

Historia y aportes sociales de la investigación de la **Comunicación en México**

Acuerdos y discusiones sobre su núcleo disciplinario

Libro Colectivo de la Asociación Mexicana
de Investigadores de la Comunicación 2015

María Rebeca Padilla de la Torre
Miriam Herrera-Aguilar
Coordinadoras

Universidad Autónoma de Querétaro
Editorial Universitaria
Colección Academia
Serie Nodos



Historia y aportes sociales de la investigación de la Comunicación en México

Acuerdos y discusiones sobre su núcleo disciplinario

*Libro Colectivo de la Asociación Mexicana de
Investigadores de la Comunicación 2015*

María Rebeca Padilla de la Torre

Miriam Herrera-Aguilar

Coordinadoras



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Dr. Gilberto Herrera Ruiz
Rector

Dr. Irineo Torres Pacheco
Secretario Académico

Q.B. Magali E. Aguilar Ortiz
Secretaria de Extensión Universitaria

Mtro. Luis Alberto Fernández García
Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Ricardo Saavedra Chávez
Coordinador de la Editorial Universitaria

José Luis Durán Olvera
Formación

COMITÉ EJECUTIVO DE ASOCIACIÓN MEXICANA DE INVESTIGADORES DE LA
COMUNICACIÓN (2013-2015)

María Elena Meneses Rocha, Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
Presidenta

María Rebeca Padilla de la Torre, Universidad Autónoma de Aguascalientes
Vicepresidenta

Erika Rueda Ramos, Universidad Nacional Autónoma de México
Secretaria del Comité Ejecutivo

Rebeca Domínguez Cortina, Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Tesorera del Comité Ejecutivo

Jorge Bravo Torres Cota, Universidad Nacional Autónoma de México
Secretario de Investigación

Vicente Castellanos, Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa
Secretario Académico

Jorge Alberto Hidalgo, Universidad Anáhuac
Secretario de Difusión

Maricela Portillo, Universidad Iberoamericana
Secretaria de Documentación

D.R.© Universidad Autónoma de Querétaro,
Centro Universitario, Cerro de las Campanas s/n,
Código Postal 76010, Querétaro, Qro., México

ISBN: 978-607-513-236-5

Primera edición, septiembre de 2016
Hecho en México
Made in Mexico

DIRECTORIO DE DICTAMINADORES

Carmen Dolores Patricia Andrade del Cid Universidad Veracruzana	Inés María de los Ángeles Cornejo Portugal Universidad Autónoma Metropolitana- Cuajimalpa
Rafael Ávila González Universidad Autónoma Metropolitana- Cuajimalpa	Salvador de León Vázquez Universidad Autónoma de Aguascalientes
Silvia Bénard Calva Universidad Autónoma de Aguascalientes	Martín Rodrigo Echeverría Victoria Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Juan Bobadilla Domínguez Universidad Autónoma de Aguascalientes	María de la Luz Fernández Barros Universidad Autónoma de Querétaro
Jorge Enrique Bravo Torres Coto Universidad Nacional Autónoma de México	María Auxiliadora Gabino Campos Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Julieta I. Carabaza González Universidad Autónoma de Coahuila-Salttillo	Jesús Galindo Cáceres Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Vicente Castellanos Cerda Universidad Autónoma de Metropolitana- Cuajimalpa	Alejandro García Macías Universidad Autónoma de Aguascalientes
Mónica Marion Cataño Otalora Universidad Javeriana, Cali	Rodrigo Gómez García Universidad Autónoma Metropolitana- Cuajimalpa
Nancy Graciela Cisneros Martínez Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Héctor Gómez Vargas Universidad Iberoamericana-León
Blanca Chong López Universidad Autónoma de Coahuila- Torreón	David González Hernández UABC/UC San Diego

María Susana González Reyna
Universidad Nacional Autónoma de México

Octavio Martín Maza Díaz Cortés
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Elvira Laura Hernández Carballido
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Norma Isabel Medina Mayagoitia
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Miriam Herrera-Aguilar
Universidad Autónoma de Querétaro

Efraín Mendoza Zaragoza
Universidad Autónoma de Querétaro

Jorge Alberto Hidalgo Toledo
Universidad Anáhuac

María Elena Meneses Rocha
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Lucila Hinojosa Córdova
Universidad Autónoma de Nuevo León

Anajilda Mondaca Cota
Universidad de Occidente-Culiacán

Ernesto Pablo Juárez Meléndez
Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez

Rosalía Orozco Murillo
Universidad de Guadalajara

Ruth Ildebranda López Landeros
Universidad Anáhuac Mayab

María Rebeca Padilla de la Torre
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Felipe López Veneroni
Universidad Nacional Autónoma de México

Laura Elena Padilla González
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Enrique Luján Salazar
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Ana Berónica Palacios Gamaz
Universidad Autónoma de Chiapas

Mireya Márquez Ramírez
Universidad Iberoamericana

Norma Pareja Sánchez
Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Lenin Martell Gámez
Universidad Autónoma del Estado de México

María Eugenia Patiño López
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Francisco Javier Martínez Garza
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Maricela Portillo Sánchez
Universidad Iberoamericana

Bianca Racioppe
Universidad Nacional de La Plata

Jerónimo Repoll
Universidad Autónoma Metropolitana-
Xochimilco

Bruno Reis
Universidad Autónoma de Lisboa

Sergio Rivera Magos
Universidad Autónoma de Querétaro

Miguel Ángel Sahagún Padilla
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Salvador Salazar Gutiérrez
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Edita Solís Hernández
Universidad Autónoma de Querétaro

Andrés Villena Oliver
Universidad de Málaga

Juan Fernando Vizcarra Schumm
Universidad Autónoma de Baja California

Índice

Presentación	13
Epistemología, teorías y conceptos clave en comunicación	
40 años de investigación en <i>Información – Comunicación</i> . Avances y cuestionamientos	23
Bernard Miège <i>Université Stendhal Grenoble III</i> Traducción: Miriam Herrera-Aguilar. <i>Universidad Autónoma de Querétaro</i>	
Una mirada epistemológica al estudio de la comunicación	45
Carlos Vidales González <i>Universidad de Guadalajara</i>	
La mediación: historia y uso de una noción entre América Latina y Europa	71
Bruno Ollivier <i>Université des Antilles</i> Traducción: Miriam Herrera-Aguilar. <i>Universidad Autónoma de Querétaro</i>	
La comunidad de investigadores de comunicación en México	
Bitácora AMIC para pensar y concertar la comunicación	99
Delia Covi Druetta <i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>	
Identidad y reconocimiento de la comunidad de investigación en comunicación en el contexto internacional	121
Aimée Vega Montiel <i>Universidad Nacional Autónoma de México</i>	

Perspectivas actuales e históricas de la investigación en comunicación

Algo sobre la naturaleza de nuestro núcleo disciplinario 139
Fátima Fernández Christlieb
Universidad Nacional Autónoma de México

Trayectorias y tensiones de la investigación sobre comunicación interpersonal e intersubjetiva en México. Un mapa de objetos, enfoques y retos 151
Marta Rizo García
Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Hacia una comprensión del arte como discurso estético 181
Vivian Romeu
Universidad Iberoamericana, Ciudad de México

Estudios mercadológicos sobre la televisión, precursores de la investigación sobre medios de comunicación en México 207
Francisco Hernández Lomelí
Universidad de Guadalajara
Raúl Fuentes Navarro
Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

Investigación y formación de comunicadores

Ser investigadores en tiempos de incertidumbre: el sinuoso camino de “los afortunados” estudiantes y egresados de posgrados en comunicación en México 233
Dorismilda Flores Márquez
Universidad De La Salle Bajío
Darwin Franco Miguez
Universidad de Guadalajara

La investigación sobre la formación de comunicadores: reflexiones, discusiones y aportes 259
Vanessa del Carmen Muriel Amezcua
Universidad Autónoma de Querétaro

- Mirada y voz sobre la importancia de la investigación en la enseñanza de la comunicación en la Universidad de Colima, México 279
Ma. Guadalupe Chávez Méndez, Armando Castañeda Morfín y Beatriz Paulina Rivera Cervantes
Universidad de Colima
- El quinto perfil de la enseñanza universitaria. Actualizando el concepto del profesional en comunicación 309
Tanius Karam Cárdenas
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
- Comentarios en torno a las historias generales del periodismo en México con las que hemos formado a los comunicadores profesionales en nuestras aulas 398
Iñigo Fernández Fernández
Universidad Panamericana, Campus Ciudad de México

Presentación

El presente libro colectivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación es el resultado de la convocatoria realizada a académicos para contestar una serie de preguntas sobre la trayectoria y la situación actual de los aportes sociales y del núcleo disciplinario de la comunicación.¹ Recopila perspectivas valiosas de investigadores del país y del extranjero sobre estas complejas temáticas y, aunque constituyen sólo una muestra de quienes atienden estos retos, plantean ejes muy claros para detonar una discusión productiva. En esta presentación se entretienen algunas de sus ideas centrales para dar a conocer los enfoques sobre cómo los autores conciben o no un núcleo disciplinario y el papel de las teorías y conceptos en ello, posteriormente se abordan sus visiones sobre la trayectoria, logros y retos que enfrentan las comunidades de investigadores, así como trabajos sobre la tarea de la investigación de la comunicación y la formación de comunicadores, tanto a nivel de posgrado como en pregrado. Se cierra revisando cómo estos autores miran el futuro y las editoras de esta publicación nos preguntamos

¹ El presente libro colectivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, se convocó en concordancia con el tema de su XXVII Encuentro Nacional, celebrado en la Universidad Autónoma de Querétaro, en el periodo de la presidencia de la Dra. María Elena Meneses Rocha y la organización de la Dra. Miriam Herrera-Aguilar.

si se mantiene el sentido de la comunicación como “un campo cargado de futuro” al cual aludió Raúl Fuentes hace ya veinticinco años.²

Sobre el núcleo disciplinario, teorías y conceptos

No es una tarea fácil contestar la pregunta sobre si existe o no un acuerdo sobre un núcleo disciplinario y en estos textos se aborda este cuestionamiento en diferentes sentidos. El acuerdo más evidente entre la mayoría de los autores es que los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación no conforman el núcleo disciplinario como objetos de estudio, ni de la investigación, ni deberían ser el centro del perfil formativo de los comunicadores, y proponen una perspectiva más amplia.

En este marco, Bernard Miège propone apropiarse del sintagma *Información – Comunicación* como guía del quehacer universitario, ya que representa de manera más clara los cuestionamientos teóricos que muchas otras expresiones. Lo anterior sin dejar de poner el acento en una perspectiva interdisciplinaria y, al mismo tiempo, de trabajar en la autonomía de la investigación; lo que significa establecer paulatinamente el reconocimiento de su objeto de estudio. Así, la investigación tendría que ejercerse de manera comprometida y versátil, pero también posicionarse en los programas universitarios de educación superior, en todos sus niveles.

