

SANCHEZ RUIZ, Enrique E.

- 1988 "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México", en E. Sánchez R. (comp.) *La Investigación de la Comunicación en México. Logros, Retos y Perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación/Universidad de Guadalajara.

- 1989 "La búsqueda metodológica en la investigación mexicana de comunicación", Ponencia presentada en el II Encuentro Iberoamericano de Investigadores de la Comunicación, Florianópolis, SC, Brasil.

- 1990 *Tendencias en la Investigación sobre Televisión en México (1985-1990). Análisis de la Bibliografía*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Informe de Investigación.

- 1990b "Los estudios regionales sobre medios de difusión y la centralización", en C. Martínez Asad (coord.) *Balance y Perspectivas de los Estudios Regionales en México*.

- 1991 "Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (Con énfasis en el análisis de medios de difusión)", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 10-11, Sept. 1990-Abril 1991.

- 1991b *Medios de Difusión y Sociedad. Notas Críticas y Metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (en prensa).

MÉXICO: VOLVER AL FUTURO

Comunicación y culturas a la vuelta del milenio*

• Jorge A. González** y Rossana Reguillo***

A Guillermo Bonfil Batalla

FLASH 1

El día ocho de mayo de 1990, casi 3 millones de mexicanos invaden una pequeña ciudad de no más de 100 mil habitantes; el motivo: Karol Wojtila, El Papa, se arrodilló ante la imagen de la virgen de San Juan de los Lagos y celebra una misa para todos.

La misma imagen conocida desde hace siglos por otros muchos millones de mexicanos más cariñosamente como "Sanjuanita" recibe diariamente miles de exvotos -agradecimientos pintados y/o escritos- por haber recibido favores diversos: por salir bien de una operación, recuperar unos marranitos perdidos o por el notorio milagro de ayudar "a matar a un cabrón policía que me venía siguiendo" (GONZALEZ, 1986).

FLASH 2

"La juventud es una edad maravillosa", "Ser joven está de moda", "México, cree en sus jóvenes", "Los niños son nuestro futuro"

* Una primera versión de este escrito se presentó como ponencia en el Panel "Trends in Mexican Communication Research", en el Congreso Anual de 1990 de la International Communication Association (ICA), Junio 24-29, 1990, Trinity College, Dublín, Irlanda. Esta versión ha sido ampliada y actualizada en lo posible.

** Coordinador del Programa Cultura, Universidad de Colima

*** Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara.

anuncian revistas multicolores de circulación nacional que nos salen al paso en cada supermercado. Consignas y gimmicks que nos abordan y se desbordan desde las pantallas y la radio. Mientras tanto miles de jóvenes y niños de los sectores marginados del país, agrupan sus miserias en nuevas formas de organización, se cuentan sus logros en sus propios lenguajes e ideolectos, sus propias solidaridades que los organizan para sobrevivir en la jungla más que para vivir su ciudad. Las bandas y las agrupaciones de niños de la calle florecen por todos los parques, esquinas y callejones de las grandes ciudades. (REGUILLO,1991).

FLASH 3

1985,7:19 horas: un terremoto de enorme intensidad sacude a la ciudad de México y algunos estados de la república. El sismo deja como saldo destrucción y una enorme cantidad de damnificados, heridos, muertos. Los dispositivos gubernamentales no alcanzan para dar repuestas a la situación que se genera. La población civil responde a la destrucción y a la muerte con formas de organización espontánea y solidaria. El terremoto pone de manifiesto el heroísmo cotidiano de mujeres, de hombres, de niños y ancianos que van sacándole la vuelta a la crisis. Ante la muerte, la respuesta de los mexicanos es vida (REGUILLO,1988).

FLASH 4

El 73% de los mexicanos (González, 1988) ven todos los días las telenovelas; historias que hablan de amores, pasiones, traiciones, crímenes, sueños, imposibles, riqueza y pobreza, dolor, llanto, mucho llanto por compartir la desdicha y el desamor, por presenciar con impotencia el triunfo de las fuerzas del mal y finalmente –después de ciento veinte capítulos, 60 horas de emoción y 12 horas de comerciales de jabón, brandy, cerveza, Kotex, Moulinex, perfumes, automóviles de lujo, etc.– asistimos, arrobados o intolerantes, al calladamente prometido restablecimiento de la dicha terrenal perdida, deseada, anhelada. Lo que el destino y la maldad humana separaron, a través de la mano de un escritor, la planeación de un productor, la pericia y ritmo de un editor, la telenovela lo vuelve a juntar. Todos sabemos que finalmente así será, y la telenovela como género, como “estrategia de comunicabilidad” (Wolf, 1984) no se destaca precisamente por

la abundancia de elementos sorprendidos. En un mundo que en plena posmodernidad ha terminado con las certezas, donde se ha minado seriamente la credibilidad en los valores y las instituciones tradicionales, la telenovela es al parecer un rincón afectivo, nicho simbólico que dentro de su aparente anacronía axiológica es lo único que da seguridad en un mundo sumamente incierto; cofradía de emociones claras, seguras, nítidas, que no terminan, que no queremos secretamente que terminen. ¿Subdesarrollo mental, enajenación masiva, falta de cultura, carencias raciales a partir del sur del Río Bravo?... Pudiera ser, Sin embargo, sabemos que cada capítulo de telenovelas mexicanas es visto por más de 200 millones de personas en distintas partes del mundo –no sólo en toda América Latina–, sino en los Estados Unidos, en Europa, en África del Norte y en Asia. ¿Son solamente mexicanas las emociones que presentan las telenovelas mexicanas?

FLASH 5

“México, país de contrastes” promueve entre fotografías de enormes langostas y paradisíacas playas un folleto turístico para extranjeros que encontramos en cualquier avión comercial. México, país de corrupción y desalmados e incultos asesinos, todos cómplices de la beatificación televisiva de un agente de la DEA. Camarena: The war of Drugs. Y se desata una escaramuza discursiva y declarativa que visiblemente afecta la relación entre los dos países vecinos.

Este es apenas un bosquejo de las realidades que atraviesan nuestro país, de la frontera norte a la frontera sur, realidades múltiples, complejas, encontradas que vienen a confirmar que bajo la superficie de ese México oficial, late un *México Profundo* (Bonfil, 1989) que no se deja aprehender tan fácilmente, que no se deja pronunciar tan dócilmente cuando queremos explicarlo tan sólo desde los ojos oficiales del poder, desde el discurso presumiblemente monolítico de las instituciones, cuando intentamos captarlo mediante ordenamientos y sistemas de clasificación rígidos, unívocos. Es un México que se deja contar tanto por su tradición como por su contradicción, por su historia y por las múltiples arrugas de su memoria, por

las formas colectivas de organización y desorganización cotidiana, por formas ambiguas estratégicas y cíclicas de comunicación. México, universo multicolor, estética de contrarios, país que alguna vez fue denominado por A. Bretón como "surrealista", cómoda etiqueta para declarar, velada pero elegantemente, la incapacidad de comprender qué pasa dentro de las maneras de ver vivir la vida de los mexicanos.

Ante una realidad que aparece contradictoria y se mueve muchos megahertz más rápido que nuestra capacidad para generar respuestas, esquemas de interpretación y de acción, no podemos arriesgarnos a caer en la indiferencia, la negación, el temor, la ceguera, todas ellas formas distintas de respuesta, que sin embargo tienen en común la inmovilización, la renuncia, la cancelación del corazón y la inteligencia. Visto desde fuera, desde lejos, hay —sumada a aquéllas— una actitud de intolerancia política, económica, científica y cultural: los mexicanos no sabemos "ser" como otros dicen que debemos "ser".

