista". De cualquier manera, denunciar la situación y descubrir a quienes detentan el poder económico y político de las industrias culturales y a sus cómplices, es no sólo una obligación moral sino una "condición de científicidad" de la praxis "revolucionaria" del "comunicólogo" así entendido.

Supongo que cada quien podrá reconocer, en su propia trayectoria escolar y en su conocimiento sobre la comunicación, la yuxtaposición de elementos de estos tres modelos. Supongo también que con algún esfuerzo por ampliar el punto de vista, cada quien podrá identificar de dónde provienen y hacia dónde apuntan esos elementos: unos hacia las disciplinas profesionales, hacia la transformación práctica de los oficios; otros, hacia las humanidades y la conformación crítica y creativa de cosmovisiones intelectuales integradas; otros más, hacia las ciencias sociales y su afán de comprensión de las realidades históricas para intervenir sobre ellas y modificarlas.

Los tres modelos tienen, pues, en común, un impulso fuerte de transformación de la sociedad por medio de la comunicación, una propuesta de cambio basada en el pensamiento crítico y el rechazo de las prácticas predominantes en los medios y en otras instituciones sociales. Llamo utópicos a esos ingredientes centrales de inconformismo y creatividad porque surgen del reconocimiento de que aunque esas prácticas comunicativas "alternativas" no tienen lugar, o lo tienen sólo marginalmente en la sociedad, los profesionales universitarios de la comunicación se responsabilizarían de extenderlas, implantarlas o mediarlas, es decir, de hacerlas no sólo posibles sino necesarias.

Me parece muy significativo que el último de estos modelos haya surgido hace ya veinte o veinticinco años, y que no pueda reconocerse en este tiempo ninguna otra propuesta fuerte de formación de profesionales de la comunicación, sino múltiples y diversos intentos de conjugar los mismos elementos, aunque cambien algunos nombres de "autores de cabecera", en los planes de estudio. También me parece muy significativo que muchos egresados y estudiantes repitan una y otra vez lo que les parece que hace falta en la carrera -"práctica y contacto con la realidad" es la fórmula más usada- y no vean más allá, ni siquiera lo que significan las fórmulas. A veces parece que se agotó la imaginación y no es difícil imaginar razones: el ambiente cultural cambió en todo el mundo, y en México nos acostumbramos, desde principios de los ochenta, a las sucesivas crisis económicas, políticas, culturales y morales. La tecnología de las comunicaciones aceleró su ritmo de desarrollo de tal manera, que no nos dejó tiempo para pensar seriamente en sus implicaciones. La población universitaria creció desafortadamente y, más que otras, la carrera de comunicación se puso de moda, de una manera tal que hizo imposible que hubiera profesores suficientes, con experiencia profesional y formación académica adecuadas, para atender educativamente a tantos miles de estudiantes. Etcétera, etcétera.

No creo que se pueda negar que, tanto por razones "macro" como "micro", la utopía universitaria de la comunicación se desprestigió y su impulso de cambio se diluyó. Si cada uno de los modelos fundacionales propuso y comenzó a concretar

un *proyecto universitario* con identidad y sentido propios, los tres con profundos y extensos ingredientes utópicos, su evolución y yuxtaposición tendió a diluir en los años ochenta la viabilidad y vigencia de la licenciatura en comunicación como proyecto académico para derivar más bien en un lugar común, en una inercia, sujeta cada vez más, exclusivamente, a las "leyes del mercado": demanda y oferta de un título, más que de un proyecto, de un estereotipo ambiguo, más que de una opción vital, para miles y miles de estudiantes, y a la concurrencia de todas las instituciones de educación superior a este boyante mercado, dominado por una demanda bastante nutrida y acrítica, sin tomarse la molestia de elaborar un proyecto académico apropiado.

Se hacen indispensables aquí al menos dos precisiones: sostengo la validez de lo afirmado en su escala más general y no necesariamente en ámbitos particulares: de hecho, aunque el número de instituciones donde se "ofrecen" estudios de comunicación ha crecido desmesuradamente en casi todo el país, la mayor parte de ellas está muy lejos de contar con las condiciones mínimas de trabajo para la producción y la formación universitarias, como un equipo de profesores de planta, que sí han mantenido e incrementado cualitativamente algunas cuantas, públicas y privadas. Por otro lado, en lo individual o los pequeños grupos, el "desprestigio de la utopía" no necesariamente implicó la pérdida del sentido socioprofesional de los comunicadores: por el contrario, creo que hay más y mejores evidencias cada vez, como las que van surgiendo de los estudios de seguimiento de egresados, de que de la carrera de comunicación en México han egresado y lo siguen haciendo, a pesar de todo, agentes de cambio profesionales socialmente responsables, en el sentido más fuerte de la palabra, y que los estudios de comunicación tienen auténticos referentes "prácticos" sobre los cuales basarse para renovar su proyecto.

Quizá sea adecuado utilizar aquí la fórmula con que un colega muy respetado describía hace pocos años la experiencia académica en que llevaba involucrado ya una década: se trata de "un gran fracaso con muchos logros". Es un gran fracaso, de hecho, si proyectamos linealmente los supuestos fundacionales de hace tres,

cuatro o cinco décadas. Pero ninguno de los modelos era, en sentido estricto, un *programa*. Y si alguien creyó que lo eran, fue demasiado ingenuo y quizá se merezca la consecuente frustración. Más bien, los “modelos fundacionales” eran *propuestas* de trabajo abiertas a las vicisitudes de la historia, *opciones* para ser apropiadas y desarrolladas en la práctica por individuos y grupos concretos, *futuros* que el trabajo colectivo podría convertir en presentes, pero que no podían preverlo todo. En una conferencia dictada poco tiempo antes de su muerte, Raymond Williams abordaba esta misma cuestión dentro de su campo de una manera que me parece ejemplar:

Quiero abordar aquí la cuestión del futuro de “estudios culturales”, aunque no como una manera de subestimar su fortaleza y desarrollo actuales, muy reales, que habría sido del todo imposible, creo, predecir treinta años atrás, cuando el término comenzó a circular por primera vez. En realidad, debemos recordarnos esa impredecibilidad como una condición susceptible de aplicarse también a cualquier proyección que podamos hacer, que en algunos casos serán con seguridad igualmente ciegas. No obstante, es necesario ser firmes y no vacilantes en esta cuestión del futuro, porque lo que pongamos en ella, nuestra propia percepción de las direcciones en que debería encauzarse, constituirán una parte importante de lo que se haga. Por otra parte, la claridad mental que puede conducir a alguna definición de las consideraciones que han de aplicarse al elegir una dirección es a la vez difícil de lograr y necesaria, precisamente a causa de esa incertidumbre. (Raymond Williams, *La política del modernismo; contra los nuevos conformistas*. Manantial, Buenos Aires, 1997, p.187).