Carlos Vidales entrega una revisión epistemológica sobre la naturaleza del conocimiento disciplinarizado y de tres dimensiones del campo: la conceptual que corresponde a las teorías de la comunicación, la práctica que

² El libro al que se hace referencia es *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina* de Raúl Fuentes escrito en 1991 y publicado por el Consejo Editorial de la Federación Latinoamericana de Escuelas y Facultades de Comunicación Social, FELAFACS.

implica la investigación de la comunicación y la meta-teórica centrada en una mirada transdisciplinar de la comunicación y argumenta que no se puede hablar de un solo núcleo, sino de núcleos disciplinarios de la comunicación. A pesar de la gran variedad y del relativismo teórico y conceptual que existe en la historia de la investigación en comunicación, hay ciertas tradiciones que han prevalecido, pero el centro del campo no radica en ellas sino en los objetos de conocimiento.

También de la escuela francesa, Bruno Ollivier invita a reflexionar sobre la noción de *mediación* a partir de su estatus polisémico. Desde su origen etimológico del latín, pasando por sus diferentes acepciones en español, francés, portugués e inglés, hasta una concepción filosófica en francés, expone su uso tanto en el sentido común como en el contexto académico. Con respecto de este último, deja ver que la noción navega entre la práctica profesional de mediador –ampliamente relacionada con el quehacer comunicacional– y una concepción filosófica que guía epistemológicamente a la comunicación en su quehacer “como un conjunto de procesos que permiten la creación de un vínculo social”.

Por su parte, Fátima Fernández define la centralidad de la comunicación con base en su papel en la construcción de comunidad, entendida como la donación recíproca de bienes ontológicos, lo cual es posible por la capacidad del ser humano para comunicarse a través de símbolos, sin necesariamente considerar la mediación tecnológica.

Es así como la comunicación se constituye como el centro de la topografía de la vida. Marta Rizo reitera la perspectiva del estudio sociocultural de la comunicación, señalando que el núcleo u objeto de estudio de la comunicación es la producción social de sentido y, al igual que Fátima Fernández, desde una mirada personal, da cuenta de la trayectoria y la pertinencia del estudio de la comunicación interpersonal e intersubjetiva.

Delia Cровi y Aimée Vega presentan un análisis de la trayectoria de comunidades de investigadores en México y América Latina; en las cuales, desde los primeros estudios en comunicación y en la agenda actual, ha prevalecido el interés de estudiar las prácticas comunicativas y su relación con el poder en aras de lograr sistemas de medios democráticos. De esta manera, tal como expone Carlos Vidales, el carácter de la comunicación como una fuerza social determinante definiría un núcleo disciplinar concreto: la fuerza o el poder social de la comunicación.³

El capítulo de Vivian Romeu abona a pensar que la investigación de la comunicación, no se centra necesariamente en un cuerpo de objetos de estudio claramente delimitados, como los medios de comunicación, sino en la comunicación como un proceso que constituye otros, en este caso sobre la función comunicativa del arte como discurso estético que, en su distinción con respecto a otros, conserva y reproduce el poder social.

Sobre la comunidad de investigadores

Delia Cровi pone a discusión otro aspecto a considerar sobre el núcleo disciplinario; el que lo refiere como algo que se debilita ante el vacío de una narración compartida o discutida entre una comunidad que la reconoce y en torno a la cual es posible fortalecer los procesos de identidad. Por ello, los relatos de esta autora y de Aimée Vega son valiosos, dado que recuperan la historia de la institucionalidad de las organizaciones de investigadores en México con respecto al contexto latinoamericano e internacional, preocupación que hace eco a la propuesta por Bernard Miège. Ambas autoras

³ Al leer las aportaciones de estos autores sobre la centralidad del poder en el estudio de la comunicación, éstas se relacionan con la obra de Manuel Castells *Communication Power*, traducida al español como *Comunicación y Poder* (2010).

brindan un diagnóstico de sus logros, así como de los desafíos en los planos de la docencia, producción del saber, divulgación, cambio generacional, crisis, regionalización de las discusiones y el cuestionamiento de los ejes de trabajo. Es revelador el análisis de los problemas estructurales que presenta Aimée Vega, los cuales reproducen jerarquías en el campo académico, y su llamado a que la propia comunidad de investigadores en México asuma su responsabilidad para lograr una acción científica colectiva para participar con mayor énfasis en los asuntos públicos y a nivel internacional.

En el sentido de contribuir a conformar la historia de la investigación en comunicación, Francisco Hernández y Raúl Fuentes recuperan las primeras investigaciones institucionalizadas sobre medios, sus hallazgos y, de manera muy interesante, la historia de los medios, la mercadotecnia y la publicidad en México a principios de siglo pasado.

Sobre la formación de comunicadores

En este libro se presenta un cuerpo de textos cuyo principal propósito es analizar la formación de comunicadores. Vanesa Muriel realiza un estado del arte de la investigación sobre la formación y la práctica profesional de los comunicadores y relata que, en un principio, el núcleo central de ésta se situaba en las llamadas ciencias de la comunicación y cinco núcleos periféricos: periodismo, diseño, publicidad, relaciones públicas y educación. Tanius Karam propone integrar, de acuerdo con la idea de Weber, un “tipo ideal” del perfil del comunicador. Reflexiona sobre el núcleo disciplinario no a partir de las discusiones epistemológicas sobre la disciplina o las teorías de la comunicación, sino sobre los tipos o modelos que pueden distinguirse entre la

diversidad de los perfiles profesionales que han sido adoptados para orientar la formación de comunicadores, con base en ellos conforma un “quinto perfil” orientado más hacia la generación de estrategias que de mensajes.

Se cuestiona tanto el núcleo disciplinario de la comunicación como la formación de los estudiantes centrados sólo en las prácticas de producción de los medios masivos. Marta Rizo señala la falta de una formación más allá de ello, que incluya los fenómenos comunicativos interpersonales y, por su parte, Tanius Karam precisa que los cambios en la comunicación contemporánea demandan un perfil profesional del comunicador más amplio. Guadalupe Chávez, Armando Castañeda y Beatriz Rivera examinan, a través de representaciones sociales de los alumnos e investigadores, el papel de la investigación en este perfil, argumentando la necesidad de apropiarse de otros saberes. Complementa esta perspectiva el trabajo de Iñigo Fernández que revisa once historias del periodismo; las cuales desde su óptica aportan a comprender aspectos estructurales vinculados a contenidos y formatos y no al análisis del periodismo como una ocupación que sería de mayor pertinencia para la formación de estudiantes en comunicación.

El futuro

Los capítulos que aquí se reúnen tienen en común ofrecer importantes propuestas para el futuro del campo y la investigación en comunicación. Sobresale el señalar la capacidad de generar comunidad, en el sentido que explica Fátima Fernández y, asimismo, en el plano de la responsabilidad de las asociaciones de investigadores tal como lo plantean Delia Covi, Aimée Vega y Bernard Miège. Esto se vuelve indispensable para promover la confrontación sana entre la teoría y el trabajo empírico, el debate entre

colegas y la reflexión sistemática y compartida, como argumentan Carlos Vidales y Bernard Miège, para lograr una producción conceptual y un desacuerdo productivo que logre el avance sólido de la investigación en comunicación. Otra coincidencia es el generar caminos y metodologías más rigurosos para abordar los objetos de estudio de manera interdisciplinaria como lo proponen Bernard Miège, Delia Crovi, Fátima Fernández, Marta Rizo, Dorismilda Flores y Darwin Franco, o de objetos de conocimiento de manera transdisciplinaria, de acuerdo a Carlos Vidales.

Dorismilda Flores y Darwin Franco sistematizan las experiencias de una muestra de jóvenes investigadores en nuestro país y señalan que éstos claramente asumen el reto de comprender el campo de la comunicación como indefinido, en discusión y construcción continua, trabajando en su consolidación a través de la apertura a la interdisciplina y del compromiso de realizar investigación de calidad y significativa. En el texto de estos autores se menciona varias veces la palabra “futuro” y concluyen que a pesar de las difíciles e inciertas condiciones en las cuales estos jóvenes inician su trayectoria y toman el relevo en el estudio de la comunicación, sin duda alguna manifiestan que el campo es uno “cargado de fortuna”. Al respecto, a través de la lectura de los capítulos que integran la edición de este Libro Colectivo AMIC, las coordinadoras estamos de acuerdo con una perspectiva de esperanza, pero sin dejar de lado la necesidad de trabajar colectivamente en las problemáticas sobre el campo que señalan los autores de esta obra, para que ésta sea una realidad. Como bien señala Bernard Miège, “tenemos mucho por hacer en este sentido”.

Cerramos esta presentación con una invitación para leer los valiosos contenidos que siguen y con un agradecimiento a la AMIC que, a través de María Elena Meneses, nos otorgó su confianza para integrar esta obra colectiva; misma que no habría sido posible sin la participación de los

más de treinta autores que enviaron sus propuestas y los más de cincuenta investigadores que colaboraron realizando dictámenes. Asimismo expresamos nuestro reconocimiento al esforzado trabajo de Mónica Cervantes y de Paola Santamaría, en las tareas de sistematización de los archivos, revisión y corrección de los textos y a la Editorial Universitaria de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Rebeca Padilla y Miriam Herrera-Aguilar

*Coordinadoras del Libro Colectivo de la Asociación
Mexicana de Investigadores de la Comunicación 2015*

**Epistemología, teorías
y conceptos clave en
comunicación**

40 años de investigación en *Información – Comunicación.* Avances y cuestionamientos

Bernard Miège¹

Traducción: Miriam Herrera-Aguilar

Introducción

En el momento en que me invitaron a dictar la conferencia inaugural del XXVII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, en la Universidad Autónoma de Querétaro, acepté con mucho gusto y gran interés dados los intercambios que prometían concretarse en este ejercicio. Sin embargo, después de reflexionar, debo confesar que se presentaron ciertas aprensiones para abordar el tema que en su momento fue convenido: cuatro décadas de investigación en comunicación; esto porque, aunque sea muy pertinente, tal tarea es inalcanzable para un solo universitario. Lo anterior debido a que, por un lado, las producciones científicas se han multiplicado alrededor del mundo a partir del presente siglo y, por otro, las temáticas tratadas en los trabajos de los investigadores se han diversificado.

¹ Profesor emérito de la Université Stendhal Grenoble III, [GRESEC] F-38040. La obra más reciente del autor: (2015) *Contribution aux avancées de la connaissance en Information - Communication*. Bry-sur-Marne: INA Éditions, Col. Médias essais. Bernard.Miege@u-grenoble3.fr

Considero que tal recuento estaría, sin duda, al alcance de las principales asociaciones internacionales de investigadores, el problema es que éstas no cuentan con los medios para impulsarlo debido a que se mantienen marcadas por su historia y no son lo suficientemente representativas ni en el plan geográfico ni en lo que concierne a las temáticas que abordan. Hay que agregar que incluso los reagrupamientos regionales tienen una eficacia desigual en la activación de la reflexión común sobre la *Información – Comunicación*; es apenas recientemente que, en América Latina, se han dado los medios organizacionales e intelectuales para continuar realmente el avance de las investigaciones y la difusión de sus principales resultados. Aun así, los intercambios entre los investigadores son numerosos y de diversa naturaleza, los trabajos circulan cada vez más, las publicaciones han crecido incontestablemente y son muchísimo más accesibles.