La situación de crisis por la que atraviesa México es ciertamente muy honda: desde hace años importamos alimentos que antes exportábamos: somos la segunda economía más endeudada del mundo y sin embargo estamos dentro de las veinte más fuertes; "poseemos" y maquilamos tecnología de alta sofisticación, pero ante ella y su publicitada transparencia, sólo sabemos optar por ser o parecer consumidores conspicuos y dóciles usuarios. Transparencia que quisieramos en otra parte para no desconfiar de la legitimidad de nuestros propios procesos políticos. Pero México se mueve: más de doce millones de compatriotas viven ya en E.U. y anualmente cruzan por la frontera cientos de miles de mexicanos que no cupieron en México, en su rancho, en su propio país. En la recta final del siglo, Los Angeles, California (Aztlán para la "Raza"), ya es la segunda ciudad más poblada por mexicanos después de la ciudad de México (Castillo & Ríos, 1989). Y basta recordarnos que California era nada más que parte de un hermoso sueño pleno de aventuras, de amazonas y oro a principios del siglo XVI.

Los mexicanos, soñábamos y seguimos soñando mucho. ¿De qué están hechos nuestros sueños? ¿Sólo de restos

fosilizados del pasado? ¿Sólo de fantasías esfumables del futuro?

Religiosidades populares, industrias culturales, nuevas identidades urbanas, profusión de tecnologías lúdicas, migración masiva a los polos de desarrollo, solidaridad e imaginación social para vencer al terror, una presencia étnica constante, sonante, que se resiste a su aniquilamiento a través de los siglos, densas culturas populares que, a su modo, hacen a veces las paces y a veces las guerritas con las culturas de las clases dominantes, múltiples frentes culturales (González, 1987) en donde se lucha por ver quién dirige, hacia dónde vamos quién se lleva la peor parte y con qué costo. Estamos a sólo media cuadra del país más poderoso del mundo, del mercado de consumo de droga más codiciado, de la economía más dispendiosa de la historia de la humanidad y al mismo tiempo, por el sur, estamos rozando con los países centroamericanos con los que nos unen lazos solidarios y tensiones fronterizas. ¿Cómo comprender la diversidad, los conflictos y las amalgamas de una cultura como la nuestra? ¿Con cuáles herramientas? ¿Con qué preguntas? ¿Cómo fijar la vista hacia el futuro sin reconocernos en el pasado?

DE CRISIS Y HORIZONTES. LO FUNDAMENTAL, LO URGENTE.

La crisis puede cerrar y cancelar el sueño. La urgencia de no posponer la reflexión sobre nuestras cosas, nos parece evidente. En todo el país hay diversas iniciativas de personas, investigadores, docentes, promotores, preocupados y ocupados en el intento de plantear preguntas adecuadas y generar respuestas sensibles a la realidad que vivimos y experimentamos todos los días, que nos permitan entender esta situación mexicana donde coexisten —no siempre de manera pacífica— identidades mezcladas, mestizas, representaciones encontradas y prácticas profundas, ricas, complejas, que requieren de una descripción densa e intensa.

En nuestras economías, si los recursos para financiar el hacer entendible lo que nos pasa, son de por sí escasos, menos

énfasis se pone en algo que se considera tan ostensivamente superfluo como la cultura, los sueños, las esperanzas. De este modo, se pospone lo fundamental por lo urgente. Y a veces se piensa que solamente saldremos de nuestro problema produciendo más alimentos, más manufacturas, menos hijos, más escuelas y hospitales, carreteras, etc.

En los primeros decenios del siglo XX, se declaraba que la sociedad ideal –de cada quien según su capacidad, a cada quien según su necesidad– llegaría al sumar los soviets a la torres de electrificación. Y las crisis europeas de 1989 nos vinieron a demostrar algo distinto. No basta sólo con aquello para salir de la crisis.

Pero las situaciones de tensión e inestabilidad aguda no sólo destruyen los sueños. También la necesidad y la inseguridad de las fluctuaciones, suelen despertar la imaginación y acrecentar las habilidades para sortear lo adverso, darle vuelta a la misma realidad que sofoca, que ata. Y si queremos salir de la crisis, debemos ser capaces de conocer de qué están hechos nuestro anhelo, nuestros sueños, nuestros encantos. Aún cuando no sean de nuestro agrado. Necesitamos saber reconstruir nuestros afectos y nuestros recuerdos; reconocer las líneas de fuga de la intolerancia, la desidia, la esquizofrenia del desconocimiento y negación de las fibras de nuestras propias culturas, de nuestras propias maneras de reconocernos ante el espejo.

En ese sentido, nos parece que tiene que orientarse algún esfuerzo de investigación organizada de México, a diez años del cambio de milenio. El Programa Cultura, quiere verse a sí mismo como un espacio abierto para pensar, como una forma de organización para entender de qué está hecho ese soñar de los mexicanos, ese soñar que se entreteje en las identidades, las memorias, la organización social, la acción de las industrias culturales y que da lugar ciertamente, a diversas estrategias y formas de comunicación predominantemente urbanas.

Es un programa de investigación sensible sobre todo a las dinámicas relaciones sociales del México contemporáneo, abordadas desde el punto de vista de la construcción social de los sentidos (Programa Cultura, 1985).

Un aspecto básico del Programa Cultura que ha empezado a arrojar saldos positivos es la Red Nacional de Investigación en Culturas Contemporáneas, en la que se encuentran trabajando actualmente grupos de investigadores en Veracruz, Monterrey, Tijuana, Guadalajara y Colima ligados por proyectos concretos de investigación y con el apoyo de las instituciones a las que cada uno de ellos pertenece y otros organismos nacionales. Uno de los objetivos de esta Red es el de proyectar la investigación desde la provincia para reducir la concentración de instituciones, recursos y proyectos en la capital del país.

¿QUÉ SABEMOS EN ESTE VIAJE HACIA EL AÑO 2000?

A seis años de haber iniciado actividades, actualmente diversos investigadores asociados a la Red, se encuentran en la fase de culminación de algunos proyectos de investigación que con diferentes perspectivas, enfoques y grados de avance, pretenden dar respuestas a una parte de esa realidad compleja de la que hemos venido hablando. Por razones de espacio y de tiempo concentraremos la atención solamente en cuatro de estos proyectos.

1. Telenovelas

En la intersección de las áreas de Frentes culturales e Industrias culturales ubicamos el proyecto sobre el Melodrama televisivo y vida cotidiana, a cargo de Jorge A. González. Se trata de un estudio profundo de las telenovelas mexicanas a partir de tres dimensiones interrelacionadas en el género: la producción organizacional, las relaciones, usos y apropiaciones sociales por sus públicos y la composición textual de las telenovelas.

Desde el punto de vista de la organización empresarial, la telenovela es un excelente producto para negociar, en el que con una inversión relativamente baja (Cfr. González 1988:22; y González, 1990 a:3) es posible obtener considerables ganancias cuando menos en dos sentidos. De un lado, por la venta de espacio publicitario dentro de la programación nacional,

que generalmente tiene al aire entre cinco y seis telenovelas en distintos horarios y canales, así como número similar en procesos de producción simultánea en nueve foros y las más diversas locaciones.

Por otro lado, la telenovela produce ganancias en virtud de sus significativos niveles de exportación mundial sostenida: en los últimos diez años, más de doscientas mil horas de telenovela fueron transmitidas en prácticamente todo el mundo (González, 1990a; Ortíz, 1990).

