

La investigación en medios de comunicación ¿cientificidad vs. utilidad social?

Guillermo Orozco Gómez*

Introducción

En el presente ensayo se revisan críticamente algunos de los elementos esenciales del *ejercicio* de la *investigación* sobre la influencia de los medios masivos de comunicación (MMC) en la sociedad. El propósito de esta revisión es delinear una propuesta alternativa de investigación que, en síntesis, consiste en cambiar el énfasis de la investigación, de documentar el tipo de influencia que ejercen los distintos MMC, al tipo de *relación* que con ellos entablan diversos sectores de la sociedad civil.

La pregunta subyacente en la discusión siguiente, y que a la vez constituye la preocupación que la inspira, es: ¿cómo puede la investigación en MMC ser útil socialmente a grupos específicos del auditorio para transformar la estructura vigente de comunicación masiva? Para este propósito, en la primera parte de la discusión se presenta y examina la proposición "cientificista," planteada como una salida "objetiva" al ejercicio de la investigación en MMC. Como un caso ejemplar, ilustrativo de esta corriente se hace referencia al reporte de investigación encargado por el Instituto de Salud Mental de los Estados Unidos (NIMH, 1982). La "objetividad científica" ha sido cuestionada abundantemente desde distintos án-

* Investigador visitante, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Candidato al doctorado por la Universidad de Harvard.

gulos. La crítica a esa supuesta objetividad, planteada como meta de una investigación socialmente útil, se centra aquí en la *desvinculación múltiple* entre intencionalidad del investigador, objeto de estudio, proceso de investigación y responsabilidad social (del investigador.) En la segunda parte de la discusión se presenta una alternativa de investigación "vinculada," perfilando sólo algunos de sus elementos fundamentales. Esta alternativa enfatiza la integración de los distintos elementos del proceso de investigación en MMC y, especialmente, vincula la generación de conocimiento sobre los MMC con sectores específicos de la sociedad civil. Esta alternativa "vinculada" apunta a modificar la relación tradicional (autoritaria) que los MMC propician con diversos sectores del auditorio, a través de investigar precisamente esas relaciones con un compromiso científico de transformación (y no sólo de documentación.)

1. Una caracterización del debate

La influencia que los distintos MMC ejercen en sus auditorios ha sido un tema permanente en la literatura internacional sobre investigación de la comunicación.¹ Substancialmente, el debate se ha enfocado en discernir el *tipo* de influencia y se ha llegado a posiciones antagónicas al respecto. En un extremo se encuentran investigaciones partidarias de una "bondad intrínseca" de los MMC. En el otro extremo se hallan aquellas investigaciones en las que se sostiene que la influencia de los MMC es fundamentalmente negativa (Orozco, 1985a).

El optimismo manifiesto en el primer conjunto de investigaciones arranca de una concepción de los MMC como instrumentos técnicos (por ejemplo, Pool, 1983). Optimistas, los investigadores orientados por esta concepción basan sus juicios en el "potencial técnico" inherente de cada uno de los MMC para la realización de distintas tareas: información, educación, enriquecimiento de la cultura, etcétera (Stein, 1979). En el otro conjunto de investigaciones en cambio, predomina una concepción de los MMC como agencias (sociales, políticas, culturales) históricamente determinadas en for-

¹ El presente análisis se sustenta en revisiones realizadas por el autor sobre el impacto de los MMC y, especialmente, de la TV. Las revisiones incluyen estudios sobre los efectos de los MMC a partir de 1980 llevados a cabo en E.E.U.U., Inglaterra, Australia, Canadá y México. (Consultar referencias bibliográficas al final del ensayo).