Si me arriesgo a esbozar un recuento, o más bien a dar pistas para llegar a éste, es ciertamente con una gran prudencia metodológica. Lo hago, sobretodo, porque sé que para cada uno de nosotros es esencial, siempre, situar nuestras investigaciones en un contexto, no sólo que las rebase sino que las pueda cuestionar. De hecho, desde hace un poco más de 40 años –¡no es casualidad que éste sea el período elegido para hacer un esbozo de recuento!– estoy implicado de cerca en lo que hoy nos interesa; he viajado e intercambiado y mis publicaciones han circulado. Sin embargo, al igual que ustedes como latinoamericanos, sin duda, yo también, como europeo, me he sentido constantemente al margen del centro de la producción científica mundial; a saber, el espacio lingüístico-cultural angloamericano y particularmente el rol que juegan los Estados Unidos de América en éste. Pero ya regresaré sobre las razones de esta marginalidad en la conclusión.

Antes de iniciar con mi tema propiamente dicho, permítame recordar que, en 2002, también formé parte de una reunión organizada por la AMIC,

de la cual conservo un excelente recuerdo. Ésta se dio en el marco de una cooperación entre la AMIC y la SFSIC, la Asociación Francesa de Ciencias de la Información y la Comunicación; en aquella ocasión lo que se me pidió era menos ambicioso y más sencillo para mí, ya que se trataba solamente de puntualizar sobre la investigación en Francia.

La confirmación de rasgos característicos que son al mismo tiempo adquisiciones y fuente de cuestionamientos

En este marco, me parece pertinente presentar las principales características de la investigación en *Información – Comunicación* según las siguientes seis direcciones:

Una investigación más autónoma

Lo que se confirma progresivamente y de manera clara a lo largo de estas últimas décadas es la producción de una investigación que trata específicamente sobre las cuestiones de los medios, de la mediatización y de la información (en sus diferentes dimensiones). Este hecho es un logro que ya no tiene retroceso, lo suficientemente extendido por doquier. Lo anterior frente a lo que prevalecía a mediados del siglo precedente, a saber, la aplicación de algunos grandes paradigmas o teorías generales que conducían a un tratamiento relativamente dominante de todo lo que se desarrollaba en *Información – Comunicación*: tanto a partir de la concepción funcionalista de los medios masivos, como del estructuralismo o de la cibernética, o incluso de teorías lingüísticas y, de diferente manera, de los enfoques microsociológicos sobre el rol de la comunicación en la construcción de lo social.

Sin embargo, estos grandes paradigmas, cualquiera que sea la pertinencia de las críticas que les han sido dirigidas, se mantienen activos; de manera más notable en los contextos profesionales donde continúan expresándose bajo formas renovadas. Incluso, si de alguna manera éstos han sido descalificados por los trabajos de investigación que se han dado por objetivo estudiar finamente las estrategias de los actores de la comunicación y sus contribuciones dentro de las asociaciones y las organizaciones, estos últimos, por su parte, efectivamente autónomos en la actualidad con respecto de las concepciones anteriores demasiado generalizantes, todavía sufren de una falta de puntos de referencia reconocidos universalmente en cuanto a su propio objeto:

- No solamente las denominaciones establecidas y las modalidades según las cuales se presentan los estudios en comunicación varían en los diferentes continentes y países (¿Estudios de medios? ¿Comunicación moderna? ¿Información y comunicación?...), sino que las reflexiones propiamente epistemológicas sobre su objeto (¿Se trata de un campo, de una perspectiva transversal, de un sector?) están hoy, de hecho, en retroceso con respecto de sus aportes al conocimiento. Las razones de esto aparecerán con mayor claridad un poco más adelante y se sustentan en la complejidad de procesos tanto cognitivos como institucionales en la formación de la disciplina, así como en la fuerte pugna entre las ya existentes y las nuevas; una complejidad que es evidentemente difícil interpretar a escala internacional.
- También debe tomarse en cuenta el hecho de que las cuestiones abordadas por los investigadores en *Información – Comunicación* actualmente son aquellas que concentran desafíos mayores, tanto económicos como políticos o tecnológicos. Sin embargo, algunas de estas cuestiones han dado lugar, por ejemplo, a diversos “grandes

proyectos” mundiales, particularmente a la iniciativa de poderosas organizaciones internacionales; a saber, Autopistas del Información, Sociedad de la Información, Diversidad de Expresiones Culturales, Industrias Creativas, etc. Es así como nos explicamos que estos proyectos interfieran regularmente en la agenda de las investigaciones y, sobre todo, que las hayan llevado, sistemáticamente, a distanciar sus análisis y proposiciones de los cuestionamientos científicos.

Una investigación atenta a las innovaciones y mutaciones

A excepción de la historia y otras cuantas áreas del conocimiento, sobretodo en ciencias humanas y sociales, es difícil encontrar una disciplina que no sea sensible a la modernidad y a las nuevas tecnologías, así como a las prácticas emergentes que se concretan gracias a estas últimas. Aunado a lo anterior, por su parte, los financiamientos concursables para desarrollar investigaciones favorecen esta inclinación ampliamente aceptada, sobre todo con el objetivo de hacer funcionar programas de desarrollo tecnológico, además de medidas para impulsar nuevas producciones. De manera general, los jóvenes investigadores –aunque no sólo ellos– son quienes, principalmente, comparten tal orientación en sus trabajos y voltean con buenos ojos hacia el futuro. Pero, en tal marco, existe el gran riesgo de, primero, proyectarse solamente hacia el avenir y, después, fundar la investigación únicamente sobre una visión prospectiva-anticipadora, donde la utopía se distingue poco de la observación de las estrategias de los actores sociales.

Dado que, desde finales de los años setenta, la *Información – Comunicación* está comprometida con un movimiento continuo y cada vez más acelerado de innovación tecnológica (*i.e.* toda una serie de innovaciones de productos regulares que forman parte, a su vez, de una novedad más radical que se

resume bajo el término simplificador de digital o numérico), ésta se proyecta como un terreno favorable para desplegar el determinismo tecnológico o, en todo caso, para que ahí se exprese, significativamente, un enfoque poco lúcido sobre las relaciones que se establecen entre desarrollo técnico y desarrollo sociocultural.

Debemos señalar que un número importante de investigadores se ha ocupado en posicionar prospectiva y lúcidamente las innovaciones propiamente técnicas, las mutaciones de las prácticas y estrategias de los actores, así como los cambios de todo tipo que se observan o que simplemente estaban anunciados. En este marco, si hubiera que citar un ejemplo –criticable– de esta manera de proceder, podríamos evocar la temática de la formación de los usos de (muchos) útiles o herramientas técnicas; la cual se muestra frecuentemente desconectada del conjunto de la cadena de producción de valor y de sus estadios sucesivos: creación-concepción, fabricación, distribución, etc.; lo que ha llevado a sobreestimar el rol de los consumidores-usuarios, principalmente de los primeros, en la formación de los usos.

Entendámonos: al vivir un periodo (aún no acabado) de particular auge en lo que concierne al desarrollo de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) y de los nuevos medios, los investigadores en *Información – Comunicación* están justificados a seguir de cerca este movimiento casi mundial. Sin embargo, tal seguimiento debe hacerse, no para describirlo o para intentar anticipar su curso, ni para buscar argumentos encaminados a la formación de nuevos mercados (puesto que esa es tarea de los especialistas del *marketing*), sino para incorporarlo, por ejemplo, a algunas de las grandes “lógicas sociales de comunicación” ya conocidas: mediatización de las instancias de mediación, individualización y diferenciación fina de las prácticas informacionales y culturales, industrialización, entre otras; lo que

hubiese tenido la ventaja de posicionar las nuevas prácticas en relación a la historia de los medios y las mediaciones. Sin duda alguna, reconocemos que una parte de investigadores estuvo, en su momento, muy de acuerdo con las tesis “futuristas” de algunos pensadores o ensayistas de la nueva comunicación y, de *facto*, en sinergia con los elementos promocionales de estas herramientas, tal y como lo hacían sus propios constructores.

Una investigación orientada con base en el trabajo de campo y acciones identificadas

En este sentido, el progreso es notable. No se trata necesariamente de una decisión hecha de manera consciente por las diferentes comunidades científicas o por los grupos de investigación; en realidad, toda una serie de elementos ha contribuido a obtener este resultado: la apertura de plazas para nuevos profesores-investigadores, por consiguiente, más jóvenes; la necesidad de los estudiantes de doctorado y jóvenes doctores de mostrar sus competencias y darse a conocer; la disponibilidad de contratos y becas de investigación que privilegian los proyectos de trabajo relacionados con las mutaciones y las demandas de los medios profesionales; la organización de colectivos de investigación; la multiplicación de seminarios, jornadas de estudio y coloquios de investigación; el desarrollo de revistas especializadas que, en su gran mayoría, se caracterizan como revistas científicas (con comités de lectura, periodicidad garantizada, etc.); así como la internacionalización regular de la actividad científica.

Es cierto que los elementos enumerados se encuentran en muchas otras disciplinas, la diferencia –no obstante– es que, en una disciplina nueva que investiga e interviene sobre cuestiones de actualidad o relativamente valorizadas, había como una especie de obligación de distinguirse de los

discursos sociales y de producir resultados; mismos que buscaban ser tomados en cuenta tanto en las carreras universitarias (puesto que los estudiantes adscritos a las disciplinas vigentes estaban lejos de haber concretado tal convicción, a lo que se agregaba una competencia por los recursos) como en las relaciones con profesiones hasta cierto grado no confiables (como es el caso de los profesionales de los medios) o poco convencidas anticipadamente por el ejercicio de una investigación diferente a la tecnológica (como es el caso de los profesionales de la informática). Sin una investigación probada y progresivamente considerada como legítima por la comunidad universitaria, no se podía prever ningún reconocimiento a corto plazo. Así, el camino elegido por una mayoría, a saber el desarrollo de trabajos que mezclan la recolección de datos empíricos a través del trabajo de campo y una elaboración teórica, se reveló como el más acertado.

Quizá sólo se trata de una tendencia, lo creo con convicción, pero ésta debe ponerse en relación con la pluralidad de situaciones nacionales existentes; lo que no significa necesariamente que ello sea una garantía contra los riesgos, muy presentes, de parcelación y de dispersión. Si bien esta manera de funcionar ha presentado ciertas ventajas para el avance de conocimientos, también ha favorecido la constitución de microespecialidades, aspecto que no necesariamente deja de tener inconvenientes, principalmente en lo que concierne a la limitación de confrontaciones y la no-participación en la elaboración de propuestas más generales.

En las universidades norteamericanas (de manera diferenciada de norte a sur), españolas, alemanas e italianas, se observan otras tantas especificidades, generalmente desprendidas de momentos históricos precisos. Por ejemplo, en Estados Unidos, los departamentos de comunicación ofrecen, muchas veces, programas de enseñanza que en otros países pertenecen a las humanidades (modernas y ahora digitales).

En América Latina, estos mismos programas de estudio han sido creados para ocupar un espacio que, en otros lugares, corresponden a la sociología.