Por lo que corresponde a los formatos televisivos, en la medida en que se hacen socialmente relevantes, es decir, que conquista o crean su propio público, resulta más conveniente hablar de géneros (Wolf, 1984:189), entendidos como modos de comunicación socialmente establecidos que funcionan como sistemas de reglas de referencia para poder comunicarse: la telenovela en México es sin duda alguna el punto de cruzamiento de toda una memoria colectiva ligada con las representaciones dramáticas y que pasa por la profusa experiencia cultural mexicana de la canción ranchera, el bolero, la caricatura, la literatura del corazón, el melodrama teatral, radiofónico, literario y cinematográfico. Precisamente de esos terrenos provino y todavía proviene, una gran parte de sus hacedores cotidianos y los primeros vastos contingentes de sus más asiduos seguidores.

Mercancía "fabril" y simultáneamente vehículo de sentido, la telenovela está siempre en relación con dos mercados interpenetrados: el de los bienes económicos y el de los bienes culturales (Bourdieu, 1987:99).

La telenovela, es primeramente un melodrama, -género cuyos orígenes suelen ubicarse en Europa entre el siglo XVII y el XVIII- que utiliza el moderno lenguaje de la televisión para contar de cierto modo, algún aspecto de la vida (Cfr. Thomasseu, 1989:14-ss; y Martín Barbero, 1987:124-ss). Como en cualquier operación de dramatización, la telenovela exagera diversas relaciones y realiza una serie de operaciones que resaltan los objetos de referencia de su normal colocación en la densidad de la vida diaria.

Desde su origen, al melodrama (e igualmente a su hija predilecta, la telenovela) se le ha formado una doblemente pésima reputación. Surgido en un ambiente de clara distinción clasista construida entre lo que era verdadera cultura y "todo lo demás", los modos excesivamente naturalistas, sensuales y demostrativos de las pasiones que fluyen entre lo que se cuenta, el modo como se cuenta, el desempeño de los personajes y la consecuente, buscada y necesaria atención irruptiva, (¿caótica?) e intermitente de los espectadores a lo largo de la representación, abrían la permisibilidad de la conducta del público a los mismísimos límites de la indecencia.

Y es que resulta que el melodrama es tan cercano a las emociones del público que se vuelve verdaderamente hasta contradictorio ver sin sentir, oír sin padecer, sentir sin recordar, sin involucrarse en lo representado. La telenovela se instaura y activa en una experiencia cultural dialógica.

En otro orden de "asuntos", para el caso de México, cuarenta años de producción se dicen fácil, pero son muchos y en ellos es posible rastrear las diversas mutaciones y ensayos que se efectuaron hasta llegar a lo que hoy presenciamos como una buena telenovela.

Desde la primera emisión de un teledrama en el canal 4, Teatro de la Fantasía, el 2-IX-1959, con duración de 15 minutos (HTM, 1989:61) comenzó un proceso de experimentación sobre las características del formato que variaron de las emisiones únicas a los seriados de cinco capítulos. Es el lugar de ensayo y error de la puesta en escena mediada por la tele en la que los profesionales del teatro y el cine debieron experimentar hasta adaptarse al medio televisual y debieron asimismo adaptar la mediación electrónica a sus montajes. Del arcón de los recuerdos nostálgicos de aquellos años surgen El teatro de la televisión (1950-1952), Se levanta el telón (1951-1952), El Gran Teatro (1952), Teleteatro de Manolo Fábregas (1952-1959), Teatro Bon Soir (1954-1960), Teatro de los Bonos del Ahorro Nacional (1953-1957), Teatro Colgate (1954-1957), El Teatro Fantástico (1955-1970), Teatro televisado (1957-1959), El Teatro de Angel Garaza (1958-1969). La oferta de teatros presentaba casi a diario sólo ficción en formatos de piezas únicas

(Single Plays), por lo que Angeles de la Calle, del exitoso escritor cubano Félix B. Caignet, marca una primera diferencia respecto al panorama teledramático anterior, pues propiamente inaugura el formato de serie, con continuidad y memoria argumental que entregó una hora semanal de melodrama desde 1952 hasta 1955 (Gutiérrez, 1988:90). El formato se afina y es Senda prohibida (1957) la que se reconoce en el mundillo de la televisión como la *primera telenovela*, que nos entregó una dramatización *diaria* de lunes a viernes, con suspenso seriado, producida y patrocinada por Colgate Palmolive —compañía con gran experiencia en los melodramas radiofónicos y televisivos en Estados Unidos y en toda América Latina (Cfr. Cantor & Pingree, 1980:37; Ortiz, Simoes & Ortiz, 1989:23-ss)— en 50 capítulos. Posteriormente se produjo y transmitió Gutierrezitos, también ésta con duración de diez semanas al aire. La aceptación del público fue enorme y recuérdese que para 1958 ya había un mercado de aparatos televisivos que permitía un acceso más amplio al medio y por tanto al género.

Después del éxito de Gutierrezitos en 1958, el formato de la telenovela se conservó entre 40 y 60 capítulos de media hora. Este ritmo fue roto en 1962 por Las momias de Guanajuato con 130 capítulos y sólo hasta dos años después, dos telenovelas extranjeras, San Martín de Porres y El derecho de nacer (nuevamente de Don Felix B. Caignet) duraban casi el doble de lo acostumbrado.

Esto hace que hoy en día una telenovela “común” tenga duración de *ochenta horas al aire, repartidas en 32 semanas a lo largo de ocho meses*.

Igualmente, numerosos ensayos se han realizado para determinar los horarios más “convenientes”. Si bien en un principio eran transmitidas sólo por la tarde, a medida que el género se iba consolidando, las telenovelas conquistaron los horarios nocturnos (inicialmente coto cercado de los teatros) de máxima audiencia, también llamados “triple A”.

Nuestra inquietud heurística por comprender los procesos que rondan a las telenovelas y la complejidad que podíamos al menos intuir, nos ha llevado a recorrer un largo camino de investigación y generación de datos, observables y hechos

dentro de las tres áreas complementarias, interrelacionadas, pero con especificidades propias que se mencionan en el inicio de este apartado.

En lo que toca al análisis de las formas de relacionarse de los públicos con las telenovelas, se requería de una doble aproximación, primeramente amplia, para conocer la vitalidad de la relación macro entre el público, la televisión y los melodramas televisivos, y posteriormente focalizada, para conocer los modos en que un grupo de familias relacionan su vida doméstica en las telenovelas.

En la medida en que esta es una de las partes *quizás* más complejas de todo el trayecto de investigación, plantearemos solamente algunos elementos de carácter general.

La familia es a todo título, una *comunidad hermenéutica de parientes* (Cfr. García Canclini, 1990), pues con ella y dentro de ella se negocia el sentido y las interpretaciones “verdaderas y válidas” de la realidad; desde el punto de vista del placer, es una comunidad hylética (en el sentido de Husserl) porque con ella y dentro de ella se negocian las sensaciones, los impulsos, los deseos; es una comunidad afectiva, en la medida en que es el espacio de la aparición primera del otro y de la regulación de los quereres que unen y malquereres que separan; es —dirían algunos, “en primera instancia”— una comunidad de consumo donde se realiza y recicla el circuito de la producción ampliada de mercancías; es una comunidad de poderes que en lucha desigual pautan y hacen discretos los flujos y las continuidades de los sentidos, los deseos, los afectos, los consumos, los tiempos y los espacios de la vida familiar.

La televisión ha colocado sin duda a la familia dentro de una nueva espiral de vectores ideológicos que resuellan a destiempo y sincopadamente en su seno. En lucha y negociación con las otras estructuras sociales objetivas y con los habitus de *clase* y de grupo que inculca la familia (estos sí en primera instancia), tales vectores se amalgaman en los sistemas de prácticas clasificadas y clasificantes que son los estilos de vida (Bourdieu, 1979:191).