Williams rescata lo esencial de las propuestas fundadoras de los estudios culturales británicos y analiza lo que pasó entre las personas y las instituciones, entre los proyectos y las “formaciones”, y sólo desde ahí revisa las *obras*. Más que con los textos, se queda con las situaciones en que se hizo posible responder, antes que a intereses institucionales o individuales, a las necesidades de procesamiento intelectual y de formulación crítica de las cuestiones que inquietan a las personas comunes. De la capacidad de los investigadores de mantener o de recuperar este diálogo con su entorno, esta referencia básica del sentido de su trabajo, Williams hace depender, en 1986, el futuro de ese campo que él

contribuyó decisivamente a fundar. Y habla de fracaso, en cuanto a lo que no tiene por qué ocurrir, en la medida de la incapacidad colectiva para inconformarse con el éxito de la institucionalización. Dice textualmente que “el momento de preparar esta nueva iniciativa, que por cierto sería muy resistida por muchos intereses creados y políticos, es precisamente *hoy*”. Y no habla necesariamente de una fecha precisa, sino del momento *presente*, en el que diría McHale, está el *futuro del futuro*.

Si, volviendo a nuestro caso de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México, mantenemos y renovamos nuestra inconformidad con el presente, si luchamos por modificar la consideración de que el o los proyectos que las han orientado, ha sido un gran fracaso, pero reconocemos cuáles son los logros parciales y a qué se han debido, me parece que podemos “preparar la nueva iniciativa” y luchar por ella, trabajarla, contra la resistencia de personas o instituciones, de aquellos quienes tienen interés en que fracasemos.

Nuevamente creo que aquí tengo que matizar lo dicho, para clarificar mi perspectiva. No creo que nos enfrentemos a un adversario externo: no creo que haya nadie que concretamente esté interesado en que fracasemos, aunque sí haya beneficiarios. El adversario, como suele suceder, está dentro de nosotros mismos. Se puede resumir con el término *conformismo*, se puede identificar como la actitud de que no vale la pena complicarse la vida, como si la vida fuera simple. El adversario propone la vigencia de la ley del menor esfuerzo, la aceptación de la inercia, la incorporación a lo ya establecido, que por establecido se impone como válido e inmutable, la exigencia de que otros aporten lo que yo no puedo o no quiero construir. El adversario, también, en otro plano, refuerza la creencia de que para hacer prevalecer el logro propio es indispensable descalificar, o si es posible destruir, el logro ajeno, con más fuerza mientras más cercano esté.

Podríamos encontrar con toda facilidad infinidad de ejemplos que ilustraran este vector antiutópico entre nosotros. Pero, nuevamente, creo que es más pertinente

intentar ver más allá y reconocer los logros parciales, los procesos constructivos y los trayectos productivos. Para ello, propongo una revisión rápida de un sector minoritario y hasta ahora poco trascendente de nuestro campo académico, el de la investigación académica de la comunicación, que no tiene más de veinticinco años de existencia y ha estado concentrado en sólo cinco o seis universidades.

El primer impulso a la práctica y a la institucionalización de la investigación surgió en la primera mitad de los setenta en la escuela fundadora del modelo humanista y su utopía culturalista, la de la Universidad Iberoamericana. Con el empirismo norteamericano, en su versión más cuantitativista y conductista, como "paradigma" único, pero una gran capacidad magisterial y de gestión en sus principales agentes, el impulso hacia formas de articulación académicas y extra-académicas de la investigación fue divergente y aislado, lo cual contribuyó al "retiro" de estos profesores, a principios de los ochenta, del campo académico, aunque muy significativamente, no de la investigación de la comunicación.

Una parte sustancial de quienes opusieron el proyecto "crítico" al "empirista", habían sido alumnos de la Universidad Iberoamericana y, siguiendo la radicalización ideológica de los años setenta, se habían desplazado hacia la UNAM y la UAM-Xochimilco. La figura emblemática de esta corriente "crítica", Armand Mattelart, tuvo sin duda una gran influencia sobre estos investigadores, que congregados en la AMIC a partir de 1979, impulsaron el establecimiento del proyecto de la formación de comunicadores como "científicos sociales", tercer modelo fundacional del campo, mediante la adopción del materialismo histórico como guía y el consecuente combate al empirismo ("representante del imperialismo" y "reforzador de la ideología dominante") y, por ende, a los investigadores "empiristas".

Estos investigadores "críticos" iniciaron sus carreras como investigadores académicos al lado de líderes político-intelectuales refugiados en México, cuya influencia sobre ellos fue más ético-ideológica que metodológica, aunque introdujeron a México nuevos temas y nuevos enfoques de investigación de la

comunicación. A la distancia, hay que hacer notar que, después de la "ruptura" con los investigadores "empiristas", los investigadores "críticos" rompieron también con los "denuncistas", que a diferencia de ellos mismos, estaban poco comprometidos con la formación de comunicadores, aunque sin duda asimilaron mucha mayor influencia de ellos que de los primeros, al encontrarse prácticamente solos en el campo a mediados de los años ochenta.