Debemos también hacer notar que las denominaciones de las disciplinas no están unificadas, y tampoco tienen por qué estarlo. Sin embargo, eso no impide formular una constatación esencial: a partir de los años setenta (e incluso antes en ciertas universidades norteamericanas), en las universidades se desarrollaron formaciones nuevas, en parte con orientación profesional y al mismo tiempo asociadas a actividades de investigación en materia de información y comunicación. En este contexto, la madurez de las TIC, vivida a partir de los años noventa, les ha dado un cierto impulso; de manera que hoy la oferta de estos agrupamientos disciplinarios o interdisciplinarios es casi mundial.

No obstante, a pesar de las tentativas y los desconocimientos permanentemente manifiestos, las ciencias humanas y sociales de la información y la comunicación (que es precisamente lo que nos ocupa) no han sido fundidas ni absorbidas por las ciencias en tecnologías, a veces denominadas STIC (Ciencias de las Tecnologías de la Información y la Comunicación por sus siglas en francés). Por el contrario, las primeras se han convertido progresivamente en una disciplina y son reconocidas como tales, incluso si aún conservan las huellas de su origen *inter* o *pluri* disciplinar.

Es así como se explica que la interdisciplinariedad haya venido a marcar profundamente las investigaciones en *Información – Comunicación* y que los profesores-investigadores formados en esta disciplina, (aún) nueva, sean los más indicados para tratar con mayor pertinencia los fenómenos de mediatización en las sociedades y en las organizaciones; los otros, ya sea lingüistas, politólogos, historiadores, economistas o incluso sociólogos, permanecen la mayoría de las veces adscritos a las problemáticas de sus propias disciplinas al momento de tratar fenómenos informacionales y comunicacionales.

Sin embargo, continuamente, la perspectiva interdisciplinaria debe probar su propensión a abordar la *Información – Comunicación* en sus diferentes dimensiones. Aspecto que no es fácilmente admitido por dos razones esenciales: por una parte, metodológicamente, en un programa de investigación, la coexistencia de un recurso utilizable por dos o más disciplinas, así como la preocupación de tomar en cuenta diferentes dimensiones de los fenómenos (como por ejemplo, desde la concepción y la creación, hasta la producción, la difusión, la distribución y el consumo), son una práctica poco fácil; por otro lado, debido incluso a los conflictos de influencia y a las luchas de poder que tienen lugar en la esfera académica, y que se ven traducidos en la repartición de los recursos, los avances en materia de interdisciplinaria y de intercambios teóricos se encuentran regularmente cuestionados por concepciones mono-disciplinares o mono-teóricas de aquellos, advenedizos, que apenas recientemente han descubierto la importancia social de la *Información – Comunicación* en las sociedades contemporáneas.

Una investigación que tiene dificultades para difundirse y darse conocer

Puede parecer paradójico decir que las publicaciones científicas se han desarrollado de manera acelerada y que, al mismo tiempo, la difusión de los conocimientos es aún insuficiente. Pero la paradoja sólo es aparente. Primero, si la progresión de los conocimientos producidos es efectiva, nada asegura que su tasa de progreso permita ubicar a la *Información – Comunicación* entre las disciplinas que conocen uno de los más fuertes avances; incluso si ésta, podemos decir, es una hipótesis verosímil. De hecho, no hay datos disponibles y, muchas veces, con los que se cuenta, no distinguen entre los trabajos que tienen su origen en la *Información – Comunicación* y los que provienen de otras disciplinas desarrolladas anteriormente o sólo ofrecen medidas parciales. De todas formas, sabemos que el conjunto de la producción científica, publicada principalmente bajo

la forma de artículos, ha conocido un gran avance en el último periodo.

Pero principalmente, si a este progreso de conocimientos en *Información – Comunicación* parece no corresponder una difusión suficiente o satisfactoria, esto no es debido a lo que sucede en el ambiente académico, sino debido –considerablemente– a lo que pasa en las organizaciones y los contextos profesionales, así como en el espacio público a través de los medios. Dicho de otra manera, nos dirigimos a constatar que los medios, en su diversidad, dan preferencia a los discursos de publicistas o de expertos; especialmente a aquellos ampliamente tecno-deterministas o prospectivos. En esas condiciones, es muy probable que los conocimientos académicos tengan, en estos espacios más que en otros, mayores dificultades para ser valorizados. Otros factores explican esta desigualdad constante, particularmente: por un lado, el hecho de que los profesionales de los medios se sientan ellos mismos poseedores de este saber especializado; por otro lado, la débil percepción (o conciencia) por parte de los ciudadanos, de la complejidad de las cuestiones sociales que residen en el dúo *Información – Comunicación*, tratada fuera de la prensa y de los medios de radiodifusión.

Una investigación que está lejos todavía de haber impuesto su marca en los programas de formación de educación superior

Si bien la difusión, encaminada a dar a conocer los resultados de investigaciones académicas a los profesionales y principalmente a la sociedad, debe ser una preocupación de los investigadores y las asociaciones científicas, también es nuestra obligación ver qué está pasando en los programas de formación de educación superior, tanto en los de orientación profesional como en las formaciones más generales. Sin embargo, mientras que esto debería darse de manera natural, tal difusión, tal irrigación o diseminación –podríamos decir– está lejos de haberse concretado. Lo

anterior, es verdad, con importantes variantes, puesto que el ejercicio de la investigación se acentúa de manera natural en función de los grados universitarios: ésta es más evidente en postgrado, el llamado tercer ciclo en Europa, que en los anteriores. No obstante, debemos señalar que la investigación está mucho más presente en ciertas especialidades que en otras: por ejemplo, se ejerce más en el caso de la información científica y técnica (donde muy seguido aparecen prácticas académicas cercanas a las que están vigentes en las ciencias físicas, matemáticas o informática) que en el caso de información periodística (donde los profesionales se mantienen fieles a un modelo de información que tiene su origen en teorías jurídico-políticas y, al mismo tiempo, asumen garantizar la formación más que la transmisión de competencias profesionales), menos aún en los programas universitarios encaminados a formaciones sobre realización audiovisual y multimedia, ofertados por escuelas de arte y diseño, donde la investigación es una preocupación bastante secundaria.

Pero, aunque podamos obtener aprendizajes generales al respecto, lo que llama la atención son las diferenciaciones entre los diversos países y regiones del mundo. Así, contrariamente a lo que se observa en Norteamérica y Europa, donde actualmente se han puesto en marcha poderosos alicientes para la producción científica (y donde las carreras de los universitarios están cada vez más bajo la dependencia de la insistente presión: *publish or perish*), en grandes países como la República Popular de China, donde se ha reorganizado y puesto en marcha un importante dispositivo de formación superior, éste parece funcionar sin mucha relación con la investigación e incluso con la reflexión teórica, organizadas de manera separada; y esto está lejos de ser un ejemplo único. En este marco, de manera general, me parece que nos encontramos frente a una obligación imperante para la *Información – Comunicación*: si bien la investigación es indispensable para su reconocimiento (y evidentemente para avanzar en los conocimientos),

correlativamente, es esencial que la difusión de los resultados de tal investigación se refuerce, también a través de la formación.

Y, la insistencia sobre tres proposiciones fundamentales

Como prometido, no me he limitado solamente a la formulación de constataciones; obsérvese, he puesto sobre la mesa ciertas proposiciones que en este momento basta recordar de manera sintética:

- Mantener la autonomía de la investigación;
- poner un acento razonado sobre las innovaciones y las mutaciones;
- dar prioridad a los trabajos de campo y a las acciones de impulso a la investigación;
- mantener el acento en una perspectiva interdisciplinaria;
- poner en marcha el necesario refuerzo de la difusión y la diseminación de los resultados de investigaciones; y
- hacer coincidir la investigación y la formación universitaria.

Con base en lo anterior, ahora puedo insistir en otras tres proposiciones más fundamentales.

Una articulación a fortalecer entre Información y Comunicación

La *Información – Comunicación* debe ser entendida no como una dimensión antropológica *per se*, y por consiguiente transhistórica, sino como un hecho de sociedad relevante, históricamente situada y en vías de universalización parcial. Sin embargo, aunque ésta se inscriba en la historia de las sociedades y forme parte de su gestión, esto no tiene que ver con su alcance o efectos;

esta precisión es importante debido a que ciertas teorías pretenden dar cuenta de tal situación, más o menos de forma integral, aun cuando se mantienen inspiradas por una visión transhistórica, casi a una escala de porvenir humano.

Esto puesto sobre la mesa, toca decir que la mayor parte de las perspectivas contemporáneas (y, como ya se ha señalado, tanto las agrupaciones académicas y las denominaciones de las disciplinas) no vinculan los fenómenos informacionales y comunicacionales; lo que éstas tratan se concreta la mayoría de las veces en expresiones o sintagmas como comunicación moderna, comunicación social, comunicación mediática, comunicación mediatizada, comunicación en red, medios sociales, info-documentación, etc. y, a veces, bajo formas triviales como *info-com*. Incluso el acrónimo TIC, proveniente tanto de las telecomunicaciones (y de las industrias de redes), como de las industrias de la programación o *software*, se ha difundido ampliamente sin una argumentación profunda de las relaciones entre los fenómenos implícitos; a lo sumo, desde una óptica muy funcionalista, el inventario de las tecnologías que lo acompañan generalmente agrupa aplicaciones que entran en una, en otra o en ambas categorías, con –por cierto– una visión casi exclusivamente cibernética de la información.

Es así como nos explicamos que las investigaciones de tipo bibliométrico hayan encontrado y sigan encontrando muchas dificultades para identificar el objeto que está, no obstante, en el corazón de las mutaciones de las sociedades contemporáneas, pero cuya emergencia data apenas, a lo sumo, de mediados del siglo pasado.

Así, la articulación entre *Información y Comunicación* se mantiene como una proposición mal comprendida y ello da lugar aún a muchas confusiones.

Ahora bien, la información no puede no ser comunicada, puesto que es fundamentalmente el contenido cognitivo de los soportes y de las acciones de comunicación. A partir de esto, comprendemos mejor cuánto, en el periodo actual, la articulación entre *Información* y *Comunicación* ha tendido a complejizarse.

Los soportes técnicos de comunicación se han multiplicado y con ellos los medios de acceso a la información, cada vez más individualizados, lo mismo que las modalidades de producción de esta última. Sin embargo, también debemos insistir sobre las transformaciones de la información, puesto que éstas, por cierto, empezaron mucho antes de la explosión de las TIC. Más o menos en todas partes, la información de la prensa, dicho de otra manera, la información editada y validada por el empleo de técnicas de redacción que, al mismo tiempo, responden a una deontología profesional forjada desde hace aproximadamente dos siglos, ya no cuenta con la supremacía que hizo suya durante casi todo el siglo XX, incluso si ésta conserva una importancia socio-simbólica y política real.