Tratándose de cuestiones que la misma división social del trabajo ha especificado en la ideología, preferimos utilizar el

sentido del término "lectura" para dar cuenta de lo que sucede entre las redes ideológicas y los campos especializados cuyas relaciones más prominentes son los efectos de habitus y de público. Dejamos el consumo restringido y localizado en la esfera de la fabrilidad de los bienes perecederos. No es lo mismo consumir un pan, una batería o una telenovela. La signicidad, tiene como característica que al "donarla" no se pierde. Si vendemos pan y alguien nos pide una pieza y simultáneamente un resumen y un juicio sobre el último episodio del viernes, el que tiene más suspenso, tenemos que, si damos el pan y el otro lo come, lo perdemos irremediamente; si damos la información o la evaluación, no olvidamos la trama ni tampoco perdemos el juicio. La relación de las telenovelas con el consumo restringido, sólo se da mixta y encabalgada en el universo fragmentado de las mercancías que remiten al o emanan del texto. Estas tienen un valor además de uso y de cambio, propiamente simbólico.

En cuanto a los usos, pensamos que estos suponen una estrategia, una intención o incluso una intuición adecuada a una situación presente o previsible. La cuestión de los usos, en algunas de sus formulaciones primeras (Uses and Gratifications) presupone una conducta racional de elección en un mercado libre de competencia cultural (como si los medios y las telenovelas fueran algo así como supermercados de signos), que deja de lado la problemática del poder y de la coerción enunciativa que define generalmente no sólo la información que puede ser transmitida en una telenovela, sino los cauces no dichos, preconstruidos con que los diferentes lugares en el espacio social hacen o no posible los intercambios simbólicos (Cfr. Lull, 1980a).

Las interpretaciones que operan con la recepción, muchas veces corren el peligro de quedar encerradas dentro de la anulación o disminución de la actividad social (causal, forzada, voluntaria) que el mismo término acarrea por su carga naïf positivista. El uno es emisor, el otro es receptor/recipiente.

El optar por la lectura como actividad social dialógica, ligada a una memoria para analizar las formas en que la sociedad (y las familias) se relacionan con la televisión y con sus hijas

predilectas las telenovelas nos ha llevado a un largo recorrido.

Al final, nos queda la imagen de un tipo de relación cíclica, pero a veces multilineal, sólida pero maleable, continua pero con rupturas episódicas, profundamente erótica, pero mercantil, enraizada en la familia, pero de alcance definitivamente mundial, de significaciones industrialmente codificadas, pero sentidos negociados (a veces ciertamente en términos leoninos) en la cotidianeidad.

Ana/crónica, pero al mismo tiempo pan/crónica, la relación telenovelas-sociedad-familias nos regresa como en espiral –a veces de subida, a veces de bajada– a un sin fin de lecturas y relecturas, de sentimientos y ensoñaciones compartidas como en una especie de hermandad hermenéutica y placenterosa que regresa una y otra vez más (González, 1990b).

Este proyecto que comenzó en 1985 y que se encuentra en fase de culminación, ha generado diversos productos, entre los que se cuentan un número doble de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol 2, Nos. 4/5, una base de datos sobre las telenovelas mexicanas transmitidas desde 1951 a la fecha, artículos para diversas publicaciones, así como la participación en diversos foros, tanto del responsable del proyecto como de los investigadores asociados a éste.

2. Revista ESCC

Dentro del subsistema de difusión del Programa Cultura, destaca el proyecto de la Revista de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, ya que además de servir para difundir los avances de las investigaciones de los integrantes de la red, permite contar con materiales académicos relevantes de otros investigadores tanto nacionales como extranjeros. ESCC nace a fines de 1986, lleva publicados 11 números en los que han aparecido 86 artículos que abordan temáticas sobre las diferentes áreas que cubre el Programa. En todos los números, dentro de la sección de Metodología, Métodos y Técnicas, aparecen ensayos en los que diferentes investigadores plantean desde estrategias generales hasta protocolos específicos de investigación. Consideramos que este trabajo metodológico, que este "enseñar la cocina", el "andamiaje", es de vital im-

portancia, especialmente en estos momentos en que no parecen sobrnarnos las certezas.

3. Cultura Urbana y Movimientos sociales

3.1. Dentro de esta área del programa, Jesús Galindo desde 1985, está trabajando un proyecto sobre Cultura nacional/cultura regional. A partir de la reconstrucción de historias de vida y observación etnográfica trata de comprender la cultura urbana y política a través del conocimiento del pasado y del presente de los movimientos sociales en diferentes ciudades del país; las categorías centrales de este proyecto son la memoria y la conciencia. El ordenamiento teórico y metodológico del proyecto es la relación entre historia y vida cotidiana, cuyo centro lo constituye la subjetividad social de los propios actores sociales (Cfr. Galindo, 1987).

Se ha trabajado en 20 ciudades del país, en las que han sido recogidas más de mil historias de vida. El tratamiento del gran volumen de información cualitativa ha dado pie a una interesante discusión y colaboración interdisciplinaria (Galindo et. al 1986).

Como avances generales de la investigación, retomamos algunas de las cosas planteadas por Galindo (Cfr. Galindo 1990 y 1991).

Plantea el autor que la vida social transcurre sobre coordenadas espacio-temporales, que cualquier acontecimiento puede ser ubicado en un lugar y en un momento. Este es un principio ordenador muy útil, puesto que de esta manera puede pensarse al mundo social como descifrable por medio de mapas, cartografías que describen lo que sucede según la ubicación geográfica e histórica del acontecer.

El apunte descriptivo permite fijar lo que está en movimiento constante, la vida, y señalar las regularidades y patrones que se presentan de tiempo en tiempo y de lugar en lugar, en ciertos sujetos al realizar ciertas acciones en búsqueda de ciertos objetos. La vida colectiva y la vida individual pueden visualizarse en lo particular y cotidiano y su impulso inmediato de acción sobre lo presente, puede delinearse en toda su trayectoria con precisión y exhaustividad. El

contorno de lo individual en tanto sujeto elemental del movimiento social adquiere entonces un perfil definido. Y el sujeto colectivo también puede configurarse en el fondo de la vida social general con sus marcos de tiempo y espacio mediatos.

Los ámbitos de lo público y lo privado pueden ser claves para la comprensión de la cultura urbana contemporánea. Sus relaciones varían de ciudad a ciudad en forma tal, que no quedan dudas del papel que esta demarcación tiene para el orden de lo particular y de lo general. Así por ejemplo, una ciudad como Colima tiene una cultura doméstica hacia el centro de su ordenamiento social, puede ser catalogada como una ciudad tradicional, conservadora, aunque no únicamente. Este mismo patrón se encuentra en otras ciudades del país pequeñas y medias con tradición cultural propia. Cuando las ciudades crecen el patrón se rompe, el orden de lo conocido tiende a desaparecer ante el orden de lo desconocido, lo público ordena a lo privado. El caso típico de ciudad pública es la ciudad de México, las unidades domésticas están aisladas en el mar de los desconocidos y de la ley general. Existen ciudades grandes como la ciudad de Guadalajara, que a pesar de los cambios sigue manteniendo un patrón doméstico de vida social.

El fenómeno urbano ha adquirido cada vez mayor proporción, la concentración demográfica en las grandes ciudades y la migración campo-ciudad se han intensificado. Si a principios o mediados de siglo el escenario primario de la vida colectiva era el campo, para esta época más contemporánea la ciudad ha tomado una relevancia terrible y costosa, a decir de Galindo.

Los movimientos sociales urbanos son una fuerza de composición y organización social innegable y gigantesca, lo que suceda hacia finales de siglo y principios del siguiente tendrá como escenario primordial a las ciudades. Conocer lo que ahí se ha gestado y se gesta, es indispensable para hacer frente al futuro.