ma concreta y, por tanto, controladas o manipuladas ya sea por grupos específicos (económicos o políticos) o directamente por el grupo gobernante (Curran, *et al*, 1986). Con mayor o menor ortodoxia, investigadores orientados por esta perspectiva basan sus opiniones sobre la influencia nociva de los MMC en el control monopólico de los diversos MMC (Bagdikian, 1983), o en su orientación comercial (Montoya, 1981), o en el tipo de programación (ACT, 1983), o en su papel protagónico en la construcción de la hegemonía del Estado capitalista (Esteinou, 1983). Así, mientras unos investigadores llevando sus opiniones al extremo, sostienen afirmaciones tales como la de que no es posible pensar en vivir sin televisión, y encaminan sus investigaciones a documentar los usos positivos de este medio de comunicación o a explorar sus límites, por ejemplo, en cuanto tecnología educativa (*cf.* Orozco, 1985b), otros investigadores, por el contrario, sostienen que es necesario aprender a vivir sin la televisión, ya que la misma exposición física a la luz del televisor daña al organismo humano (Enríquez, 1986). Los estudios que realizan estos investigadores, entonces, buscan documentar de una u otra forma los efectos negativos para la "salud" física o mental del auditorio y, así, convencer de la inexistencia de la bondad de los MMC.

Por caminos opuestos, a partir de distintas consideraciones y grados de radicalidad, los dos conjuntos de investigaciones llegan a plantear posiciones irreconciliables, ya sea "bendiciendo" o "satanizando" la influencia de los MMC, pero finalmente llevando el debate a un terreno puramente ideológico (ideologizado), obstruyendo así la función creativa de la investigación en la proposición y examen sistemático y riguroso de alternativas para el uso social de los MMC (ver Lang y Lang, 1983). Esto es, las investigaciones sobre la influencia de los MMC en la sociedad o son extremadamente críticas, que consideran que cualquier alternativa que no sea radical (por ejemplo el control social completo de los MMC en un país) es reformismo, o por el contrario, las investigaciones son tan "administrativas"² que sólo refuerzan el orden de cosas existentes, al no cuestionar el contexto político-económico de los MMC y los objetivos mismos de su investigación (Orozco, 1986b).

² El término "administrativas" es tomado del inglés "Administrative Research" que designa a la investigación que sirve para reforzar el "status quo" en relación a los MMC. Discusiones sobre este tipo de investigación se encuentran en "Ferment in the Field," *Journal of Communication*, 1983. Especialmente se recomienda el artículo de Malody y Mandell.

II. Una alternativa limitada: científicidad.

La corriente o tendencia "cientificista" en la investigación social en general, y de los MMC en particular, ha ido tomando fuerza creciente como una alternativa "aceptable" para trascender las orientaciones "fatalistas u optimistas" sobre la influencia de los MMC. Seguidores de la tendencia científicista postulan que la influencia de los MMC no es ni positiva ni negativa, sino "neutra" y, por tanto, el investigador no tiene por qué tomar partido (Smythe y Van Dinh, 1983). Concibiendo la influencia de los MMC como neutral, los resultados concretos en el auditorio dependerán entonces del "buen uso" o "abuso" que el auditorio haga de los MMC (por ejemplo, Greenfield, 1984). El enfoque de "usos y gratificaciones" es quizá el ejemplo más consolidado dentro de la tendencia científicista en la investigación de MMC.³ En este sentido, es la víctima de los propios MMC la culpable por su influencia negativa (Orozco), 1984). Entendida así la responsabilidad por la influencia de los MMC, el investigador se erige en un "ser imparcial" cuya finalidad al investigar los MMC y su influencia no tiene por qué involucrarse en la selección y definición de su objeto de estudio. Así, el investigador puede sentirse capaz de mostrar con su investigación una y otra cara de la misma moneda y deslindarse por cualquiera de sus consecuencias (Garfinkel, 1981).

La desvinculación múltiple

En la investigación sobre MMC orientada por la premisa positivista de la objetividad se han hecho varias desvinculaciones. En primer lugar, se ha pretendido separar la *intencionalidad* del investigador de su objeto a estudiar. Intencionalidad se entiende aquí no como un deseo o interés espontáneo por estudiar un cierto aspecto, fenómeno o problema, sino como resultante de condicionamientos concretos del investigador (clase, sexo, situación en la estructura de poder, cultura, etc.) que hacen que éste se incline por el estudio de ciertos problemas y excluya otros. Por ejemplo, por documentar los aspectos positivos de la computadora como tecnología educativa o analizar el contenido ideologizante de las radionovelas. En