Pero en esa época de "la crisis" nacional, cuando el mercado académico se cerró y los apoyos gubernamentales prácticamente desaparecieron para la investigación de la comunicación (crítica o no), emergió un tercer grupo de investigadores, que habían estudiado comunicación en la misma época que los "críticos", pero que habían seguido estudiando. Con posgrados (cursados tanto en México como en el extranjero) en distintas especialidades de las ciencias sociales, este grupo se integró al campo académico con retraso, pero con la ventaja de representar tanto una "postura crítica" como una "actitud de rigor", condiciones que resultaban muy pertinentes en combinación, después de las desgastantes batallas internas por la hegemonía en el campo, sostenidas hace veinte años.

Es importante subrayar que estos investigadores no encontraron acomodo (aunque lo buscaron) en ninguna escuela de comunicación: tuvieron que inaugurar nuevos espacios universitarios, lo cual se facilitó por su curriculum-vitae y por los sólidos y ambiciosos proyectos académicos que propusieron, más asociados al posgrado que a las licenciaturas. Así, se establecieron en los años ochenta el Programa Cultura de la Universidad de Colima; el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, ahora Departamento de Estudios de la Comunicación Social, de la Universidad de Guadalajara; y el ya desaparecido Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana. En estas instituciones, además de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, la UAM Xochimilco y el ITESO, es donde se ha concentrado la mayor parte de la producción de investigación de la comunicación en México.

Pero es un hecho que a partir de mediados de los años ochenta, la investigación académica de la comunicación se ha alejado como nunca antes de la formación de comunicadores, entre otras razones por la presión generada por las políticas gubernamentales diseñadas para hacer frente a la "crisis" en los terrenos universitarios: descentralización, modernización de las instituciones, estímulos a la "excelencia" (y desestímulo a todo lo demás), competitividad internacional e imposición de un perfil evaluable homogéneamente para los académicos a través, sobre todo, del Sistema Nacional de Investigadores. En los años noventa, un número considerable de profesores-investigadores ya "establecidos" nos inscribimos en programas de doctorado y reajustamos nuestro perfil académico, para no quedar al margen de los estímulos y reconocimiento oficiales, mediados por este Sistema, al que en la actualidad pertenecemos 18 investigadores de la comunicación.

También en los años noventa, ha surgido un cuarto grupo de investigadores, más jóvenes y de modo general discípulos de algunos de los "consagrados" por el Sistema, formados en los posgrados nacionales "de excelencia" atendidos multidisciplinariamente por ellos y académicos de alto nivel de otros campos, y en quienes ha recaído la responsabilidad de renovar la investigación de la comunicación, tanto en sus temáticas y enfoques metodológicos como en sus prácticas y adscripciones institucionales. Muchos de ellos, a pesar de la adversidad de las condiciones en que han vivido, por su formación y capacidad, y por la sana independencia que van ganando con su trabajo con respecto a sus "tutores", son la mejor evidencia de que el campo académico de la comunicación ha generado los recursos indispensables para avanzar hacia un futuro sólido y promisorio. Otros, inevitablemente, copian y repiten los caminos y los aportes ya trillados, aunque por supuesto no agotados. En este campo, difícilmente puede detectarse algo que esté ya agotado, de lo que no se pueda ya aprender más.

Al principio de esta exposición, a manera de nota personal, mencioné la riqueza encontrada hace veinte años en las personas que, aunque sostenían proyectos divergentes para las entonces nacientes ciencias de la comunicación en México, o

precisamente por ello, habían decidido construir un espacio de confluencia interinstitucional, para discutir y buscar acuerdos de interés común. Ahora es imposible imaginar el campo académico de la comunicación en México sin ese espacio, que es el CONEICC, y que afortunadamente no es ya el único que usamos para ese fin, de encontrarnos y esforzarnos en buscar juntos lo que ha de ser nuestro futuro. Más allá de todo lo que ha cambiado, es obvio que la condición esencial sigue estando en la disposición de las personas al diálogo, al trabajo conjunto, a la colaboración y al respeto mutuo. El CONEICC ha mantenido por casi veinticinco años esta condición y ese no es un logro menor: es uno de los recursos más valiosos del campo. Y por lo tanto, es también el fundamento más sólido que se puede tener para emprender, en el presente, la renovación del proyecto o proyectos de futuro que podemos compartir.

Desde ahí, y ante cientos de estudiantes que todos esperamos que se incorporen de lleno a este proceso de reflexión y renovación del campo que han elegido, y ante los profesores e investigadores que han asumido de diversas maneras este compromiso, propongo algunas características de la imagen que me hago del campo académico de la comunicación en México dentro de veinte o veinticinco años.

En el centro de la imagen del futuro que me puedo representar ahora sigue estando el ingrediente de apertura a la confluencia que ha cultivado el CONEICC desde su constitución en 1976, aunque el riesgo de la burocratización, de la despersonalización, de la pérdida del respeto por las diferencias y de la actitud de diálogo esté, como siempre, presente.

En las dimensiones profesionales de la comunicación quisiera ver ejercicios cada vez menos definidos por los puestos o la oferta de trabajo y por los sectores especializados, y cada vez más por un modo específico, el comunicacional, de resolver necesidades y demandas sociales concretas. Quisiera menos conformismo y adaptabilidad a las circunstancias, más creatividad y sensibilidad.

Menos preocupación por estar al día en el uso de recursos tecnológicos, y más atención a los sujetos de la producción social del sentido.

En la formación universitaria de comunicadores quisiera ver mejores recursos y proyectos institucionales innovadores, mayor atención a lo educativo, profesores menos obsesionados por los “contenidos” y estudiantes cada vez más interesados en aprender creativa y responsablemente. Autoridades menos preocupadas por la certificación y la acreditación oficiales y más por la calidad educativa y la pertinencia social de su oferta.

En la investigación académica de la comunicación, veo la posibilidad de mayor diversificación y menor fragmentación, la consolidación de equipos multidisciplinarios reconocidos y cada vez más competentes, no competitivos, para elaborar explicaciones teóricas y modelos metodológicos lógicamente consistentes y éticamente pertinentes, que se difundan y se articulen con los procesos educativos en los posgrados y en las licenciaturas. Veo también la necesidad de colaboración, sin confusión de fines, con los profesionales de la comunicación, los investigadores “comerciales” y las instancias sociales de toma de decisiones.