Los movimientos sociales urbanos son de diversos tipos, según el criterio de los mapas situacionales. Galindo plantea

que estos movimientos pueden clasificarse de acuerdo a los objetos, los sujetos, las acciones, los escenarios, el tiempo en que se llevaron a cabo, su duración, y también según sus estrategias, conflictos, éxitos y fracasos, oportunidad, y otros criterios más. De este orden de tipos, los más abundantes en número de participantes y en número de acciones son los populares que componen en más de cincuenta por ciento a las ciudades latinoamericanas, y en algunos casos son más del ochenta y el noventa por ciento. Para el caso de México, los movimientos sociales urbanos y populares se han ido convirtiendo en actores principales de la escena pública contemporánea. En primer lugar llegado a ocupar la mayor parte del espacio territorial de las áreas urbanas, en segundo lugar, han construido a las ciudades en sentido real y figurado.

Los movimientos sociales urbanos y populares típicos de las últimas dos décadas son de situación emergente, es decir, lo que sucede tiene pocos antecedentes o ninguno, los sujetos tienen que aplicar una cultura de migrantes a la conformación de un asentamiento social, el resultado es que la fuerza del movimiento de adaptación inaugura un germen cultural caracterizado por la novedad, una cultura emergente.

Puede decirse que la situación de emergencia conforma un registro cultural de adaptación que aparece como muy novedoso, lo que sucede después tiene variantes. Por una parte el nuevo registro se confirma, lo cual marca hasta cierto punto una ruptura con el registro cultural anterior. Pero por otra parte, al superarse la situación de emergencia el registro anterior aparece de nuevo aunque con un rostro diferente, lo que marca de cierto una continuidad.

Los movimientos sociales están ordenados por su cultura política que se va obteniendo de la puesta en forma de la experiencia cotidiana. Esta experiencia está programada en forma social, depende de marcos de organización y composición superiores y externos a los individuos, de la aguja e hilo del poder. Y la puesta en forma también está preestablecida, es la cultura de clase, de región, de generación, y depende también en buena parte de la aguja e hilo del gran poder. El

individuo es un sujeto sujetado. Pero si fuera así al cien por ciento supondría un poder centralizado y absoluto. En el mundo social sucede otra cosa, existe la lucha, diversas voluntades que buscan ejercer su poder sobre las demás, el movimiento está garantizado.

Este proyecto, al igual que los anteriores ha ido generando diversos productos y una gran cantidad de información. Se encuentra también en su fase de culminación.

3.2. Dentro de la misma área de Cultura urbana y Movimientos Sociales, ubicamos un proyecto sobre Las Bandas juveniles: Identidad urbana y usos de la comunicación, que ha sido trabajado por Rossana Reguillo, desde el ITESO, en Guadalajara. Trataremos de ofrecer una síntesis lo más acabada posible de los modelos que se utilizaron en los diferentes momentos y etapas de la investigación, así como algunos de los resultados.

La pregunta nuclear del problema gira en torno a la relación entre identidad cultural y usos de la comunicación en bandas juveniles, se trata de contestar cómo una organización de esta naturaleza, genera en los sujetos una identidad específica y cómo ésta es sostenida, avalada y promovida por la comunicación.

La problemática demandaba un acercamiento multidisciplinario que no perdiera la especificidad de su "interés" comunicacional. Se hizo necesario mantener una vigilancia constante para que el estudio no se diluyera en una conceptualización meramente culturalista o en meramente comunicacional, es decir que se le diera un sesgo tal, que la comunicación terminara por ser el centro, explicación y punto de llegada único, perdiendo así de vista la multiplicidad de factores y elementos entrettejidos en la trama social. La comunicación por tanto, tendría que ser el eje que permitiera articular diversos enfoques, sin perder su especificidad.

Se concibe aquí a la comunicación como una dimensión de lo social, práctica regulada y reguladora de otras prácticas, partiendo del supuesto de que ésta tiene su fundamento en la interacción de sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social, es decir convencional; en tanto práctica social, la comunicación se define, entre otros factores,

por la situación en la que está inscrita y por la posición de los actores en la estructura.

Para abordar la problemática de la identidad se partió en un principio de una propuesta de Bourdieu (1987b), que se conceptualizó como una relación objetiva que se establece entre su portador y el medio social donde se desenvuelve, una plataforma de naturaleza simbólica y relacional desde la cual se interactúa con los demás.

De manera muy esquemática, el desarrollo se encuentra en el reporte de investigación (Reguillo, 1991) y puede decirse en síntesis que se trató de generar las articulaciones que desde el lado teórico permitieran abordar las formas de apropiación cultural, formas de interiorización diferenciadas y desniveladas del capital social, tanto material como simbólico, usos de la comunicación, diversidad de prácticas, de estrategias, de puesta en forma de significados, partiendo de entender la cultura como una competencia desnivelada que provoca usos socialmente desnivelados de la comunicación.

En relación a los cómo y a los por qué de esos cómo, desde la estrategia metodológica seguida, se trabajó en recorres interrelacionados a partir de las dos nociones centrales de la investigación: comunicación e identidad.

Del lado de la comunicación, estos recortes son:

- las prácticas de producción, entendidas como el conjunto de operaciones, dispositivos, procedimientos y recursos que los jóvenes utilizan en su vida cotidiana y que intervienen en el proceso de la comunicación.
- las prácticas de circulación, que refiere a los espacios, reglas, mercados y límites que determinan la circulación de los productos de la banda.
- los productos, que son aquellos objetos culturales producidos por la banda, a través de los cuales plasma su visión del mundo. Todos estos niveles entendidos como "usos de la comunicación".

Para abordar la identidad, metodológicamente los recorres utilizados son:

- referente situacional: espacios, escenarios, lugares sociales que van introyectando en el actor una idea de quién es, quién ha sido y cuáles son sus posibilidades objetivas.

- referente grupal: ritos y ceremonias con que la sociedad en general y los grupos en particular, a través de actos instituyentes "dotan" de identidad a los actores: "los ritos transfieren las creencias de todo un grupo o de una institución a un individuo: lo autorizan mediante actos de nombramiento" (Bourdieu, 1987). Este es un referente simbólico entre el sujeto y el grupo que convalida su identidad.
- formas de objetivación simbólica: son las formulaciones tangibles de la identidad, estilos, gustos, símbolos distintivos, formas de consumo cultural. Marcas visibles de las instituciones y grupos que los actores van incorporando. Puede pensarse como la "personificación" de un tipo de discurso, que termina por convertirse en manifestación natural.

El principal supuesto que orienta el trabajo es el convencimiento de que en los productos de la comunicación es posible encontrar las huellas y las marcas de la identidad que remiten necesariamente a un nosotros frente a los otros, ya que en el producto cristalizan a manera de visión del mundo un conjunto de significados objetivamente estructurados donde es posible encontrar objetos, valores, relaciones.

En la medida en que los objetos-problema empíricos de la investigación son las prácticas de producción y circulación de comunicación y los productos, pensamos que al observar esto podíamos encontrar el conjunto significativo de los principales elementos de la cultura de base de las bandas en la localidad que constituyen su identidad y determinar cuál es el papel que desempeña la comunicación para salvaguardar, innovar o reproducir un discurso propio, frente a la sociedad global.

No entraremos en detalle en lo que toca a las delimitaciones empíricas del estudio, pero parece importante decir que después de un proceso largo de inserción entre distintos grupos de jóvenes, se decidió trabajar el estudio a fondo, por variadas razones, (Cfr. Reguillo, 1991:59-ss) con la Banda Olivos de la Colonia del Fresno, de la ciudad de Guadalajara. Olivos es una banda masculina, del tipo cholos, nacidos en la ciudad hasta por segunda generación, en su mayoría hijos de obreros, formada por alrededor de 50 individuos que van de los 17 a

los 23 años, cuya participación en los procesos de organización de las bandas en la ciudad, ha sido decisiva.