Actualmente, los investigadores tienen como reto prioritario vincular *Información* y *Comunicación*. Como ejemplo similar se puede citar el análisis de la evolución de la información científica y técnica, misma que no puede ser comprensible si se continúa viéndola en el marco reductor de la biblioteconomía o incluso del *marketing* de servicios. Se puede evocar también la información de prensa o la edición del libro, que no sólo sufren los efectos de la llegada de lo digital, como se tiene tendencia a pensar, sino que además son llamados a funcionar (y ya comienzan a hacerlo) según las modalidades organizadas principalmente por las redes socio-numéricas y las plataformas digitales; de hecho, señalaremos más adelante el rol decisivo de estas mismas redes sociales digitales en la comunicación política y la comunicación comercial. Cabe señalar que articular o vincular no equivale

a “hacer depender” o a “ubicar bajo la dependencia de”; tal articulación necesita buscar en todo momento las interacciones entre los elementos, dentro de toda la complejidad de las relaciones entre actores sociales.

Retomemos la cuestión delicada de la designación del objeto central de nuestros trabajos. Hace más de diez años yo había sugerido que era oportuno anclarse, de ese momento en adelante, al *sintagma Información – Comunicación* (con un guion que no fuera de unión); sintagma que articula, bajo modalidades definibles, dos conceptos clave, y que debe considerarse como más representativo de nuestros principales cuestionamientos teóricos que muchas otras expresiones, a menudo de sentido común, con las que compite. Diez años más tarde, por lo menos en Francia, observamos que esta sugerencia es cada vez más aceptada, sobre todo en los contextos académicos, pero que el empleo del guión están lejos de haberse generalizado; la confusión con el guión corto que une y el largo que vincula o articula sigue vigente. Si bien el avance en tal articulación está lejos de pasar desapercibido, todavía hay mucho por hacer para que ésta se expanda.

Los retos científicos primordiales

Si bien la articulación entre *Información* y *Comunicación* es algo que debe estar en el centro de las preocupaciones de los investigadores en el período actual, eso no significa que no haya cierto avance al respecto, mismo que se encamina a una profundización en los objetos de investigación emprendidos o en vías de estarlo. A pesar de ello, existen otras preocupaciones pues, hasta hoy, no hay ningún acuerdo lo suficientemente fundamentado –tanto en el plano teórico como desde el punto de vista del reconocimiento social– sobre el hecho de saber si este objeto debe ser calificado de campo social, de sector (en el sentido macroeconómico), de paradigma transversal, o corresponde

solamente a un conjunto de técnicas de intervención social, inmateriales y ahora digitales (o digitalizadas). La indecisión permanece, pero esta indecisión es preferible a los golpes teóricos forzados a los que estábamos acostumbrados, de los cuales había que criticar sistemáticamente tanto las ambiciones desmedidas como la poca aptitud para orientar los procesos de investigación.

Si tuviera que precisar las orientaciones para prescribir la articulación entre *Información* y *Comunicación*, pondría por delante los siguientes ejes, no sin precisar que están sesgados por mis preferencias intelectuales y que, por supuesto, pueden agregarse otros.

- La inscripción en la historia de las mediaciones socio-simbólicas y su progresiva mediatización, en la medida en que las mutaciones actuales, por muy innovadoras que parezcan, traen consigo la marca de evoluciones pluriseculares que los actores sociales continúan asumiendo y a las cuales se adaptan más o menos.
- La confrontación entre las industrias de redes, de materiales y de contenidos (culturales e informacionales); dado que ya no se trata, en lo absoluto, de coordinación o de complementariedad entre éstas (como se había previsto de manera imprudente), sino que además esta confrontación influencia profundamente el movimiento de industrialización que se expande sobre casi todo el planeta.
- Las modalidades contemporáneas del espacio público, que actualmente es más complejo y no se limita a un espacio de debates relacionados con la escena política, que se encuentra fragmentado, sometido a las presiones de los dispositivos del Estado (principalmente a través de la comunicación pública) y, al mismo tiempo, presenta un carácter más societal; esto último en función de los compromisos que actualmente son favorecidos por los ciudadanos y los actores de la sociedad civil.

- El tejido en red de las actividades y de las relaciones sociales: lejos de haber seguido las vías previstas, su aporte a las estructuraciones sociales es muy difícil de aprehender dado su rápido crecimiento y debido a que se acompaña de estrategias político-comerciales de envergadura.

Una metodología que busca vincular, lo más posible, diferentes dimensiones

¿Es concebible que ciertas prescripciones de orden metodológico valgan para el conjunto de la *Información – Comunicación* mientras que sus terrenos de investigación son cada vez más numerosos y diversos, y que las técnicas de investigación –a excepción de algunas recientes técnicas de recolección de datos vía Internet– son, las más de las veces, retomadas de otras disciplinas? A esta pregunta, me parece, debemos dar una respuesta indudablemente positiva. En efecto, en las problemáticas de investigación, el acento debe estar puesto, cada vez con más insistencia, sobre aquello que podemos designar como *interdimensionalidad*, misma que busca vincular las siguientes dimensiones:

- las estrategias de las principales industrias de la comunicación, tanto las industrias de materiales como las industrias de redes;
- las estrategias de los difusores y productores o editores de contenidos y, enseguida, las contribuciones que los artistas, intelectuales y especialistas de la información han hecho a la concepción de esos mismos contenidos (es decir, la fase de concepción o de creación);
- las tendencias estructurantes de las prácticas culturales e informacionales y, particularmente, la expansión de los consumos mercantiles individualizados;

- aquello que, en los cambios observados, podemos atribuir a determinaciones técnicas; principalmente los usos que se forman a partir de estas herramientas;
- y las actividades de recepción, de apropiación y de reinterpretación de los contenidos por parte de sus destinatarios.

Es a partir de los trabajos que tratan sobre las industrias culturales que me pareció particularmente pertinente vincular estas diferentes dimensiones, además de que este postulado metodológico tendría que extenderse a otros enfoques o perspectivas. Esto debido a que, hasta hoy, en un análisis de los fenómenos recolectados, esas dimensiones estaban muy seguido separadas unas de otras e, incluso, eran objeto de tratamientos fragmentados que llevaba a los especialistas a repartirse los temas competentes: así, se estudian las estrategias de grupos mediáticos sin vincularlas a las tendencias marcantes de las prácticas culturales de los telespectadores; hay quienes se interesan en las evoluciones de la creación artística o intelectual independientemente de las mutaciones propias de las herramientas de acceso a esos productos; incluso se hace, de la recepción de contenidos o de la formación de los usos, una actividad que funciona *per se*, independientemente de otras dimensiones y, además, sin ponerlas en relación con las estrategias de los actores dominantes como son los productores.

Es cierto que esta perspectiva, si bien se impone con fuerza en el contexto actual, nos pone en problemas difíciles al momento de afinar las estrategias de investigación; además implica que los investigadores dispongan o puedan disponer de competencias variadas y asocien técnicas de investigación diferentes. Sin embargo, lo anterior no es una razón para esquivarla.

Conclusión

En cuarenta años, la investigación en *Información – Comunicación* ha sufrido transformaciones decisivas, cuyo recuento me he esforzado de hacer. Ésta ha crecido en grandes proporciones y se ha diversificado de manera amplia, tanto temática como teóricamente; en la medida en que podamos evaluarla, la calidad de los trabajos se ha ido concretando de mejor manera. Pero esos criterios no son suficientes para definir las tendencias que van dejando huella. Hay que tomar en cuenta, por ejemplo, que en 1975, la supremacía estadounidense era manifiesta (al tiempo que era objeto de una fuerte crítica de conjunto que tuvo como resultado la reivindicación de un NOMIC: Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación); y esto se debía sobre todo al hecho de que los Estados Unidos estaban en el origen de los grandes esquemas de interpretación y jugaban un rol motor en la difusión de la ideología liberal y en la circulación de productos, tanto en materia de información (a través de las grandes agencias de prensa) como de cultura (vía el cine y la música populares).

Hoy, en un contexto económico-político muy diferente, si la supremacía estadounidense perdura, incluyendo lo que respecta a la producción y circulación de conocimientos, esto se debe, primero, a que la hegemonía americana sobre las industrias de la comunicación (y en menor medida sobre las industrias culturales) se ha confirmado y, segundo, a que es también un vector poderoso de dominación; esto a pesar de que los indicadores económicos globales puedan ser menos favorables al capitalismo norteamericano. Además, esta dominación se sostiene en la circulación de algunos paradigmas poderosos, que emanan principalmente de expertos, de ensayistas y de universitarios angloparlantes: los paradigmas de la

convergencia, de la colaboración, propuestos por Tim O'Reilly, Henry Jenkins, Jeremy Rifkin, etc., y los de la creación, planteados por David Throsby y Tyler Cowen, entre otros.

Es con respecto de este movimiento que la investigación y sus potencialidades críticas deben posicionarse; tenemos mucho por hacer en este sentido.

Una mirada epistemológica al estudio de la comunicación

Carlos Vidales Gonzáles¹

Introducción

El XXVII Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la comunicación celebrado en la ciudad de Querétaro en junio de 2015, puso al centro una pregunta que ha estado acompañando al campo de la comunicación desde su emergencia como campo académico a mediados del siglo pasado y que sigue siendo, más de seis décadas después, una pregunta incómoda. El Encuentro titulado, “Historias y aportes sociales de la investigación en México”, se preguntaba, “¿cuáles son los acuerdos mínimos del núcleo disciplinario?”. La pregunta así planteada proponía una discusión en múltiples dimensiones, desde aquellas que se mueven en el nivel de lo institucional, lo educativo, lo formativo y lo profesional, hasta aquellas que se encuentran en niveles más abstractos relacionados con lo epistemológico, lo disciplinar, lo ontológico y lo propiamente conceptual. Un segundo orden de ideas sugería moverse más allá del campo hacia los

¹ Doctor en Estudios Científico-Sociales por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO. Profesor Investigador de Tiempo Completo del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel I, Conacyt. morocoi@yahoo.com.

bordes de la inter y la transdisciplina, hacia el espacio de la investigación y la construcción de conocimiento en general y, a final de cuentas, hacia el proceso general de reconstrucción histórica, es decir, hacia la historia del campo, la investigación, la teoría, la institucionalización, la docencia, las profesiones, lo interdisciplinar, lo ontológico y lo propiamente comunicativo. Sin embargo, ambos escenarios más que respuestas plantean nuevas interrogantes: ¿Por dónde comenzar la discusión? ¿En qué niveles se encuentran los acuerdos si es que los hay? ¿Cuáles son las agendas de investigación y en cuáles de ellas podríamos ubicar esta discusión? ¿Hasta qué punto es pertinente seguir pensando en *un* núcleo disciplinar? ¿Por qué tendría que haber acuerdos y cómo sería posible reconocerlos? ¿Esta idea del “núcleo disciplinario” existe en otros campos de conocimiento?

Dada la enorme complejidad del problema y las preguntas planteadas, lo que aquí propongo es apenas un bosquejo para un programa de investigación centrado únicamente en el nivel epistemológico del estudio de la comunicación, dejando intencionalmente de lado lo que tiene que ver con la dimensión institucional, educativa, docente y profesional del campo, dimensiones que de alguna manera fueron discutidas en el evento referido, aunque más de una manera anecdótica, lo cual ya es un primer diagnóstico de la situación. En este sentido, me interesa centrarme en lo que Zelizer (2008) denomina la naturalización del conocimiento disciplinarizado, es decir, en el reconocimiento de la forma en que los modos disciplinares de pensamiento se convierten en aspectos predeterminados de los marcos para la investigación académica, por lo que me interesa poner énfasis específicamente en tres dimensiones: en la dimensión conceptual que corresponde a las teorías de la comunicación, en la dimensión práctica que implica la investigación de la comunicación y en la dimensión meta-teórica centrada en una mirada transdisciplinar de la comunicación.