² Este modelo tuvo su auge en la década pasada y aún cuenta con muchos seguidores como puede apreciarse en la revista *Communication Research*. En México se han desarrollado algunos estudios con esta perspectiva cuya compilación más reciente es la de Fernández-Collado, *et al*, 1986.

cuanto a la separación entre intencionalidad del investigador y objeto de estudio, la corriente positivista ha propuesto que los objetos de estudio no se construyen, sino que están ahí, que existen, independientemente de los sujetos cognoscentes, por lo que el esfuerzo se debe dirigir a encontrar la manera menos "contaminada" de dar cuenta de ellos (Putnam, 1981).

En segundo lugar, y como consecuencia de la desvinculación anterior, se ha buscado mantener a los objetos de estudio acerca de los MMC, independientes también de las técnicas y métodos para su exploración. En este sentido se sostiene que esas técnicas y métodos para abordar objetos de estudio "preexistentes," tienen también una existencia independiente de los problemas de investigación para los que son empleadas. Esta creencia se ha reforzado por el hecho de que la metodología que se usa tradicionalmente en la investigación de los efectos de los medios de comunicación y que básicamente es una metodología cuantitativa, se ha desarrollado independientemente de las problemáticas que estudia. La principal consecuencia de este desarrollo independiente de la metodología de investigación es quizá la constitución de una especie de "supermercado" de técnicas y métodos de investigación que esperan ser seleccionados por investigadores ávidos por consumir la tecnología de investigación más sofisticada.

No obstante la aportación de diversas técnicas a la metodología de investigación de MMC, uno de los resultados más importantes de las desvinculaciones mencionadas ha sido la *trivialización* de la epistemología, que ha ido perdiendo su doble dimensión de diseño y abordaje de un objeto de estudio concreto, para convertirse en la sola selección de técnicas para estudiar un problema de investigación prefijado (Slack y Allor, 1983).

Otro resultado importante del auge de la tendencia científicista en la investigación de los MMC ha sido la acumulación de un conocimiento tan "preciso" y "especializado" —como la relación entre el movimiento de la pupila del ojo y los puntos luminosos y opacos en la pantalla del televisor— que no tiene relevancia directa para explicar y entender la relación entre, por ejemplo, la cultura de los televidentes y los mensajes de la programación televisiva (Orozco, 1986c). El detalle se pierde en el todo. Esto, como sabiamente ha observado González Casanova (1981), ha implicado la acumulación de cientos de datos aislados cuya importancia para el entendimiento de problemas globales es casi nula.

Otro resultado sobresaliente del énfasis de la tendencia científicista en la investigación de MMC ha sido la generación de un cono-

cimiento sobre los MMC y su influencia en el auditorio, que se postula como "neutro," esto es, "útil" para todo lo que se quiera o para todo aquello que los "clientes" de la investigación quieran. Así, este conocimiento generado a través de la investigación científica —al igual que las técnicas y métodos a través de las cuales fue obtenido— se lleva al mercado internacional para que los interesados lo consuman y lo apliquen según sus propios fines. Es un conocimiento sin *identidad*, *desvinculado de su origen*, de su *proceso* y de su *finalidad*. Está desvinculado de su origen y proceso, en cuanto que se postula como extensible a casi cualquier situación o problema de investigación y aplicable en cualquier parte del mundo, sin que importen condicionamientos geopolíticos, económicos o culturales. Al conceder importancia sólo a los datos empíricos como datos resultantes de la investigación, sin considerar suficientemente (y a veces ni mínimamente) los condicionamientos de su producción, el conocimiento "positivo" se divorcia de su proceso de generación.

Cuando se analiza algún reporte de investigación convencional sobre MMC, por ejemplo cualquiera que se publique en revistas especializadas del tipo *Human Communication Research*, lo que los autores de los reportes ofrecen como marco conceptual de sus investigaciones es simplemente una descripción de datos obtenidos de investigaciones anteriores, que el autor, por razones que no siempre son evidentes, consideró como conocimiento "adecuado" para justificar y sustentar el estudio que reporta. Si bien en ocasiones la pertinencia de los datos para el problema abordado puede apreciarse fácilmente, el proceso y condiciones de su generación permanecen ocultos. El conocimiento así universalizado queda entonces, también, desvinculado de su finalidad.