Para cada uno de los objetos problema se construyeron estrategias diversas ya que se trataba de entender el producto de la comunicación como el resultado de un proceso de producción sometido a ciertas reglas de circulación, desde una identidad específica.

Primero fue necesario caracterizar al actor y familiarizarse con sus prácticas y rutinas, situación que posibilitaba entender "desde dentro" los modos de comunicar de estos actores, para esto se utilizó básicamente la observación, el diario de campo, la entrevista a profundidad y la grabación de algunas reuniones.

En lo que toca a la producción, se organizó la observación en dos conjuntos: 1) competencias comunicativas, que se entendieron como el conjunto de saberes implícitos en el sujeto de los que se sirve para organizar, categorizar y expresar sus visiones del mundo; y 2) procesos de producción, entendidos como hábitos, estrategias y materiales utilizados en las producciones comunicativas.

En este nivel se utilizó la observación, la grabación de relatos y dos talleres. Se trataba de generar una estrategia que al tiempo que activara las competencias narrativas de los actores, respetara su dinámica interna.

Para la circulación, en tanto es concebida como el espacio donde confluyen en relación a un producto, un productor y un lector, lo observable son entonces los espacios por donde circulan las producciones de la banda, como el territorio, otros barrios, lugares para eventos, medios de comunicación, etc. Como estrategias operativas de abordaje se utilizaron básicamente la observación y la recopilación de testimonios.

En lo que toca al producto la estrategia seguida fue la de seleccionar aquellos productos objetivados con cierta permanencia y que fueran suficientemente representativos del grupo: El corpus final quedó formado por: 1) los boletines-revistas Que Role, editado por Olivos, 2) los placazos o grafitis en el territorio de la banda, 3) dos programas que se transmitieron por Radio Universidad de Guadalajara que estuvieron a cargo

de Olivos. y 4) los tatuajes comúnmente portados por los chavos de la banda.

Para trabajar sobre estos productos se elaboró un modelo que articulaba dos herramientas analíticas: el análisis de enunciación y el análisis semiótico (Greimas 1983/Benveniste 1985). Modelo que permitió el establecimiento de varias categorías de análisis pertinentes para encontrar las marcas y huellas de identidad. Estas categorías son, de manera muy general: los actores, buscando al nosotros (inclusivo y exclusivo) y a los otros; los objetos de valor en relación a esos actores, tanto materiales como simbólicos; las acciones que modalizan el hacer del sujeto, y finalmente quiénes son los ayudantes y los oponentes.

Lo que avala este modelo es el supuesto de que él que se comunica a través de la palabra escrita, oral o icónica, se posiciona con respecto a otros, al mundo y a sí mismo, desde un marco espacio-temporal específico.

A continuación ofrecemos algunos resultados arrojados por la investigación, concluida en julio de 1990.

a) El grupo seleccionado se divide en tres grupos generacionales: "los killers" formada por niños de 7 a 13 años, "chicanos" que agrupa a los jóvenes de 13 a 17 años y finalmente "Olivos" formado por jóvenes de 17 a 23 años (aunque se detectaron individuos de 25 y 28 años). En este sentido podemos afirmar que las bandas son agrupaciones que se han autodesarrollado de formas de organización profundamente ritualizadas, que a través de progresivas "estancias" en los diferentes grupos generacionales que conforman la banda (niños, adolescentes, jóvenes) van socializando y capacitando a los sujetos en las formas, normas, modos y maneras propias del grupo. Es ir apropiándose paulatinamente del dominio de la situación. El grupo tiene así previstas formas de apropiación progresiva de la "competencia". Es pues una forma de socialización paralela, que cumple ciertamente con una función operativa, permitir la sobrevivencia del sujeto en un entorno urbano.

b) Las fuentes de trabajo de la banda se localizan generalmente en el mismo barrio y los oficios que desempeñan son

los de ayudantes en tapicerías, carpinterías, talleres mecánicos, autoeléctricos, etc. esto les permite acceso regular a disolventes y pegamentos industriales de gran potencia tóxica. Existe además una gran movilidad laboral.

Pocos terminan la secundaria, la escolaridad de la mayoría alcanza hasta el 4o y 6o año de primaria, donde abandonan tanto porque la droga los incapacita para seguir adelante como por los problemas de subsistencia.

Esta información más los resultados que fueron desprendiéndose de los diferentes momentos del análisis, nos permite afirmar que la banda es un grupo que posibilita la suspensión del tiempo, creando un presente permanente que pospone la entrada del sujeto en la vida adulta. Temporalidad que tiene que ver con los ciclos de producción, la banda está ahí —entre otras cosas— para disminuir la angustia del sujeto ante un futuro que se aparece incierto para grandes sectores de la población que gravitan sin destino aparente en la estructura de producción.

c) En lo que toca al análisis de los procesos de producción, las producciones de la banda se caracterizan por maneras propias de emplear los mismos moldes, formatos y en un sentido hasta las funciones de la comunicación en la búsqueda de valoraciones positivas a través de los rasgos distintivos del grupo. Es decir las producciones de la banda están ajustadas a una situación específica, donde los fines, funciones y referencias apuntan a la objetivación de la propia historia de los jóvenes. Producir comunicación sirve para aumentar los saberes que la banda tiene sobre sí misma, producir para recordar y utilizar.

d) A través del análisis de las condiciones de circulación se ve que ésta no es solamente el espacio de encuentro, sino además el espacio donde se establecen constantemente los ajustes y se llevan a cabo las transacciones que darán sentido al consumo en general y de manera particular a los usos que los diferentes grupos hacen de los productos culturales, definiendo y marcando los límites de lo aceptable, lo pensable, en una palabra lo consumible y sus modos de consumo. En los escenarios, en la creación, recreación y transformación de los

mercados y las reglas que rigen al interior de éstos, es donde los actores van oponiendo estrategias de resistencia, de impugnación, o de "chapucería" para evadir a través de los usos, el control.

e) En lo referente a lo encontrado en el análisis de los productos, ofrecer una síntesis completa es difícil ya que es el nivel más detallado y complejo de todo el análisis, por lo que se mencionan sólo aquellos aspectos que se consideran fundamentales:

Los Boletines

Se encontró a través del análisis una compleja forma de organización grupal, donde un elemento importante son las formas de interioridad y exterioridad que apuntan a la mediación que los boletines cumplen para conciliar lo individual con lo colectivo: Yo afirmo que yo soy yo en tanto puedo afirmar que yo soy "nosotros".

Los boletines son una forma de comunicación exclusiva (nosotros frente a ustedes) cuya función fundamental es la de conservar la memoria del grupo, una crónica a través de la cual van narrando sus lecturas, sus interpretaciones sobre lo que acontece al mismo grupo en relación con él mismo, con la ciudad, con las instituciones y agentes sociales que se les oponen. La comunicación está aquí al servicio de la objetivación de una historia que se construye cotidianamente. Una historia que no va a aparecer en las versiones oficiales, ya que contiene los elementos que la memoria oficial considera "olvidables".

Los Placazos

El placazo (grafiti) es un programa comunicacional fuertemente vinculado al referente situacional de la identidad, al que se recurre para marcar el espacio anónimo, para definir los límites del territorio y en un sentido más profundo para exaltar, resistir, defender y recordar.

Sirviéndose del mismo estigma que les ha sido impuesto, la banda utiliza el muro en la búsqueda de valoraciones positivas a través de los rasgos distintivos que el grupo ha adoptado

como suyos. "Tirar un placazo" es nombrar la identidad, bautizar el territorio. Más allá de la afirmación por el placer, esta forma de comunicación actúa en la conformación de una identidad que se construye en y desde la resistencia.