Se podrá pensar que mi imagen del futuro es poco ambiciosa, porque insiste en lo mismo. Se podrá pensar que es irrealizable, o algo peor. Pero hay que entender que proviene de alguien que no ha renunciado a la utopía fundacional del campo y que ha construido su trayectoria, durante muchos años, sobre esa base. De alguien que ha aprendido que puede y debe seguir aprendiendo y que no cree tener la verdad en sus manos. Que ha trabajado en la recuperación e interpretación de la historia del campo académico de la comunicación, y que sabe que debe poner los resultados de ese trabajo a la disposición de todos los que participan, activa o pasivamente, en la configuración del futuro. Finalmente, de alguien que espera escuchar y discutir, con todo respeto y con mucho interés, las propuestas de otros.

X Encuentro Nacional CONEICC
1999 retrospectiva y prospectiva de la comunicación
Colima, 3-5 de marzo de 1999

CC
A
1250

**ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN DE LA
COMUNICACIÓN;
RETROSPECTIVA Y PROSPECTIVA**

Raúl Fuentes Navarro
Profesor-investigador del Departamento de
Estudios de la Comunicación Social de la
Universidad de Guadalajara y del Departamento
de Estudios Socioculturales del ITESO.
Coordinador de Documentación del CONEICC.

Permítanme iniciar con una nota personal, pues la invitación a presentar esta conferencia inaugural del X Encuentro Nacional de CONEICC, además de ser un honor en sí misma, tiene para mí un significado adicional, que no es meramente sentimental y tiene amplia relación con el tema propuesto.

Hace veinte años, el 26 y el 27 de abril de 1979, participé por primera vez en una asamblea del CONEICC, la séptima, en Gómez Palacio, Dgo., sede del ISCYTAC. Asistimos 23 personas, representantes de doce instituciones. Aunque el punto principal de esa asamblea fue la reorganización de los comités académico, de investigación y de difusión, la discusión más intensa se dio a propósito de la participación del CONEICC en la organización del congreso de la International Communication Association, a celebrarse en Acapulco en mayo de 1980, y en la constitución de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

Para el entonces joven e inexperto profesor de teoría de la comunicación que era yo, la experiencia fue fascinante. Tanto, que contribuyó en gran medida a estimular mi naciente vocación académica, entonces apenas un subproducto y un complemento de mi trabajo como productor audiovisual. De las 23 personas presentes en aquella asamblea, yo conocía previamente solo a dos: a Alberto Montoya, que había sido mi compañero de estudios y trabajaba en el Colegio de Posgraduados de Chapingo, y a Cristina Romo, mi maestra y directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO. Gracias a ella y a las experiencias con las que me puso en contacto, como la del CONEICC, mi incipiente vocación académica, para bien y para mal, se consolidó y se convirtió muy pronto en definitiva.

Lo que me fascinó de esa primera participación en el CONEICC fue el descubrimiento de personas, algunas de ellas tan jóvenes e inexpertas como yo, otras no tanto, que para hacer avanzar sus muy divergentes propuestas para las ciencias de la comunicación en México, habían decidido construir un espacio de confluencia interinstitucional, para discutir y buscar acuerdos de interés común. Como lo han dicho siempre los fundadores, ese espacio de confluencia fue más fácil de construir que lo que parecía al principio, porque se basó en el conocimiento mutuo de personas inteligentes y generosas, que tenían posturas que defender y proyectos académicos que impulsar. Personas como Horacio Guajardo, Guillermo Michel o Angel Sáiz, que llegaron a la comunicación de otros campos ya maduros; Josep Rota y Rubén Jara, los primeros mexicanos que obtuvieron un doctorado en comunicación; y Beatriz Solís, Javier Solórzano o Alberto Montoya, representantes de esa generación crítica con la que me reconocí, tenían ya un horizonte internacional para discutir el futuro de las ciencias de la comunicación en México y la disposición a hacer crecer tanto ese horizonte como ese futuro sobre el que no había acuerdos. Era imposible desaprovechar la oportunidad de participar en esa tarea; al menos para mí fue imposible no involucrarme, con ellos y con otros que conocí después.

Veinte años es un periodo considerable en la vida profesional de una persona: en dos décadas se acumulan experiencias y aprendizajes que difícilmente permiten el desarrollo de vocaciones alternativas, aunque se dan casos. Pero para la vida de una institución como el CONEICC, o de un campo académico como el de la comunicación en México, veinte o veinticinco años son un periodo muy corto: los cambios de rumbo, las pérdidas de la intención original, las rupturas con la historia, la transformación radical, son no sólo posibles sino altamente probables. Y a veces, en algún sentido, también deseables, cuando no inevitables. De manera que al plantear esta reflexión retrospectiva y prospectiva sobre la enseñanza y la investigación de la comunicación, trato de escaparme de los límites de la experiencia personal y adoptar una visión más amplia, apoyada en los aportes y propuestas de otros, cercanos y lejanos. Los términos mismos propuestos por la comisión organizadora para esta reflexión colectiva, "retrospectiva y prospectiva", significan mirar hacia atrás y hacia adelante; y para hacer eso, hay que adoptar una *perspectiva*, es decir, un punto de vista. Yo creo que la mirada siempre puede ser más penetrante y abarcar un horizonte más amplio, cuando conjuga puntos de vista múltiples y plurales, aunque el orden que los integre sea uno, por necesidad de hacer sentido.

Para construir esa visión múltiple y plural, aunque integrada desde mi propia perspectiva, y presentarla sintéticamente ante ustedes recurro, como lo he hecho ya en otras ocasiones, a una obra publicada por John McHale en 1969 que lleva por título *El Futuro del Futuro*. Es uno de los mejores ejemplos que conozco de esa "futurológica humanística" con que algunos intelectuales norteamericanos del tiempo de los hippies enfrentaron el cambio sociocultural inducido por la explosión de la tecnología en las comunicaciones. Me gusta citar una especie de aforismo que McHale utiliza como organizador de su discurso, y no puedo dejar de hacerlo nuevamente hoy:

El futuro del pasado está en el futuro
El futuro del presente está en el pasado
El futuro del futuro está en el presente

Una interpretación, porque admite varias, de esta provocativa concepción de la historia, la resume el propio McHale en una frase: "Al asumir un futuro, el hombre hace soportable su presente y significativo su pasado; pasados, presentes y futuros alternativos se entretajan en la anticipación y predicción de sus futuras acciones." Siguiendo ese sentido, mi propuesta para la reflexión retrospectiva y prospectiva sobre la enseñanza y la investigación de la comunicación en México se basa en la identificación de los proyectos que las han impulsado y que atraviesan el presente, desde el cual reconstruimos el pasado e imaginamos, y por lo tanto, determinamos el futuro.