Un ejemplo ilustrativo

Un caso típico de desvinculación de la investigación en MMC con la finalidad de los investigadores es el del Instituto Nacional de Salud Mental de los Estados Unidos (NIMH, 1982). Autoridades del Instituto consideraron pertinente hacer una actualización amplia sobre la investigación de los efectos de la televisión en los niños. Esto es, fue una revisión de la literatura más relevante, que trató de recopilar en forma de antología lo que se ha investigado sobre el tema (tanto de efectos positivos como negativos). La intención de las autoridades del Instituto con esta recopilación era aglutinar en forma ordenada una serie de conocimientos como base para el diseño

más informado de políticas de comunicación con respecto a la programación de televisión. No obstante esta idea inicial general, en el reporte final de investigación se explicita que la responsabilidad por los análisis ahí incluidos y por las opiniones vertidas en cada capítulo, es de sus propios autores (y no del Instituto). Asimismo, se explicita que los autores no pretenden “ni aconsejar ni criticar”, sino sólo “esponer” sus hallazgos, para que los lectores saquen sus propias conclusiones y los indicados o responsables de la programación de televisión en el país, tomen las medidas adecuadas, según lo que consideren más importante del reporte (Cook, *et al*, 1983). Así, ni el Instituto como tal, ni los autores particulares, asumen sus nexos y *responsabilidad social* por el conocimiento “científico” que han generado. Se espera que, sin embargo, los estudios reportados por el Instituto y a los cuales se les dio bastante publicidad, sean “útiles” no sólo para el diseño de políticas y estrategias de comunicación y educación, sino para transformar lo que se considere necesario.

Algunos resultados decepcionantes

En la realidad, lo que ha sucedido con casos como el mencionado —y en general sucede con la mayoría de la investigación positivista, “neutral”— es que tienden a *reforzar* el “status quo” (aunque no se lo propongan). *Una razón* es que son muy pocos los decisores interesados en hacer cambios a partir de los resultados de la investigación, dado que existen muchos intereses creados que impiden que se hagan modificaciones concretas, por una parte; y por otra, el sistema de comunicación masiva responde a una racionalidad económica (capitalista) que salvo en excepciones, coincide con una racionalidad de servicio público.

En un análisis reciente de la investigación sobre la violencia de la programación televisiva, Rowland (1983) sostiene la tesis de que toda la investigación sobre los efectos de violencia de los programas de televisión, no ha servido para impedir que programas con violencia se sigan produciendo y transmitiendo, pero en cambio, sí ha servido como excusa para tener a muchos investigadores ocupados, sin que sus hallazgos propicien cambios, y a la sociedad civil contenta porque se está haciendo “mucho” investigación.

La *otra razón* es que investigaciones científicas generalmente están desvinculadas de problemáticas reales o sentidas por la sociedad receptora, o abordan aspectos tan especializados y sofisticados, que posibles usuarios (sectores de la sociedad civil), no están

en condiciones de servirse de sus resultados, quedándose estas investigaciones en meros ejercicios intelectuales de sus autores. La vieja recriminación de sectores de la sociedad civil (educadores, padres de familia y hasta los mismos comunicadores) acerca de que la investigación sobre los MMC no ha servido para retroalimentar estrategias tendientes a mejorar los contenidos de la programación de los MMC, o entender la influencia que estos ejercen, por ejemplo en la educación de los niños, tiene mucho de razón, en tanto que la mayoría de la investigación sobre los efectos de los MMC es una investigación que no está comprometida con la *búsqueda* de alternativas. Esto, no obstante que sus autores sostengan lo contrario, debido a que por decreto no es posible vincular una investigación a una finalidad de uso social. El desencanto de investigadores críticos de la comunicación con respecto al escaso impacto que muchas investigaciones han tenido en el Estado y, específicamente en la definición de políticas de comunicación más democráticas, también en parte obedece a la falta de vinculación de la investigación con procesos sociales alternativos. Es necesario enfatizar que es precisamente un tipo de investigación y no *la* investigación la que no ha servido para los propósitos que la sociedad civil quisiera y la que no ha logrado transformar las estructuras vigentes de comunicación.