El Uso de la Radio

En lo que toca a los programas producidos por la banda y difundidos a través de Radio Universidad de Guadalajara se puede decir que los grupos que participaron en la elaboración, diseño y difusión de estos programas, se sirvieron del medio para comunicarse con otras bandas, con más jóvenes de barrios populares de la ciudad, pero se encontró que existe también el intento por comunicarse, por constituir un interlocutor distinto a la banda, cuya presencia en los textos si bien es difusa, alcanza cierta corporeidad como "sociedad urbana". Lo importante tal vez no es quién escuchó estos programas, sino que las bandas supieron usar un medio de comunicación institucional y oficial y que esto acumuló un nuevo saber a su repertorio de prácticas, un ejercicio comunicativo del que ellos fueron protagonistas. Aunque este espacio haya sido cerrado –por las causas que sean– el grupo recuerda: en la memoria de la banda hay un saber-hacer que conservan los más viejos que pasará a las nuevas generaciones en espera de ser reactivado.

Los Tatuajes

Quizá una de las partes más fascinantes pero más difíciles de todo el trayecto de la investigación. Como resultado se puede reportar una tipología organizada en dos grandes conjuntos: lo supraterranal y lo terrenal. En el primero aparecerían los símbolos que refieren a lo sagrado, lo profano y lo mítico, y en el segundo, los símbolos cotidianos, los del universo natural y el universo afectivo. Es importante aclarar que estos símbolos no se expresan de manera pura, en un mismo cuerpo e incluso en una misma parte del cuerpo. Es posible encontrar tatuajes que pertenecen a distintas categorías, por ejemplo una Virgen de Guadalupe coexiste en un mismo brazo con un Micky Mouse cholo, o un demonio con un rostro de cristo.

Si se acepta que el tatuaje es la exteriorización de un mundo previamente aprehendido, se puede pensar al cuerpo tatuado como un reflejo del mundo, es decir las imágenes del tatuaje como representaciones del mundo natural.

Es posible pensar que el tatuaje además de ser una marca de poder, permite el reconocimiento de una identidad de orden general (lo mexicano, lo religioso, lo mítico-fantástico), para que sea posible la atribución de una identidad particular y específica (la mariguana, los cholos, los tenis y las guitarras). A su vez esta identidad específica constituye la base de organización donde se acomodan las piezas de una identidad general, de tal suerte que una y otra se corresponden y se implican mutuamente, en una especie de lógica inmanente fundamentada en lo inhaprensible de su fundamento, la actividad simbólica. El tatuaje es a fin de cuentas un emblema y un estigma, su valor reside en que no puede ser robado, ni prestado, ni extraviarse, es intransferible; es la actualización individual de símbolos colectivos.

En términos generales se puede decir que la banda es ante todo la posibilidad de pronunciar un nosotros, una organización que posee sus propias normas, rutinas y representaciones, está en posesión por tanto de un discurso relativamente controlado sobre la realidad, discurso que se expresa a través de diferentes medios, códigos, géneros y formatos, que circula mediado principalmente por el lugar social de los actores en la estructura y por la mediación que establecen las instituciones y circuitos legítimos de circulación de discursos sobre la realidad. La banda inculca a sus miembros unos determinados valores que los sujetos actualizan a través de sus prácticas, que mantiene en actividad la estructura que los engendró. En este proceso de "salida y llegada", la comunicación y sus usos específicos sostienen la identidad colectiva y diferencial, condición de la existencia del grupo.

La construcción por los grupos de su propia identidad supone una actividad de aprendizaje, una pedagogía que compromete a los actores tanto individuales como colectivos en una lucha simbólica –no por eso menos dolorosa–, por la administración de la propia identidad. Si los sectores populares

han ido interiorizando el estigma y la descalificación de sus propias prácticas, la lucha por la administración de la identidad y el derecho a establecer los propios criterios valorativos, se inscribe dentro de una lucha política que en los próximos años –creemos– habrá de caracterizar el panorama urbano. La lucha por las identidades culturales es una lucha frontal contra el poder que “asigna” las identidades.

Como productos de la investigación pueden reportarse:

a) un libro en el que se da cuenta de la investigación completa, b) varios artículos, c) participación en diversos foros, d) una base de datos bibliográfica con el material que sobre estos grupos ha sido publicado en México.

Estos proyectos presentados de manera muy esquemática forman parte de una larga lista de asuntos sobre los que –pensamos– es urgente trabajar y que es necesario –creemos– comprender en el tránsito de los años que nos separan del nuevo siglo.

Por último planteamos un marco de preguntas que nos queremos seguir haciendo para orientar nuestros esfuerzos de comprensión de la problemática que nos ocupa y que tienen su origen en los avances y pequeñas certezas acumuladas en los trayectos de las diferentes investigaciones:

- ¿cómo volver inteligible el estatuto, las relaciones y las trayectorias de lo que se ha llamado en México “culturas populares” dentro del movimiento uniformemente acelerado de las culturas contemporáneas?
- ¿qué le sucede a las culturas no urbanas cuando se enfrentan a las rutinas y las estructuras de la ciudad?
- ¿cuáles son los procesos de confrontación y negociación cultural que se dan en la migración fronteriza, principalmente a los Estados Unidos. De qué está hecha la cultura de los migrantes?
- ¿cómo se han desarrollado los mecanismos colectivos de la memoria popular, de las memorias sociales?
- ¿cuáles son las relaciones entre los discursos de las iglesias “legítimas” con las prácticas y ejercicio efectivo de la religiosidad del pueblo?
- ¿cuál es el papel de la ritualización en la configuración de identidades populares y no populares?

- ¿cómo y en cuáles espacios se interconectan, se tocan las culturas de las clases populares con la producción mercantil y signica de las industrias culturales?

Esta gama de preguntas que tienen su raíz en la imbricación de identidades indígenas, tradicionales, transnacionales, modernas, patrioterías, futboleras, locales, regionales, sexuales, callejeras, etc. forman parte del mosaico mexicano, digno de ser discutido y analizado.

COMUNICACIÓN FUNDADA (GROUNDED COMMUNICATION)

Bajo tal perspectiva creemos que la investigación de los procesos de comunicación puede ser entendido como parte de un proceso cultural complejo que implica encuentros diversos entre esquemas de clasificación de la realidad que tienen espesor y densidades no sólo diferentes sino a veces contrapuestas. Son definiciones de la realidad que se confrontan a diario y luchan desde posiciones desniveladas, por el poder, por las clases.

No podemos darnos el lujo de pensar la comunicación aislada de sus condiciones sociales de producción, ya que ante todo –y en el sentido más definitivo y profundo– la comunicación es una acción transformadora de los actores sociales. No podemos pues concebir la comunicación solamente como un modelo en el que existe un emisor, un mensaje y un receptor: el proceso está imbricado en una trama social mucho más amplia y compleja. Para entenderla no bastarán por sí mismas, herramientas como la encuesta de opinión, el análisis de contenido, etc. La científicidad de una investigación lejos de estar garantizada por el uso de ninguna técnica ni de programas de computadora, se funda en el tipo de preguntas que se pueden plantear, en el tipo de relaciones complejas que se pueden establecer solamente a partir de aquellas. No podemos pensar al emisor como el punto de arranque o encendido automático del proceso, ni al receptor como el punto de llegada.