Siguiendo a Zelizer (2008), la naturalización de la perspectiva disciplinar se vuelve tan rígida que podemos olvidar cuánto de eso que conocemos en la academia es llevado sin una clara correspondencia sobre cómo es que llegamos al conocimiento que poseemos. Qué sabemos y cómo lo sabemos es una pregunta delicada que normalmente pasamos por alto. Desde el punto de vista de la autora, “si la forma en que pensamos habita un espacio crítico en relación a lo que pensamos que sabemos, necesitamos entonces dar cuenta de eso en los modelos que presentamos al público, a nuestros estudiantes y finalmente, a nosotros mismos” (p. 2). El asunto es que el conocimiento es compartido en forma de patrones y así mismo es reproducido en la enseñanza y la investigación, lo que termina por institucionalizarse y definir a una disciplina o al campo de la comunicación. Caracterizadas por su contenido y su metodología, las disciplinas son tanto lo que estudian como la forma en que lo hacen, una circunstancia que tiene estrecha relación con las formas en que construimos y producimos el conocimiento. Sin embargo, el problema es que históricamente no hemos puesto atención en el conocimiento mismo, en sus formas de producción o en los marcos conceptuales con los cuales lo producimos, sino que hemos puesto mayor atención en quienes lo producen, lo que termina por poner el énfasis en dimensiones como el poder y no en dimensiones propiamente cognitivas.

El resultado es que:

Los académicos existen dentro de las fronteras -y confines- de comunidades interpretativas separadas donde el conocimiento tácito y las formas compartidas de conocer controlan determinados aspectos de un fenómeno así como la entrada de otros miembros al grupo... Cada grupo determina qué cuenta como evidencia y en qué formas, haciendo juicios sobre los puntos centrales sobre los que vale la pena pensar así como la investigación que realmente cuenta. (Zelizer, 2008 p. 3)

Pasamos entonces del conocimiento y la discusión por el núcleo disciplinar a los productores de conocimiento y sus posiciones en el campo. Evidentemente, en este segundo escenario lo disciplinar es irrelevante, lo mismo que la discusión por el conocimiento producido, mientras que en el primer escenario lo que se reproduce es la mutua citación entre académicos y las invitaciones recíprocas a sus eventos académicos. El resultado es un cuerpo discreto de conocimiento que quienes lo apoyan lo reproducen muy bien pero que no es suficiente como para crear un marco compartido sobre el núcleo central de discusión. Esto hace que emerja también la pregunta por la relevancia de la investigación en el mundo en general más allá de la investigación en comunicación, dado que los fenómenos suceden y toman forma no de acuerdo a perspectivas disciplinarias, sino al margen completamente de ellas (Zelizer, 2008).

Es con base en lo anterior que me interesa tratar en este texto tres temas de orden epistemológico para identificar en ellos posibles acuerdos o desacuerdos implícitos o explícitos en el campo de la comunicación y que dan muestra de alguna manera de la naturalización del conocimiento disciplinarizado. En este sentido, el primer tema se encuentra ligado a la teoría de la comunicación y a su propia historia, el segundo de ellos está ligado a la investigación de la comunicación y a la emergencia de los subcampos de conocimiento o comunidades interpretativas y, el tercero de ellos, el más problemático, se encuentra vinculado con la consideración de la comunicación como transdisciplina. Lo anterior sintetiza la teoría y la investigación de la comunicación y, en su conjunto, los tres temas pretenden plantear por lo menos algunas líneas para intentar responder, desde el nivel epistemológico, a la pregunta por el núcleo disciplinario de la comunicación.

Las teorías de la comunicación como problema: un acuerdo sobre su historia y un desacuerdo sobre su uso

En algunos trabajos previos me he detenido con mucho mayor detalle en la historia de las teorías de la comunicación, en sus problemas y en lo que esto supone para el campo de la comunicación (Vidales, 2010, 2011a, 2012, 2013, 2015), por lo que ahora me interesa únicamente puntualizar el aspecto histórico de las tradiciones intelectuales que se supone están en la base de la historia conceptual de la comunicación para contrastarla con lo que sucede, a nivel empírico, con la investigación de la comunicación. En este sentido, lo que podríamos identificar como un primer acuerdo casi generalizado es sobre las que han sido consideradas las fuentes históricas y científicas del pensamiento en comunicación (Galindo, 2008) y que plantean de inicio un núcleo básico sobre la dimensión conceptual del campo de la comunicación. En este punto es importante reconocer la propuesta del metamodelo conceptual que Robert T. Craig desarrollara a finales de los años noventa, dado que es uno de los intentos sistemáticos más importantes y que mayor efecto han tenido en la dimensión histórica del pensamiento comunicacional.

Para Craig (2006), lo importante es reconocer a la comunicación como una práctica social diferenciada y no como un campo disciplinar *a priori*. Desde su punto de vista, lo que hay que recuperar de su propia naturaleza histórica es el momento en el cual la comunicación se convirtió en una práctica significativa para nosotros, dado que una vez reconocida la importancia de dicha práctica es que nos volvimos particularmente conscientes y reflexivos sobre lo que esto implica y fuimos así capaces de producir metadiscursos sobre la comunicación, es decir, discursos comunicativos sobre discursos comunicativos. El resultado fue que las formas ordinarias en que tendimos a hablar de la comunicación le dieron a la práctica comunicativa el

rango específico de sentido que tuvo para nosotros y es precisamente este discurso sobre la comunicación el que evolucionó a tal grado que se generó un metadiscurso sumamente técnico y sofisticado sobre la práctica comunicativa, un metadiscurso al que finalmente hemos llamado “teoría de la comunicación”. El paso siguiente fue la institucionalización no sólo del metadiscurso comunicativo, sino del objeto comunicación y de su campo de conocimiento, los cuales tienen hoy en día un rol central tanto en el estudio y comprensión del fenómeno comunicativo como en el cultivo de la comunicación como una práctica social diferenciada.

La clave es entonces entender a la comunicación como un modo fundamental de explicación y no como un elemento subordinado a otro tipo de lógicas o de metadiscursos, lo que supone entonces un trabajo conceptual serio para determinar qué características tiene ese modo de explicación particular. Es por esto que Craig (1999) propone una matriz que permita la inclusión de más de una visión sobre la comunicación, un lugar donde los distintos modelos teóricos de la comunicación puedan interactuar, es decir, un metamodelo o un modelo de segundo orden. Lo anterior permite transformar a las teorías de la comunicación en un campo coherente de estudio, lo que a su vez tiene el potencial de generar una identidad académica así como una perspectiva comunicativa particular.

Para Craig (1999), de lo que se trata es de reconstruir la teoría de la comunicación como un metadiscurso teórico comprometido en un diálogo con el metadiscurso práctico de la vida diaria, de esta forma, el metadiscurso teórico hace referencia a la discusión sobre el mérito de teorías alternativas. La comunicación tiene, entonces, el potencial de ser una *disciplina práctica*, lo cual, de ser cierto, se convierte en una herencia que la teoría de la comunicación formula desde sus fundamentos (Craig, 1999). Esto mismo llevaría al autor a reconocer casi una década después que lo que explica la

emergencia disciplinaria del campo es precisamente esta consideración de la comunicación como una categoría de prácticas social, por lo que resulta fundamental la reconstrucción de las tradiciones intelectuales alrededor precisamente de dicha categoría, dado que es a través de esta “historización” que el campo puede volverse no sólo más productiva e intelectualmente coherente, sino más útil socialmente (Craig, 2008). Al final de cuentas, la idea es que una teoría sobre la disciplinarización de un campo deriva su identidad y coherencia de su participación en la conversación de las disciplinas, por lo que:

el carácter específico de la comunicación como disciplina, puede ser entendido en términos de su contribución al conocimiento en determinadas tradiciones intelectuales, en la evolución de sus formas institucionales y en su relevancia hacia la «comunicación» entendida como una categoría socioculturalmente constituida de problemas y prácticas. (Craig, 2008, p. 7)

El resultado de la propuesta de Craig (1999) es el reconocimiento de las que consideran son las siete tradiciones teóricas históricas en el estudio de la comunicación: a) la tradición retórica, la cual entiende a la comunicación como el arte práctico del discurso, b) la tradición semiótica, desde donde se entiende a la comunicación como la mediación intersubjetiva de los signos, c) la tradición fenomenológica, espacio conceptual que considera a la comunicación como la experimentación del otro, d) la tradición cibernética desde donde se piensa a la comunicación como el procesamiento de información, e) la tradición sociopsicológica desde donde la comunicación es expresión, interacción e influencia, f) la tradición sociocultural, desde donde se entiende a la comunicación como la (re)producción del orden social y, g) la tradición crítica, tradición desde la cual la comunicación se entiende como reflexión discursiva. Como puede observarse, Craig no sólo reconoce cada unas de las tradiciones intelectuales, sino que al hacerlo

propone una mirada comunicativa particular. Sin embargo, esta no es la única propuesta que se ha realizado en este sentido, aunque si ha sido una de las más influyentes a nivel internacional dado que ha sido reproducida posteriormente en una gran variedad de trabajos monográficos sobre teorías de la comunicación (Eadie, 2009; Galindo, 2008; Griffin, 2009; Littlejohn y Foss, 2008; West y Turner, 2010).

En un intento similar por organizar el pensamiento comunicacional, Rodrigo-Alsina (2001) reconoce las que considera son las tres grandes perspectivas de la teoría de la comunicación. Desde su punto de vista, es posible reconocer la Perspectiva Interpretativa (Escuela de Palo Alto, interaccionismo simbólico y construccionismo), la Perspectiva Funcionalista y la Perspectiva Crítica (Escuela de Frankfurt, la economía política y los estudios culturales). Por otro lado, para construir un fundamento teórico de lo que denomina las “teorías de la comunicación digital interactiva”, Scolari (2008) propone cinco paradigmas fundacionales de las teorías de la comunicación, los cuales agrupa de la siguiente manera: a) el Paradigma Informacional (Shannon y Schramm), b) el Paradigma Crítico (Escuela de Frankfurt, la economía política y el psicoanálisis), c) el Paradigma Empírico-analítico (Mass Communication Research), d) el Paradigma Interpretativo-cultural y, e) el Paradigma Semiótico-discursivo (Saussure, Peirce, Roland Barthes, Umberto Eco, Paolo Fabbri). Por su parte, en México el Grupo Hacia una Comunicología Posible (GUCOM) también realizó su propuesta de las que consideraban eran las fuentes históricas y científicas de los estudios de la comunicación, reconociendo nueve de ellas: la Sociología Funcionalista, la Sociología Fenomenológica, la Sociología Crítica, la Sociología Cultural, la Economía Política, la Psicología Social, la Semiótica, la Lingüística y la Cibernética (Galindo, 2008).