Para ser conciso, enuncio la hipótesis, que he expresado en muchos foros y que retomo otra vez aquí, de que en México -y América Latina-, han predominado sucesivamente tres "*modelos*" o *proyectos fundacionales* para la formación de comunicadores, que de diversas maneras articulan en el curriculum los saberes recortados históricamente como pertinentes en función de diversos perfiles y determinaciones socioprofesionales. Cada uno de estos modelos, a su vez, ha configurado de distintas maneras el núcleo operante de la comunicación como disciplina académica, sin que, no obstante, ninguno de ellos haya logrado la consistencia suficiente para legitimarse, ni profesional ni universitariamente. De hecho, puede considerarse que en la actualidad, y desde hace quince o veinte años, los planes de estudio responden más a una yuxtaposición cada vez más confusa de elementos de los tres modelos, con énfasis diversos según las instituciones, pero sin una articulación claramente definida ni cognoscitiva ni socialmente. Esa, que sería la manifestación central de la "desarticulación múltiple" que caracteriza a nuestro campo académico, además de referirse a la formación de profesionales de la comunicación, tiene también que ver con la investigación en la medida en que su práctica ha estado subordinada a la docencia. Lo preocupante, en todo caso, es que no haya surgido todavía otro proyecto que busque volver a fundar académicamente el estudio de la comunicación. Veamos a cuáles "modelos fundacionales" me refiero, y por qué los caracterizo a los tres como *utópicos*:

El modelo de la *formación de periodistas*, originado en los cincuenta, el más antiguo y más fuertemente arraigado en las escuelas, a pesar de su tradicional enfoque técnico y pragmático, tiene como uno de sus elementos constitutivos el propósito de la incidencia político-social a través de la conformación de la "opinión pública", donde tanto la indagación sistemática como la ética profesional tienen la mayor importancia. Los operadores profesionales de la información social, previstos por este modelo, habrían de ejercer nada menos que su autoridad moral como el "cuarto poder" de la democracia moderna, dando a conocer "objetivamente" los "hechos" y orientando responsablemente su "interpretación". Subyace a este modelo una noción de la comunicación como difusión y por tanto un énfasis en la producción de "mensajes". También, la necesidad del competente manejo de las relaciones entre "estructuras" y "coyunturas" sociales para intervenir oportunamente en éstas desde aquellas. En otras palabras, habría que saber "quién dice qué a quién por qué canal con qué efectos", como proponía Harold Lasswell hace cincuenta años. Los valores utópicos de este modelo son, sobre todo, los de la honestidad, la oportunidad y la lucidez de quien ejerce el poder de interpretar los hechos sociales en una sociedad liberal.

El segundo modelo, originado en los sesenta, el que concibe al *comunicador como intelectual* desde una perspectiva humanística, subordina la habilitación técnica a la cultura "encarnada" en sujetos capaces de impulsar, a través de los medios de difusión, la transformación de la dinámica sociocultural conforme a marcos axiológicos bien definidos y enfatiza, sobre todo, un manejo competente y responsable de los "contenidos" y de los "medios" como lenguajes, de acuerdo con la autoridad intelectual del "creador", que no operador de los mensajes. La utopía del discernimiento filosófico y existencial como base de la práctica de los "comunicadores" remite a una teoría de la comunicación y a una ética social mucho más amplias y complejas que las correspondientes a los operadores de la difusión masiva, por lo que la comunicación humana se descubre también, como ámbito profesional y como "objeto" de investigación o ámbos al mismo tiempo, en casi cualquier relación o institución social. De ahí que haya que tener la disposición a "saber de todo", a "usar" las disciplinas y saberes más diversos,

integrados por los fines: la prevalencia de valores humanos universales como la justicia, la verdad, la libertad, la belleza, la solidaridad o la creatividad, y a investigar la comunicación desde la complejidad creciente de la cultura, amenazada por el "materialismo consumista".

Finalmente, el modelo del así llamado "*comunicólogo*" como *científico social*, originado en los setenta, tiende prácticamente a abandonar la formación instrumental y la habilitación profesional por enfatizar el estudio de las prácticas y sistemas de comunicación desde los niveles teóricos y epistemológicos más abstractos, y desde una perspectiva "crítica", no sólo de las prácticas comunicacionales y las estructuras sociales, sino de los propios saberes del campo. La utopía de la emergencia de una comunicación social que funcione "contrahegemónicamente" supone la capacidad de develar el carácter ideológico de los mensajes y, más allá, de los sistemas o "aparatos" en su totalidad, instrumentos de dominación que es necesario "liberar". La investigación de la comunicación tiene así propósitos más precisos que nunca, pero casi ningún medio para realizarse, a no ser el discurso "teoricista". De cualquier manera, denunciar la situación y descubrir a quienes detentan el poder económico y político de las industrias culturales y a sus cómplices, es no sólo una obligación moral sino una "condición de científicidad" de la praxis "revolucionaria" del "comunicólogo" así entendido.

Supongo que cada quien podrá reconocer, en su propia trayectoria escolar y en su conocimiento sobre la comunicación, la yuxtaposición de elementos de estos tres modelos. Supongo también que con algún esfuerzo por ampliar el punto de vista, cada quien podrá identificar de dónde provienen y hacia dónde apuntan esos elementos: unos hacia las disciplinas profesionales, hacia la transformación práctica de los oficios; otros, hacia las humanidades y la conformación crítica y creativa de cosmovisiones intelectuales integradas; otros más, hacia las ciencias sociales y su afán de comprensión de las realidades históricas para intervenir sobre ellas y modificarlas.