La conclusión más importante que puede extraerse de la discusión anterior es que lo que se requiere para entender los MMC y su influencia en los auditorios no es más investigación "per se," sino un cierto *tipo* de investigación. Una investigación donde investigador y objeto de análisis estén comprometidos con una finalidad de transformación, donde la generación de conocimiento nazca de una relación dialéctica entre sujeto cognoscente y objeto de estudio, y donde el conocimiento obtenido responda a necesidades específicas de un sector del auditorio para el uso social de un medio de comunicación (Aboites, 1987). Es importante subrayar que una investigación sólo puede aspirar a ser relevante para un fin concreto (y no para varios), puesto que sólo de esta forma es posible pensar en tener cierto impacto. Además, tiene que incluir análisis muy a fondo de los puntos neurálgicos del sistema de comunicación masiva vigente.

III. Una alternativa: investigación vinculada.

La realización de una investigación alternativa, esto es, de una investigación *útil* para la sociedad civil en su búsqueda transformadora, parte del auditorio y no del emisor y tiene por lo menos tres ca-

racterísticas fundamentales: la primera es que esa investigación esté vinculada en cada uno de sus elementos; la segunda, es que el conocimiento que se genere esté integrado a un sector específico de la sociedad civil. Esto es, que se haga con y para un sector concreto; y tercera, que conlleve un examen permanente de la estructura de poder de los MMC.

La integración de los distintos elementos de la investigación o *premisa epistemológica*, puede conseguirse a través de la *reflectividad* entre investigador y objeto de estudio. Por reflectividad se entiende el tránsito crítico entre marcos teóricos de investigación y análisis concreto de una problemática específica. Esta reflectividad es importante para evitar la pretendida "universalidad" de los datos empíricos y pugnar por la obtención de un conocimiento *relevante* para entender relaciones entre distintos elementos —por ejemplo, entre prensa escrita y sus lectores— en contextos históricos específicos (Sánchez, 1985). La reflectividad también es importante para evitar el tecnicismo y el empirismo en la investigación. Ambas tendencias, la empirista y la tecnicista, son reduccionistas y, por tanto, limitan la generación de conocimiento. El empirismo es reduccionista por otorgar credibilidad científica sólo a lo que es empíricamente demostrable, dejando el resto fuera de exploración y, por tanto, de explicación. El tecnicismo es también reduccionista por concentrarse en los medios solamente dejando los fines fuera de consideración. En ambas tendencias se asumen o toman por dados muchos supuestos, que nunca se explicitan (Orozco, 1986c). La reflectividad, entonces, es el camino para mantener la integración de los distintos componentes del proceso de investigación y lo que permite explicitar los supuestos y dar cuenta de la intencionalidad del investigador en la selección y definición recurrente de un objeto de estudio específico. El tránsito continuo entre la observación y la reflexión teórica permite una mayor riqueza en el análisis de los MMC y su influencia, y contribuye a evitar abstracciones.

La segunda característica o *premisa estratégica* de la investigación vinculada es la integración de la investigación a sectores concretos de la sociedad civil, *ya* sean grupos o movimientos populares. Con respecto a movimientos populares cuyos actores y objetivos son definidos dentro de y por los mismos movimientos, lo importante es el análisis de la relación concreta que se entabla con uno o varios de los MMC. El examen sistemático de esta relación y específicamente el examen de lo que ha sido denominado por Aboites (1987) "el itinerario de la comunicación" o por Fuenzalida (1987) "la historización del proceso de recepción", permite evidenciar los puntos neurálgicos de la estructura de poder en el sistema de comu-

nicación masiva. A la vez, proporciona una base más informada sobre la cual plantear alternativas para el uso transformador de esos MMC por parte de otros movimientos sociales. Análisis como el de la cobertura que los MMC hicieron del sismo de 1985 y en especial de la organización espontánea de sectores de la sociedad civil para el salvamento de los damnificados, o la cobertura y distorsión recurrente que los MMC hicieron de la contienda electoral en Chihuahua en 1986, o, más recientemente, el análisis de la relación entre los diversos MMC con el desarrollo del movimiento estudiantil universitario —en particular el uso de radio UNAM— debieran multiplicarse y convertirse en conocimiento sistemático para el diseño de alternativas de uso de los MMC por parte de la sociedad civil.