Por otro lado, Boyd-Barrett (2006) recupera lo que considera son los logros más importantes de la investigación de la comunicación anglo-americana en los últimos cincuenta años, los cuales agrupa dentro de tres grandes categorías: a) los estudios culturales, b) la economía política y, c) los estudios de la globalización. Finalmente, Moragas (2011) ha propuesto una reconstrucción genealógica de las teorías de la comunicación que nuevamente recupera algunas de las clasificaciones previas aunque incluye algunas completamente nuevas. Desde su punto de vista, es posible identificar las teorías de la comunicación de base cibernética, las teorías de la comunicación de base sociológica (Lasswell, Schramm, Westley/McLean), c) las teorías de la comunicación de masas (*mass Communications research*, Escuela de Chicago, teoría de los efectos limitados), las teorías sobre la recepción y la interpretación (Escuela de Palo Alto, usos y gratificaciones, constructivismo social, *agenda-setting*, teoría crítica del discurso), las teorías basadas en la tradición de los estudios de la cultura (Escuela de Frankfurt, Estudios Culturales, Semiótica, Luhmann y Habermas), las teorías derivadas de la comunicación y la cultura en América Latina (Martín-Barbero, García Canclini), las teorías de la comunicación basadas en la economía política de la comunicación, así como las fundamentadas en la sociedad de la información y la globalización (Mattelart, Castells).

Ahora bien, como es posible observar, más allá de las nomenclaturas o las agrupaciones elegidas por cada autor, es posible reconocer algunos “lugares comunes” sobre la propia historia conceptual de la comunicación o sobre la historia de las teorías de la comunicación. Sin embargo, el problema es de otro orden, el problema es de orden práctico, dado que ninguno de los paradigmas, tradiciones, perspectivas o fuentes históricas y científicas es reconocido en la práctica de investigación en los estudios de la comunicación como un principio epistemológico compartido, como la base para fundar una ciencia integral de la comunicación, como una matriz teórica general o bien, como

una posibilidad para definir el núcleo disciplinario de la comunicación. Por lo tanto, nos podríamos preguntar, ¿qué función cumplen entonces estas propuestas teóricas?, ¿qué significa entonces hacer investigación de la comunicación en la actualidad?, ¿qué es lo que se investiga?, ¿por qué se considera una investigación “de la comunicación”?

Por otro lado, si bien no es mi interés desarrollar el aspecto de la enseñanza y la profesionalización de la comunicación, considero pertinente mencionar aquí que las teorías antes señaladas no sólo son las que menos se usan en la investigación de la comunicación como lo muestra el profundo trabajo realizado por Bryan y Miron (2004), sino que además son las que se enseñan a los estudiantes, por lo que nos podríamos preguntar, ¿por qué seguir reproduciendo en la enseñanza un lugar común sobre la dimensión conceptual de la comunicación que no opera en la práctica de la investigación avanzada? Sobre este punto me parece sumamente relevante el análisis que Anderson (1996) realizara a mediados de los años noventa sobre el nivel ontológico, epistemológico y praxológico de las teorías de la comunicación, desde donde sostiene que, al exponerse por sí mismos a este conjunto de actividades prácticas y conjuntos teóricos, los estudiantes están también inmersos, generalmente sin su consentimiento razonado o informado, en modos particulares de pensamiento, los cuales devienen de los “métodos de adoctrinamiento” (*indoctrinating methods*) identificables en las prácticas docentes. De esta forma, el estudio de los métodos no sólo induce al estudiante dentro de una ideología académica, sino también dentro de dominios teóricos específicos y, sobre todo, dentro de una comunidad científica particular. Por lo tanto, más que construir comunidades interpretativas o comunidades académicas, estamos construyendo logias académicas.

De acuerdo con Anderson (1996), lo anterior implica que la construcción de conocimiento se encuentra determinada en primera instancia por mecanismos que han regulado y normalizado la producción académica

dentro de una fórmula que permite la destrucción de los sistemas conceptuales al tiempo que inhibe su construcción en beneficio de la reproducción de un quehacer científico, lo cual ha generado no sólo que los problemas de la fundamentación epistemológica no sean recuperados, sino que su recuperación sea irrelevante. Por lo tanto, quizá la idea no sea la elaboración de una respuesta definitiva al problema del núcleo disciplinario, sino la contrastación de la evidencia ya recuperada tal como lo proponen Berger, Roloff y Roskos-Ewolden (2010), dado que desde su punto de vista, la confrontación empírica (de teorías) es precisamente un signo de la vitalidad y la dinámica de una empresa científica, por lo que los debates que las propias confrontaciones generan son de suma importancia para el avance de toda disciplina. Sin embargo, también reconocen que incluso en una etapa temprana, los investigadores dentro de los estudios de la comunicación han mostrado muy poca evidencia de estas controversias teóricas y académicas. Tenemos entonces un acuerdo sobre las grandes tradiciones conceptuales que parece se encuentran en la base de la historia conceptual de la comunicación, pero eso es todo. El asunto de lo que hacemos con ella y lo que eso significa para los procesos de construcción de conocimiento es un tema aparte y sobre el que no hay un acuerdo general y mucho menos una reflexión sistemática compartida.

La investigación de la comunicación: del avance de la investigación empírica al estancamiento de la producción conceptual

En su discurso de inauguración del encuentro anual de la International Communication Association en 2005, su presidente en turno, Wolfgang Donsbach (2006), reconocía que los estudios de la comunicación habían acumulado mucha y muy buena evidencia empírica sobre los procesos de comunicación en múltiples temas y en múltiples niveles, aunque también

reconocía que sufrían de una creciente *erosión epistemológica* promovida por los desarrollos dentro y fuera del campo de estudio. Desde dentro se trataba de un renacimiento de acercamientos que se abstienen de poner sus hipótesis a prueba y desde fuera observa un incremento en la competencia de todos los académicos del campo con gente no académica de todo tipo, lo cual había generado una proliferación de temas, métodos y formulaciones teóricas que no necesariamente tenían relación con los intereses particulares del propio campo, sino con los intereses y agendas de investigación de otros campos. Una década después, podemos observar que este diagnóstico sigue teniendo vigencia, incluso es algo que Sanders (1989) ya había notado a finales de los años ochenta y lo cual comenzaba a ser una característica general en los estudios de la comunicación. En sus palabras,

...hay un interés multidisciplinario en la comunicación que ha engendrado una gran variedad de audiencias y aplicaciones. Por razones sociológicas más que intelectuales, esto ha motivado a los investigadores a subdividir y dispersar sus resultados en vez de integrarlos para formar generalizaciones. Gran parte de las ciencias sociales están preocupadas por las facetas de la vida individual y comunal que se encuentra afectada de manera importante por el contenido, el estilo y los mensajes de los medios así como por la disponibilidad y control de la información. Los practicantes de numerosas profesiones también dependen fuertemente de la comunicación, por lo que la comunicación es entonces un tema de mucha de la investigación aplicada en esos contextos profesionales. Como resultado, los esfuerzos en la investigación dentro del campo de la comunicación generalmente se encuentran orientados a audiencias y problemas de otros campos o con actividades vinculadas con sus programas de investigación. Esto alienta una proliferación de temas, métodos, y datos que obviamente no facilita la generalización. (pp. 223-224)

Este “traslape” de agendas de investigación es también una de las explicaciones de por qué en los estudios de la comunicación se usan una

gran variedad de propuestas teóricas que provienen de otros campos de conocimiento y, en algunos casos, de los campos profesionales. Argumento que quizá explique también las 400 teorías que aparecen listadas en la *Enciclopedia de Teorías de la Comunicación* que publicaran en 2009 Stephen W. Littlejohn y Karen A. Foss o las 604 teorías de la comunicación que reconocen Bryan y Miron (2004) en su estudio. Es desde este escenario que Donsbach (2006) argumentó que los estudios de la comunicación tienen un conocimiento lógico y preciso en muchas áreas pero consideraba que se tendía a perder orientación normativa en la investigación empírica. Desde su punto de vista, hacer investigación empírica sin metas normativas se puede convertir fácilmente en una actividad arbitraria, irrelevante y aleatoria. El resultado es lo que Craig (1999) ha llamado las “raíces de la incoherencia”, lo que Donsbach (2006) ha llamado la “erosión epistemológica”, lo que Shepherd, St. John y Striphas (2006) han llamado el “pluralismo teórico”, lo que Raúl Fuentes Navarro (2009) ha denominado el “inmediatismo superficial” y lo que Vidales (2013) ha denominado el “relativismo teórico”, todos términos que describen una misma problemática.

Sobre este punto es necesario hacer una reflexión un poco más detenida, dado que no se trata únicamente de lo que la investigación genera al interior del campo, sino de la forma en que la investigación se encuentra vinculada con el mundo social. Este es un punto importante sobre el que llama la atención Schiller (1999) en su recorrido histórico sobre la conceptualización de la comunicación. El punto es que todavía nos hace falta una reconstrucción histórica más precisa de lo que ha sido la conceptualización de la comunicación en la historia y cómo es que cada una de esas conceptualizaciones se han vinculado con su propio contexto social de emergencia. Para Schiller (1999), el potencial del estudio de la comunicación ha convergido directamente y en muchos puntos con el análisis y la crítica de las sociedades existentes a través de su desarrollo

histórico, por lo que es necesario recuperar el tránsito de esas ideas a partir de los útiles intercambios históricos del pensar sobre la comunicación que ya existen (Hardt, 1992; Peters, 1999; Rogers, 1994) para contrastar esas historias del pasado y crear así un mapa extendido de nuestra topografía intelectual que nos ayude a revisar algunos de los principales temas y problemas de nuestros tiempos.

La idea de Schiller (1999) es desenredar el complejo proceso del compromiso histórico con ciertos temas, la diferencia conceptual y la síntesis analítica que ha estructurado la investigación crítica hacia el carácter de la comunicación como una fuerza social determinante, lo que definiría al mismo tiempo un núcleo disciplinar concreto: la fuerza o el poder social de la comunicación. Pero esta reconstrucción, evidentemente, no se puede hacer al margen del desarrollo de las propias disciplinas y las ciencias en general, dado que también son un eco de ellas. Es por esto que en el balance general que presenta Schiller (1999) sobre este asunto, considera que el desarrollo de la teoría social no ha sido omitido o abandonado por los estudios de la comunicación, sino únicamente en puntos clave notablemente desplazados.