Los tres modelos tienen, pues, en común, un impulso fuerte de transformación de la sociedad por medio de la comunicación, una propuesta de cambio basada en el pensamiento crítico y el rechazo de las prácticas predominantes en los medios y en otras instituciones sociales. Llamo utópicos a esos ingredientes centrales de inconformismo y creatividad porque surgen del reconocimiento de que aunque esas prácticas comunicativas "alternativas" no tienen lugar, o lo tienen sólo marginalmente en la sociedad, los profesionales universitarios de la comunicación se responsabilizarían de extenderlas, implantarlas o mediarlas, es decir, de hacerlas no sólo posibles sino necesarias.

Me parece muy significativo que el último de estos modelos haya surgido hace ya veinte o veinticinco años, y que no pueda reconocerse en este tiempo ninguna otra propuesta fuerte de formación de profesionales de la comunicación, sino múltiples y diversos intentos de conjugar los mismos elementos, aunque cambien algunos nombres de "autores de cabecera", en los planes de estudio. También me parece muy significativo que muchos egresados y estudiantes repitan una y otra vez lo que les parece que hace falta en la carrera -"práctica y contacto con la realidad" es la fórmula más usada- y no vean más allá, ni siquiera lo que significan las fórmulas. A veces parece que se agotó la imaginación y no es difícil imaginar razones: el ambiente cultural cambió en todo el mundo, y en México nos acostumbramos, desde principios de los ochenta, a las sucesivas crisis económicas, políticas, culturales y morales. La tecnología de las comunicaciones aceleró su ritmo de desarrollo de tal manera, que no nos dejó tiempo para pensar seriamente en sus implicaciones. La población universitaria creció desafortunadamente y, más que otras, la carrera de comunicación se puso de moda, de una manera tal que hizo imposible que hubiera profesores suficientes, con experiencia profesional y formación académica adecuadas, para atender educativamente a tantos miles de estudiantes. Etcétera, etcétera.

No creo que se pueda negar que, tanto por razones "macro" como "micro", la utopía universitaria de la comunicación se desprestigió y su impulso de cambio se diluyó. Si cada uno de los modelos fundacionales propuso y comenzó a concretar

un *proyecto universitario* con identidad y sentido propios, los tres con profundos y extensos ingredientes utópicos, su evolución y yuxtaposición tendió a diluir en los años ochenta la viabilidad y vigencia de la licenciatura en comunicación como proyecto académico para derivar más bien en un lugar común, en una inercia, sujeta cada vez más, exclusivamente, a las "leyes del mercado": demanda y oferta de un título, más que de un proyecto, de un estereotipo ambiguo, más que de una opción vital, para miles y miles de estudiantes, y a la concurrencia de todas las instituciones de educación superior a este boyante mercado, dominado por una demanda bastante nutrida y acrítica, sin tomarse la molestia de elaborar un proyecto académico apropiado.

Se hacen indispensables aquí al menos dos precisiones: sostengo la validez de lo afirmado en su escala más general y no necesariamente en ámbitos particulares: de hecho, aunque el número de instituciones donde se "ofrecen" estudios de comunicación ha crecido desmesuradamente en casi todo el país, la mayor parte de ellas está muy lejos de contar con las condiciones mínimas de trabajo para la producción y la formación universitarias, como un equipo de profesores de planta, que sí han mantenido e incrementado cualitativamente algunas cuantas, públicas y privadas. Por otro lado, en lo individual o los pequeños grupos, el "desprestigio de la utopía" no necesariamente implicó la pérdida del sentido socioprofesional de los comunicadores: por el contrario, creo que hay más y mejores evidencias cada vez, como las que van surgiendo de los estudios de seguimiento de egresados, de que de la carrera de comunicación en México han egresado y lo siguen haciendo, a pesar de todo, agentes de cambio profesionales socialmente responsables, en el sentido más fuerte de la palabra, y que los estudios de comunicación tienen auténticos referentes "prácticos" sobre los cuales basarse para renovar su proyecto.

Quizá sea adecuado utilizar aquí la fórmula con que un colega muy respetado describía hace pocos años la experiencia académica en que llevaba involucrado ya una década: se trata de "un gran fracaso con muchos logros". Es un gran fracaso, de hecho, si proyectamos linealmente los supuestos fundacionales de hace tres,

cuatro o cinco décadas. Pero ninguno de los modelos era, en sentido estricto, un *programa*. Y si alguien creyó que lo eran, fue demasiado ingenuo y quizá se merezca la consecuente frustración. Más bien, los “modelos fundacionales” eran *propuestas* de trabajo abiertas a las vicisitudes de la historia, *opciones* para ser apropiadas y desarrolladas en la práctica por individuos y grupos concretos, *futuros* que el trabajo colectivo podría convertir en presentes, pero que no podían preverlo todo. En una conferencia dictada poco tiempo antes de su muerte, Raymond Williams abordaba esta misma cuestión dentro de su campo de una manera que me parece ejemplar:

Quiero abordar aquí la cuestión del futuro de “estudios culturales”, aunque no como una manera de subestimar su fortaleza y desarrollo actuales, muy reales, que habría sido del todo imposible, creo, predecir treinta años atrás, cuando el término comenzó a circular por primera vez. En realidad, debemos recordarnos esa impredecibilidad como una condición susceptible de aplicarse también a cualquier proyección que podamos hacer, que en algunos casos serán con seguridad igualmente ciegas. No obstante, es necesario ser firmes y no vacilantes en esta cuestión del futuro, porque lo que pongamos en ella, nuestra propia percepción de las direcciones en que debería encauzarse, constituirán una parte importante de lo que se haga. Por otra parte, la claridad mental que puede conducir a alguna definición de las consideraciones que han de aplicarse al elegir una dirección es a la vez difícil de lograr y necesaria, precisamente a causa de esa incertidumbre. (Raymond Williams, *La política del modernismo; contra los nuevos conformistas*. Manantial, Buenos Aires, 1997, p.187).