Con respecto a los sectores sociales que no están en movimiento (visible) organizado, se hace necesaria una redefinición de los criterios de demarcación de esos sectores. En este sentido, no basta la división por clases sociales, edad o sexo. Estos criterios resultan demasiado *amplios* cuando lo que se busca es plantear alternativas reales de transformación. Por otra parte, si bien estos criterios ubican grandes sectores del auditorio, lo cual es necesario, obedecen a características del auditorio externas a la relación que éste entabla con los distintos MMC (aunque esta relación en parte sea resultado de la clase, el sexo y la edad). La edad obedece al crecimiento físico, el sexo a diferencias biológicas y a una distinta socialización entre hombres y mujeres, la clase social a la posición económica. Si bien la clase social, el sexo y la edad *son criterios necesarios, no son suficientes*. Haría falta otro tipo de criterios que posibiliten identificar mejor a sujetos colectivos de investigación en MMC. Por ejemplo, la *cultura específica* de diversos grupos del auditorio, entendida como *negociación colectiva* de significados es un criterio importante, que conjuntamente a los otros, permitiría hacer disecciones más finas de los distintos sectores de la sociedad civil y profundizar más en el entendimiento de la relación que éstos sostienen con los mensajes preferentes transmitidos por los MMC. Es importante tener en cuenta que si bien para ciertos fines es posible hablar de la clase trabajadora, para fines de investigación en MMC no es lo más adecuado, dado que dentro de la clase trabajadora se dan distintas *apropiaciones* de los mensajes de los MMC, obedeciendo no sólo a la edad o sexo de los trabajadores, sino al tipo de *subcultura* a la que pertenecen (ver Matabane, 1986). Las distintas “subculturas” dentro de una misma clase social están influenciadas por las instituciones sociales, tales como la iglesia, la familia, la escuela, el grupo de amigos, el de los compañeros de trabajo o de barrio, etc. (cfr.

Orozco 1987; Charles, 1986). Esto implica reconocer explícitamente que la influencia de los MMC en una clase social es diferenciada atendiendo a la creación e intercambio colectivo de significados que un sector de la sociedad civil lleva a cabo. Como un ejemplo ilustrativo del criterio cultural está el de los "chavos banda." Con una perspectiva vinculada de investigación, se buscaría analizar y entender cuál es la relación y apropiación que este sector concreto del auditorio, diferenciado culturalmente, hace de los contenidos de los MMC.

Finalmente, la tercera característica o *premisa institucional* de una investigación alternativa es el *análisis* constante y sistemático de las distintas instituciones sociales. Por una parte, las agencias de medios. En este sentido es necesario estar permanentemente atento a diversos aspectos, entre los cuales estarían: el control político y económico de las agencias, el proceso de producción de mensajes, la forma de la distribución, el funcionamiento burocrático de las agencias, los contenidos específicos de los mensajes y la capacidad de innovación de las agencias. Estos son aspectos claves para *tomar el pulso al emisor*.