Lo que en este momento está en juego es la continua reestructuración y re-elaboración de identidades y solidarida-

des; pero los dispositivos de la memoria y la identidad no están dados ya en alguna parte de la realidad, están inmersos en el conflicto, en la contradicción, en un continuo debatirse entre la sumisión y la resistencia, entre la asunción acrítica y pasiva de una realidad impuesta, fabricada, enlatada, la ambigüedad desesperante y la impugnación implícita, explícita o chapucera de aquella realidad. Ese es el espacio donde se inscribe la construcción del sentido de la comunicación social, en los intersticios del poder que dan lugar a la transgresión para marcar y volver a remarcar a través del "uso" los espacios restringidos y controlados. ¿Cómo se realiza nuestra interpretación de la comunicación en México?, ¿cómo hacer cuentas con ella, sin reducirla a transmisiones entre maquinitas, mercadotecnia del bienestar ficticio o a denuncias de malévolas voluntades conspiradoras? Queremos entrar al nuevo milenio tratando de tener claro el proyecto de lo que puede ser posible, deseable, necesario, urgente y conociendo los fundamentos sobre los que es posible hacer despegar nuestra cultura, para poder conocer lo que somos y lo que podemos llegar a ser. Tenemos que volver la vista para distinguir los veneros, los motores, los errores de nuestro pasado y entonces con más fuerza, regresar lo andable.

No vaya a ser que a la vuelta del milenio nos encontremos con una versión oficial del "México bonito", tan pulcra, tan ordenada, tan agradable que sea profundamente desmemoriada, amnésica. No vaya a ser que Sanjuanita desaparezca de repente y para siempre y en su lugar quede solamente la imagen de la Virgen de San Juan de los Lagos; que nuestros niños y nuestros jóvenes decidan cancelar el sueño porque no hay para donde hacerse; no vaya a ser que el melodrama se nos escape de las manos y terminemos haciendo la versión mexicana (de segunda) de Rambo 5000 y sobre todo no vaya a ser que un terremoto nos encuentre desprevenidos y nos arranque de cuajo la certeza de que los mexicanos tenemos vocación para la risa, para el juego, para la vida.

Decidida voluntad de regresar sobre lo posible, volver al futuro.

BIBLIOGRAFIA

BENVENISTE, Emile

1985 *Problemas de lingüística general*, Vols.I y II, Siglo XXI, (cuarta edición), México.

BONFIL BATALLA, Guillermo

1987 *México Profundo*, CIESAS/SEP, México.

BOURDIEU, Pierre

1980 *Questions de Sociologie*, Minuit, Paris.

1979 *La distiction. Critique social du jugement*, Minuit, Paris.

1987a *A economia das trocas simbólicas*, Perspectiva, Sao Paulo.

1987b "La identidad como representación", en G. Giménez (comp.), *La teoría y el análisis de la cultura*, SEP/U. de Guadalajara/COMESO, Guadalajara.

CANTOR, Muriel y Susann Pingree

1980 *The soap opera*, Sage. London.

FOSSAERT, R.

1983 *La société* (Tomo VI, Les structures ideologiques). Seuil. Paris.

GALINDO, Jesús

1991 "La tercera orilla. Religión popular y vida urbana" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. IV No. 11. Universidad de Colima, Colima.

1990 *La mirada en el centro. Vida urbana en movimiento*, Cuadernos Huella No. 19. ITESO, Guadalajara.

1987 *Movimiento social y cultura política*, Universidad de Colima, Colima.

-
- et. al.,
(sf) *La antropología urbana y la computadora*, Instituto de Matemáticas Aplicadas y Sistemas/UNAM.
- GARCIA CANCLINI, Néstor
1990 "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", Mimeo. Seminario de Estudios de la Cultura.
- GONZALEZ, Jorge A.
1986 *Cultura(s)*, Universidad de Colima/UAM-X, México.
-
- 1987 "Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. I, No. 3. Universidad de Colima, Colima.
-
- 1988 "La cofradía de las emociones (in)terminables", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol II, Nos. 4/5, Universidad de Colima, Colima.
-
- 1990a "Las vetas del encanto II, los veneros de la producción mexicana de telenovelas", Mimeo. University of California, Berkeley.
-
- 1990b "El regreso de...) La cofradía de las emociones in/terminables (II). Telenovela, memoria, familia", Mimeo. Programa Cultura. Universidad de Colima, Colima.
-
- y MUGNAINI
1986 "Protocolo de observación etnográfica de los usos diferenciados y modos de ver telenovelas", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. I No. 1, Universidad de Colima, Colima.
- GREIMAS, A.J.
1983 *La semiótica del texto. Ejercicios prácticos*, Paidós Comunicación. Barcelona.

- GUTIERREZ ESPINDOLA, José Luis
1988 "La industrialización del melodrama", en Trejo, Raúl (comp.) *Las redes de televisa*, Claves latinoamericanas, México.
- HTM/GONZALEZ, Fernando (ed.)
1989 *Historia de la Televisión en México*, ed. del autor, México.
- LULL, James
1980 "The social uses of television", en *Human communication research*, vol.7, No. 3. (primavera).
- MARTIN BARBERO, Jesús
1987 *De los medios a la mediaciones, Comunicación, cultura, hegemonía*, Gustavo Gili, México.
- ORTIZ, Joaquín
1990 "Televisa: La industria del melodrama", en *Expansión*, XXII, No. 551. México.
- ORTIZ, R., Simoes y ORTIZ, J.M.
1989 *A telenovela: historia e producao*, Brasiliense. Sao Paulo.
- PROGRAMA CULTURA
1985 Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Universidad de Colima. Colima.
- REGUILLO, Rossana
1989a "Crónica de un proceso en construcción: La investigación de la comunicación en México", en *Renglones*, No. 12. ITESO, Guadalajara.
-
- 1989b "De la ilusión a la intervención. Los usos de la comunicación en Bandas Juveniles", en *Renglones*, No. 15. ITESO, Guadalajara.
-
- 1990 "De mapas y navegantes. Comunicación y vida cotidiana", en *Umbral XXI*, No. 4. Universidad Iberoamericana, México.

1991a *En la Calle otra vez. Las bandas: Identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara.

1991b "Las Bandas: entre el mito y el estereotipo. ¿emergencia de nuevas formas de comunicación?", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. IV No. 11. Universidad de Colima, Colima.

— y PALOMAR

1988 La construcción de la realidad a través del discurso informativo. El caso del terremoto de 1985, Tesis de licenciatura, ITESO. Guadalajara.

WOLF, M.

1984 "Géneros y televisión", en *Análisi*, 9. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

1982 *Sociologías de la vida cotidiana*, Ediciones Cátedra, Madrid.

UNIVERSIDAD Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN MÉXICO*

• Pablo Casares A.**

INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional ha tenido un desarrollo relativamente reciente. Esto es particularmente cierto en nuestro país, que ha tendido a seguir los patrones que se han dado en este campo en los Estados Unidos (siguiendo los pasos de la administración de empresas y el desarrollo de las relaciones humanas en las organizaciones, buscando adaptarlos a la realidad de las organizaciones mexicanas).

En este contexto, la práctica profesional de la comunicación en las instituciones ha seguido cronológicamente tres etapas: su inicio, centrada en los medios (en la década de los años 60); la adquisición de su identidad, centrada en la comunicación interpersonal y grupal para el desarrollo organizacional y de los recursos humanos (en los años 70); y, su desarrollo (en la última década), en la que se busca una comunicación institucional integral que posibilite relaciones humanas más eficientes, en función de los objetivos de la organización, y fomentar en sus públicos una imagen coherente con su identidad.

* Esta es una versión ampliada y modificada del trabajo "Organizational communication in Mexico" presentado originalmente en la Conferencia Anual de la International Communication Association, (ICA) el 29 de junio de 1990, en Dublín.

** Profesor Titular y Director del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en México, D.F.,