Williams rescata lo esencial de las propuestas fundadoras de los estudios culturales británicos y analiza lo que pasó entre las personas y las instituciones, entre los proyectos y las “formaciones”, y sólo desde ahí revisa las *obras*. Más que con los textos, se queda con las situaciones en que se hizo posible responder, antes que a intereses institucionales o individuales, a las necesidades de procesamiento intelectual y de formulación crítica de las cuestiones que inquietan a las personas comunes. De la capacidad de los investigadores de mantener o de recuperar este diálogo con su entorno, esta referencia básica del sentido de su trabajo, Williams hace depender, en 1986, el futuro de ese campo que él

contribuyó decisivamente a fundar. Y habla de fracaso, en cuanto a lo que no tiene por qué ocurrir, en la medida de la incapacidad colectiva para inconformarse con el éxito de la institucionalización. Dice textualmente que “el momento de preparar esta nueva iniciativa, que por cierto sería muy resistida por muchos intereses creados y políticos, es precisamente *hoy*”. Y no habla necesariamente de una fecha precisa, sino del momento *presente*, en el que diría McHale, está el *futuro del futuro*.

Si, volviendo a nuestro caso de la enseñanza y la investigación de la comunicación en México, mantenemos y renovamos nuestra inconformidad con el presente, si luchamos por modificar la consideración de que el o los proyectos que las han orientado, ha sido un gran fracaso, pero reconocemos cuáles son los logros parciales y a qué se han debido, me parece que podemos “preparar la nueva iniciativa” y luchar por ella, trabajarla, contra la resistencia de personas o instituciones, de aquellos quienes tienen interés en que fracasemos.

Nuevamente creo que aquí tengo que matizar lo dicho, para clarificar mi perspectiva. No creo que nos enfrentemos a un adversario externo: no creo que haya nadie que concretamente esté interesado en que fracasemos, aunque sí haya beneficiarios. El adversario, como suele suceder, está dentro de nosotros mismos. Se puede resumir con el término *conformismo*, se puede identificar como la actitud de que no vale la pena complicarse la vida, como si la vida fuera simple. El adversario propone la vigencia de la ley del menor esfuerzo, la aceptación de la inercia, la incorporación a lo ya establecido, que por establecido se impone como válido e inmutable, la exigencia de que otros aporten lo que yo no puedo o no quiero construir. El adversario, también, en otro plano, refuerza la creencia de que para hacer prevalecer el logro propio es indispensable descalificar, o si es posible destruir, el logro ajeno, con más fuerza mientras más cercano esté.

Podríamos encontrar con toda facilidad infinidad de ejemplos que ilustraran este vector antiutópico entre nosotros. Pero, nuevamente, creo que es más pertinente

intentar ver más allá y reconocer los logros parciales, los procesos constructivos y los trayectos productivos. Para ello, propongo una revisión rápida de un sector minoritario y hasta ahora poco trascendente de nuestro campo académico, el de la investigación académica de la comunicación, que no tiene más de veinticinco años de existencia y ha estado concentrado en sólo cinco o seis universidades.

El primer impulso a la práctica y a la institucionalización de la investigación surgió en la primera mitad de los setenta en la escuela fundadora del modelo humanista y su utopía culturalista, la de la Universidad Iberoamericana. Con el empirismo norteamericano, en su versión más cuantitativista y conductista, como "paradigma" único, pero una gran capacidad magisterial y de gestión en sus principales agentes, el impulso hacia formas de articulación académicas y extra-académicas de la investigación fue divergente y aislado, lo cual contribuyó al "retiro" de estos profesores, a principios de los ochenta, del campo académico, aunque muy significativamente, no de la investigación de la comunicación.

Una parte sustancial de quienes opusieron el proyecto "crítico" al "empirista", habían sido alumnos de la Universidad Iberoamericana y, siguiendo la radicalización ideológica de los años setenta, se habían desplazado hacia la UNAM y la UAM-Xochimilco. La figura emblemática de esta corriente "crítica", Armand Mattelart, tuvo sin duda una gran influencia sobre estos investigadores, que congregados en la AMIC a partir de 1979, impulsaron el establecimiento del proyecto de la formación de comunicadores como "científicos sociales", tercer modelo fundacional del campo, mediante la adopción del materialismo histórico como guía y el consecuente combate al empirismo ("representante del imperialismo" y "reforzador de la ideología dominante") y, por ende, a los investigadores "empiristas".

Estos investigadores "críticos" iniciaron sus carreras como investigadores académicos al lado de líderes político-intelectuales refugiados en México, cuya influencia sobre ellos fue más ético-ideológica que metodológica, aunque introdujeron a México nuevos temas y nuevos enfoques de investigación de la

comunicación. A la distancia, hay que hacer notar que, después de la "ruptura" con los investigadores "empiristas", los investigadores "críticos" rompieron también con los "denuncistas", que a diferencia de ellos mismos, estaban poco comprometidos con la formación de comunicadores, aunque sin duda asimilaron mucha mayor influencia de ellos que de los primeros, al encontrarse prácticamente solos en el campo a mediados de los años ochenta.

Pero en esa época de "la crisis" nacional, cuando el mercado académico se cerró y los apoyos gubernamentales prácticamente desaparecieron para la investigación de la comunicación (crítica o no), emergió un tercer grupo de investigadores, que habían estudiado comunicación en la misma época que los "críticos", pero que habían seguido estudiando. Con posgrados (cursados tanto en México como en el extranjero) en distintas especialidades de las ciencias sociales, este grupo se integró al campo académico con retraso, pero con la ventaja de representar tanto una "postura crítica" como una "actitud de rigor", condiciones que resultaban muy pertinentes en combinación, después de las desgastantes batallas internas por la hegemonía en el campo, sostenidas hace veinte años.