Conjuntamente al seguimiento constante de las agencias de medios está el análisis de otras instituciones sociales, como la *familia* y la *escuela*, en su relación con los medios de comunicación. La racionalidad detrás del análisis del papel de estas instituciones para entender la influencia que los distintos MMC ejercen en el auditorio, radica en que esta influencia no es *monolítica ni directa* (Charles, 1986). Está mediada de distintas maneras, entre las cuales está la acción de la familia y la escuela. Cualquier miembro del auditorio no se enfrenta con la mente vacía a un medio de comunicación, sino que se enfrenta con un acervo o repertorio de significados que ha ido adquiriendo en el seno de otras instituciones y a través de múltiples interacciones. En este sentido, el papel de la familia y la escuela (y de otras instituciones) en mediar la influencia de los MMC en sectores específicos, es importante, ya sea que estas instituciones tengan o no una estrategia de mediación o una posición definida frente a los MMC. El clima de comunicación dentro de la familia y la orientación pedagógica de las escuelas, va formando un tipo específico de interlocutor de los medios de comunicación (o pasivo o crítico, por mencionar los extremos). Por esto es importante saber cuáles son estos determinantes que modificarán la relación que un sujeto o un sector de la sociedad civil lleve a cabo con los MMC. Analizar la forma en que estas instituciones van moldeando a los auditorios es fundamental para poder entender el tipo de negociación de significados que un sector del auditorio sostendrá con los MMC. Las alternativas de transformación de las re-

laciones autoritarias no solamente deben empujarse a través de cambiar los mensajes del emisor, sino también la *acción* de otras instituciones sociales que implícita o explícitamente median la influencia de los MMC en los auditorios.

IV. Conclusión

Atendiendo a la discusión anterior, parece necesario *reencausar* el estudio sobre la influencia social de los MMC. En este esfuerzo, un tipo de investigación alternativa es aquella que parte de los auditorios, y no del emisor, y busca entender la relación específica que distintos sectores culturales entablan con los diversos MMC. Esta investigación alternativa se ha caracterizado en estas páginas como una investigación vinculada, en la que se integran intencionalidad, proceso y resultados de investigación con sectores concretos del auditorio, dentro de una perspectiva de compromiso científico de transformación de la estructura vigente de comunicación masiva.

El ejercicio de una investigación vinculada, como la que se ha propuesto aquí, implica una doble redefinición: epistemológica y de los auditorios de los MMC. Con respecto a lo epistemológico, se ha argumentado la necesidad de asumir la contextualización del diseño y construcción del objeto de estudio. En cuanto a la redefinición de los auditorios se ha sostenido que la clase social, el sexo y la edad como criterios de demarcación de distintos sectores sociales, si bien son necesarios, no son criterios suficientes para entender el tipo específico de negociación colectiva de significados. Por tanto, se ha enfatizado el criterio cultural para una mejor comprensión de esos procesos de negociación de significaciones entre auditorios y MMC. Asimismo, se ha enfatizado que una investigación vinculada debería aprovechar la energía social de distintos movimientos populares, atendiendo especialmente a la relación que estos establecen con diversos MMC. Se ha sugerido sistematizar el estudio, tanto de estas relaciones, como de las trabadas entre otros sectores del auditorio y los MMC, como una forma de "tomar el pulso" al emisor, ya que es la cobertura de los conflictos sociales donde el emisor se descubre con mayor amplitud.

Referencias

- ABOITES, H. "Medios de comunicación y organizaciones populares," UAM-Xochimilco, (manuscrito, 1987).
- ACTION FOR CHILDREN'S TELEVISION (ACT). *Fighting TV Stereotypes; an ACT Handbook*, Massachusetts, 1983.
- BAGDIKIAN, Ben H. *The Media Monopoly*, Boston: Beacon Press, 1983.
- CHARLES, M. "La escuela y los medios de comunicación social; la relatividad del proceso hegemónico," en *Perfiles educativos* (CISE-UNAM, México) 34, oct.-dic. 1986, pp. 41-49.
- COOK, Thomas, Deborah A. KENDZIERSKI y Stephen V. THOMAS, "The Implicit Assumptions of Television Research: an Analysis of the 1982 NIMH Report on Television and Behavior," *Public Opinion Quarterly*, Vol. 47, 1983, pp. 162-201.
- CURRAN, J., J. ECCLESTONE, G. OAKLEY y A. Richardson, *Bending Reality, the State of the Media*, London: Pluto Press, 1986.
- ENRIQUEZ, L., "Ver TV: veneno para la inteligencia y la psicomotricidad del niño". Ponencia presentada en el Primer Encuentro Nacional de la TV y el Niño, Morelia, Agosto, 1986.
- ESTEINOU, J., *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, CEESTEM-Nueva Imagen, México, 1983.
- "FERMENT in the Field," *Journal of Communication*, 33:3, 1983.
- FERNANDEZ-COLLADO, C., P. BAPTISTA y D. ELKES, *La televisión y el niño*, México: Nueva Biblioteca Pedagógica, 56, Oasis, 1986.
- FUENZALIDA, Valerio, "La influencia cultural de la TV," FE-LAFACS (en prensa), 1987.
- GARFINKEL, Alan. *Forms of Explanation; Rethinking the Questions in Social Theory*, New Haven: Yale University Press, 1981.
- GONZALEZ CASANOVA, P. *The Fallacy of Social Science Research*, New York: Pergamon Press, 1981.
- GREENFIELD, Patricia Marks. *Mind and Media: the Effects of Television, Video Games, and Computers*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1984.
- LANG, K. y G.E. Lang, "The New Rhetoric of Mass Communication Research; a Longer View," en "Ferment in the Field," 1983.