Es importante subrayar que estos investigadores no encontraron acomodo (aunque lo buscaron) en ninguna escuela de comunicación: tuvieron que inaugurar nuevos espacios universitarios, lo cual se facilitó por su curriculum-vitae y por los sólidos y ambiciosos proyectos académicos que propusieron, más asociados al posgrado que a las licenciaturas. Así, se establecieron en los años ochenta el Programa Cultura de la Universidad de Colima; el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, ahora Departamento de Estudios de la Comunicación Social, de la Universidad de Guadalajara; y el ya desaparecido Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana. En estas instituciones, además de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, la UAM Xochimilco y el ITESO, es donde se ha concentrado la mayor parte de la producción de investigación de la comunicación en México.

Pero es un hecho que a partir de mediados de los años ochenta, la investigación académica de la comunicación se ha alejado como nunca antes de la formación de comunicadores, entre otras razones por la presión generada por las políticas gubernamentales diseñadas para hacer frente a la "crisis" en los terrenos universitarios: descentralización, modernización de las instituciones, estímulos a la "excelencia" (y desestímulo a todo lo demás), competitividad internacional e imposición de un perfil evaluable homogéneamente para los académicos a través, sobre todo, del Sistema Nacional de Investigadores. En los años noventa, un número considerable de profesores-investigadores ya "establecidos" nos inscribimos en programas de doctorado y reajustamos nuestro perfil académico, para no quedar al margen de los estímulos y reconocimiento oficiales, mediados por este Sistema, al que en la actualidad pertenecemos 18 investigadores de la comunicación.

También en los años noventa, ha surgido un cuarto grupo de investigadores, más jóvenes y de modo general discípulos de algunos de los "consagrados" por el Sistema, formados en los posgrados nacionales "de excelencia" atendidos multidisciplinariamente por ellos y académicos de alto nivel de otros campos, y en quienes ha recaído la responsabilidad de renovar la investigación de la comunicación, tanto en sus temáticas y enfoques metodológicos como en sus prácticas y adscripciones institucionales. Muchos de ellos, a pesar de la adversidad de las condiciones en que han vivido, por su formación y capacidad, y por la sana independencia que van ganando con su trabajo con respecto a sus "tutores", son la mejor evidencia de que el campo académico de la comunicación ha generado los recursos indispensables para avanzar hacia un futuro sólido y promisorio. Otros, inevitablemente, copian y repiten los caminos y los aportes ya trillados, aunque por supuesto no agotados. En este campo, difícilmente puede detectarse algo que esté ya agotado, de lo que no se pueda ya aprender más.

Al principio de esta exposición, a manera de nota personal, mencioné la riqueza encontrada hace veinte años en las personas que, aunque sostenían proyectos divergentes para las entonces nacientes ciencias de la comunicación en México, o

precisamente por ello, habían decidido construir un espacio de confluencia interinstitucional, para discutir y buscar acuerdos de interés común. Ahora es imposible imaginar el campo académico de la comunicación en México sin ese espacio, que es el CONEICC, y que afortunadamente no es ya el único que usamos para ese fin, de encontrarnos y esforzarnos en buscar juntos lo que ha de ser nuestro futuro. Más allá de todo lo que ha cambiado, es obvio que la condición esencial sigue estando en la disposición de las personas al diálogo, al trabajo conjunto, a la colaboración y al respeto mutuo. El CONEICC ha mantenido por casi veinticinco años esta condición y ese no es un logro menor: es uno de los recursos más valiosos del campo. Y por lo tanto, es también el fundamento más sólido que se puede tener para emprender, en el presente, la renovación del proyecto o proyectos de futuro que podemos compartir.

Desde ahí, y ante cientos de estudiantes que todos esperamos que se incorporen de lleno a este proceso de reflexión y renovación del campo que han elegido, y ante los profesores e investigadores que han asumido de diversas maneras este compromiso, propongo algunas características de la imagen que me hago del campo académico de la comunicación en México dentro de veinte o veinticinco años.

En el centro de la imagen del futuro que me puedo representar ahora sigue estando el ingrediente de apertura a la confluencia que ha cultivado el CONEICC desde su constitución en 1976, aunque el riesgo de la burocratización, de la despersonalización, de la pérdida del respeto por las diferencias y de la actitud de diálogo esté, como siempre, presente.

En las dimensiones profesionales de la comunicación quisiera ver ejercicios cada vez menos definidos por los puestos o la oferta de trabajo y por los sectores especializados, y cada vez más por un modo específico, el comunicacional, de resolver necesidades y demandas sociales concretas. Quisiera menos conformismo y adaptabilidad a las circunstancias, más creatividad y sensibilidad.

Menos preocupación por estar al día en el uso de recursos tecnológicos, y más atención a los sujetos de la producción social del sentido.

En la formación universitaria de comunicadores quisiera ver mejores recursos y proyectos institucionales innovadores, mayor atención a lo educativo, profesores menos obsesionados por los “contenidos” y estudiantes cada vez más interesados en aprender creativa y responsablemente. Autoridades menos preocupadas por la certificación y la acreditación oficiales y más por la calidad educativa y la pertinencia social de su oferta.

En la investigación académica de la comunicación, veo la posibilidad de mayor diversificación y menor fragmentación, la consolidación de equipos multidisciplinarios reconocidos y cada vez más competentes, no competitivos, para elaborar explicaciones teóricas y modelos metodológicos lógicamente consistentes y éticamente pertinentes, que se difundan y se articulen con los procesos educativos en los posgrados y en las licenciaturas. Veo también la necesidad de colaboración, sin confusión de fines, con los profesionales de la comunicación, los investigadores “comerciales” y las instancias sociales de toma de decisiones.

Se podrá pensar que mi imagen del futuro es poco ambiciosa, porque insiste en lo mismo. Se podrá pensar que es irrealizable, o algo peor. Pero hay que entender que proviene de alguien que no ha renunciado a la utopía fundacional del campo y que ha construido su trayectoria, durante muchos años, sobre esa base. De alguien que ha aprendido que puede y debe seguir aprendiendo y que no cree tener la verdad en sus manos. Que ha trabajado en la recuperación e interpretación de la historia del campo académico de la comunicación, y que sabe que debe poner los resultados de ese trabajo a la disposición de todos los que participan, activa o pasivamente, en la configuración del futuro. Finalmente, de alguien que espera escuchar y discutir, con todo respeto y con mucho interés, las propuestas de otros.