- MATABANE, P. "Subcultural Experience and TV Viewing," *Television and its Audience, International Research Perspectives*, BFI, London (en prensa) 1987.
- MELODY, William y Robin E. MANSELL, "The Debate over Critical vs. Administrative Research," *Journal of Communication*, Special Issue "Ferment in the Field," 33:3, 1983, pp. 103-116.
- MONTOYA MARTIN DEL CAMPO, Alberto, "Los determinantes de la información en la sociedad mexicana," *Condiciones históricas de la comunicación social*, México: Presidencia de la República, 1981, pp. 81-160.
- NIHM, *Television and Behavior, Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties*, Vol. 2, Technical Reviews, Rockville, Maryland: National Institute of Mental Health, 1982.
- OROZCO G., Guillermo, "Apuntes para un debate sobre el impacto cognoscitivo de la televisión", en *Renglones*, 1:3, ITEXSO, Guadalajara, México, octubre, 1985b, pp. 7-13.
- , "Computadoras y educación escolar; ¿una vinculación inevitable?" ponencia presentada en el Cuarto Encuentro Nacional de CONEICC, León, Gto., México, marzo, 19-21, 1986a.
- , "El estudio de los efectos de la televisión en los niños; algunos límites de la investigación tradicional", ponencia presentada en el Primer Coloquio sobre la Televisión y el Niño, Morelia, Mich., México, agosto 28-29, 1986c.
- , "Research on Cognitive Effects of Non-Educational TV; an Epistemological Discussion", ponencia presentada en la Segunda Conferencia Internacional sobre Estudios de la Televisión, Londres, Inglaterra, julio 10-12, 1986b.
- , "Research on Cognitive Effects of TV; Towards a Negativist Approach", ponencia presentada en la 36 Conferencia Anual de la International Communication Association, Hawaii, E.U.A., mayo, 1985a.
- , *Televisión y producción de significados; tres ensayos*, Cuadernos del CEIC, No. 1 Universidad de Guadalajara, (en prensa), 1987.
- POOL, Ithiel de Sola. *Technologies of Freedom*, Cambridge: Harvard University Press, 1983.
- PUTNAM, Hilary. *Reason, Truth and History*, Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

- ROWLAND, D. Willard. *The Politics of TV Violence*, Beverly Hills: SAGE Publications, 1983.
- SANCHEZ, R., "Medios de difusión, poder y democracia; notas para un marco analítico", en *Replones*, ITESO, Guadalajara, México, I:3, 1985, pp. 21-24.
- SLACK, D. Jennifer y Martin Allor, "The Political and Epistemological Constituents of Critical Communication Research", *Journal of Communication*, 33:3, 1983, pp. 208-218.
- SMYTHE, D. y T.V. Dinh, "On Critical and Administrative Research; a New Critical Analysis", en "Ferment in the Field", 1983.
- STEIN, J.W. *Mass Media Education and a Better Society*, Chicago: Nelson Hall, 1979.