Las teorizaciones que en realidad han formado y guiado el pensamiento formal sobre comunicación permanecen tácitas y sumergidas, y la imposibilidad de reconocerlas puede deberse tanto a la propia y perdurable indiferencia de la teoría social como a la “mala conducta” (*malfeasance*) de los estudios de la comunicación. Por lo tanto, el reto es salvar la infraestructura de la teoría que subyace a la investigación dentro de la comunicación y hacer sentido a la lógica histórica. (Schiller, 1999, p. X)

Algunos autores sugieren que para esta tarea se puede comenzar por explicar dos conceptos, el de sociedad y el de relaciones sociales, sin embargo, Schiller elige seguir el de “trabajo” (*labor*). Ahora bien, ¿qué implicaciones tiene poner al centro de la reconstrucción histórica un objeto de conocimiento y no otro? Aquí evidentemente el asunto epistemológico

es clave, dado que se estaría proponiendo implícitamente la imposibilidad de hablar de “un” núcleo disciplinar. Por el contrario, sería la evidencia de la necesidad de hablar de “núcleos” disciplinarios de la comunicación, lo cual es el centro de la propuesta que aquí esbozo. Según lo mostrado, la investigación de la comunicación ha logrado producir una enorme cantidad de datos empíricos, pero tiene todavía problemas en los procesos interpretativos. Este es evidentemente un problema de orden práctico. Sin embargo, es muy poco lo que se ha hecho en el camino de la investigación que tiene como finalidad la producción conceptual, dado que es un camino completamente diferente. Tenemos entonces un enorme avance en la investigación empírica pero un estancamiento en la producción conceptual.

Investigar la comunicación no es una actividad cotidiana, supone un saber especializado que se cultiva y practica, dado que la investigación no supone únicamente la producción de datos sobre el mundo desde un punto de vista particular (comunicativo) para ganar una mejor comprensión de él, sino que debiese suponer la indagación sistemática de las implicaciones prácticas que los métodos de observación tienen en los fenómenos observados, la reflexión sobre las formas en que se produce el conocimiento y, en última instancia, el estudio y entendimiento de las implicaciones prácticas y conceptuales que tiene el propio observador en el fenómeno observado (Krippendorff, 2009). La investigación de la comunicación, centrada casi en su totalidad en los fenómenos sociales vinculados principalmente con las nuevas tecnologías y los medios de comunicación, ha olvidado por completo estos puntos y, principalmente, la necesidad y pertinencia de observar sus propios métodos de observación, su conocimiento disciplinarizado. En síntesis, ha olvidado evaluar su producción conceptual y, sobre todo, caminar hacia la construcción conceptual avanzada. Como lo menciona Chaffee (2009):

[...] teorizar sobre la comunicación es una actividad humana muy común dado que no podemos vivir efectivamente si no formulamos y actuamos

en función de supuestos generales sobre por qué la gente dice lo que dice, por ejemplo, o sobre cómo lo que nosotros decimos afecta a otras personas. En este sentido, entender la comunicación tiene un valor obvio de supervivencia por lo que uno puede imaginar que teorizar es una propensión genéticamente heredada a través de nuestra especie. Investigar sobre la comunicación humana, por otro lado, es una actividad rara, una que requiere un número de habilidades intelectuales que son desarrolladas a través de la disciplina académica. Básico a casi todas estas habilidades, es la decidida actividad poco común de teorizar para investigar. (p. 13)

Es desde este punto de vista que Chaffee (2009) reconoce que hay dos principios generales sobre la teoría de la comunicación, uno que la relaciona con las ideas abstractas o los esquemas abstractos de pensamiento sobre comunicación, y uno más que la relaciona con la posibilidad de predecir resultados en la investigación y de presentar resultados consistentes, de ahí la necesidad de un tercer principio capaz de vincular los dos anteriores, los cuales se encuentran separados en el estado actual de la investigación de la comunicación. Por lo tanto, para poder conectar los resultados con las nociones abstractas se requiere un argumento básico que implica que ambos tipos de teorías, las vinculadas con los resultados y las vinculadas con los esquemas abstractos, deban estar relacionadas con el mismo fenómeno. Desde este punto de vista, es posible considerar a “la teoría empírica” como el vínculo constante entre el mundo intelectual de teorías abstractas con el mundo empírico desde el cual es posible replicar los descubrimientos y resultados de la investigación guiados por las concepciones abstractas. En este contexto, se puede imaginar la complejidad que resulta cuando se pone a la comunicación como el fenómeno de observación, sobre todo porque es una práctica, pero también es un teorizar sobre esa práctica que afecta necesariamente a la práctica misma, y precisamente a eso es a lo que hemos tendido a llamar “teoría de la comunicación”. Dada esta dicotomía, mi propuesta es en un sentido diferente. Derivado de la necesidad de

caminar hacia la construcción conceptual es que propongo la necesidad de una reconstrucción histórica de la dimensión conceptual centrada no en tradiciones, autores o contextos sociales y académicos, sino en objetos de conocimiento. En sentido estricto, lo que propongo es un camino hacia la transdisciplina.

La necesidad de una reconstrucción histórica de los fundamentos conceptuales de la comunicación: de los objetos de conocimiento a la transdisciplina

Un claro ejemplo del cambio que propongo hacia la reconstrucción histórica de los fundamentos conceptuales del estudio disciplinarizado de la comunicación es el texto que coordinaron en 2006 Sheperd, St. John y Striphas y del que ya había hablado con anterioridad (Vidales, 2015), en el cual cada uno de los autores participantes toma una postura ontológica sobre la comunicación para desarrollarla como objeto de conocimiento y sobrepasar así las barreras de la narratividad histórica. Este punto es de suma importancia porque le da un valor distinto al estudio práctico de la teoría. De acuerdo con los autores (Sheperd, St. John y Striphas, 2006):

[...] los teóricos están prestos a defender la dimensión práctica de su estudio de la teoría, al argumentar que nuestro conocimiento acumulado sobre las teorías de la comunicación tiene repercusiones “allá afuera” en el mundo real. Pero la frustración que usualmente acompaña esa defensa, junto con el vigor con el que tendemos hacerla, nos aleja más de lo que nos acerca. ¿Cómo podemos decir que nuestro pensamiento *es mejor* para la práctica de la comunicación si no estamos dispuestos a pensar qué es lo mejor *en* la teoría de la comunicación? El discernimiento es, por lo tanto, un componente integral de la teoría de la comunicación y la práctica y, en un sentido general, del mantenimiento de una disciplina de la comunicación vibrante y socialmente relevante. (p. XIV)

En este sentido, cada una de las propuestas concentradas en el texto mencionado completa la afirmación, “la comunicación como...”, y al hacerlo coloca un objeto de conocimiento con el cual puede ser definida epistemológica y ontológicamente. De esta manera, la comunicación se entiende como relacionalidad (Celeste M. Condit), como ritual (Eric W. Rothenbuhler), como trascendencia (Gregory J. Shepherd), como construcción [*Constructive*] (Katherine Miller), como práctica (Robert T. Craig), como memoria colectiva (Carole Blair), como visión (Cara A. Finnegan), como corporeización [*embodiment*] (Carolyn Marvin), como identidad social (Jake Harwood), como Tecné [*techné*] (Jonathan Sterne), como diálogo (Leslie A. Baxter), como autoetnografía (Arthur P. Bochner y Carolyn Ellis), como contadora de historias [*storytelling*] (Eric Peterson y Kristin Langellier), como organización compleja (James Taylor), como estructuradora (David Seibold y Karen Myers), como participación política (Todd Kelshaw), como deliberación (John Gastil), como difusión (James Dearing), como influencia social (Frank Boster), como argumento racional (Robert C. Rowland), como contra-público (Daniel Brouwer), como diseminación (John Durham Peters), como articulación (Jennifer Daryl Slack), como traducción (Ted Striphas) y como falla (Jeffrey St. John).

Al poner objetos de conocimiento al centro de la organización conceptual, se estarían eliminando las fronteras de los subcampos de construcción de conocimiento. Si bien este no es el trabajo que cada autor realiza en el texto, es un ejemplo de cómo se podría seguir la ruta de un objeto de conocimiento que definiera a la comunicación y, al hacerlo, se estaría también delimitando un núcleo disciplinario. Por ejemplo, si se asume a la comunicación como organización compleja (Taylor, 2006), se estaría asumiendo un principio constructivo y un nivel ontológico que podría cruzar horizontalmente

cualquier tema con el que la investigación de la comunicación se relacione: juventud, nuevas tecnologías, deporte, movimientos sociales, medios de comunicación, procesos de deliberación democrática, etc., con lo que se estaría superando igualmente la organización temática. Por otro lado, también se estaría en la posibilidad de reorganizar el espacio conceptual a través de pensar qué es lo que cada tradición teórica tendría que decir sobre la comunicación entendida como organización compleja. La semiótica, la cibernética, la teoría crítica, la sociología fenomenológica, la lingüística, la psicología social o la retórica tendrían algo que decir, sin embargo, el criterio de organización no sería el intrínseco a cada tradición sino el relativo al objeto de conocimiento. Podríamos entender a la comunicación como una organización compleja semiótica, cibernética o fenomenológicamente, es decir, tendríamos otras formas de organización conceptual que podrían llevar al campo de la comunicación a una reorganización en función de sus objetos de conocimiento. Reconoceríamos entonces que la comunicación no tiene un objeto de estudio concreto, sino un conjunto de ellos construidos desde tradiciones teóricas diferentes. Esto mismo podría seguirse para cualquiera de los objetos mencionados con anterioridad.

Como ya he mencionado, algo similar es lo que propuso Craig (1999) cuando reconoció a la comunicación como a) el arte práctico del discurso, b) la mediación intersubjetiva de los signos, c) la experimentación del otro, d) el procesamiento de información, e) como expresión interacción, e influencia, f) como la (re)producción del orden social y, g) como reflexión discursiva. Cada uno de estos conceptos puede funcionar como objeto de conocimiento para organizar conceptualmente las tradiciones intelectuales y para rastrear qué objetos se han construido históricamente en el campo de la comunicación. Sin embargo, si bien Craig asocia cada objeto de conocimiento con una tradición teórica, esto no tendría por qué funcionar como un criterio restrictivo. La comunicación entendida como el arte

práctico del discurso no tendría por qué estar únicamente asociada a la retórica, la comunicación entendida como la mediación intersubjetiva de los signos no tendría por qué estar únicamente asociada a la semiótica o la comunicación entendida como el procesamiento de información no tendría por qué estar únicamente asociada a la cibernética. De esta manera, al pasar de las genealogías a los objetos de conocimiento estaríamos en la posibilidad de pensar dichas genealogías en función de los objetos (y los objetos que construyen) y pasar así a la configuración de la transdisciplinariedad.

La *Enciclopedia Internacional de Sistemas y Cibernética* (Francois, 2004), define a la transdisciplina como un «metalenguaje», es decir, como un lenguaje meta que trasciende los campos disciplinares y que se propone a sí misma como una mirada contemporánea que no sólo plantea una nueva mirada en la investigación científica sino específicamente nuevas formas de hacer ciencia. Por ejemplo, para Rafael Rodríguez, la transdisciplina es una percepción global de la conexión entre muchas disciplinas. Desde esta perspectiva, no solamente la ciencia, sino todas las actividades humanas aparecen como un “todo” unitario, parte y parcela del universo en el que la unidad y la diversidad no aparecen como conceptos opuestos, sino como perspectivas complementarias (Rodríguez en Francois, 2004). De manera más específica, Peter Checkland propone que no necesitamos equipos interdisciplinarios sino, por el contrario, «conceptos» transdisciplinarios, que sirvan para unificar el conocimiento al ser aplicables a distintas áreas que trazan las propias fronteras disciplinares (Checkland en Francois, 2004). Esto explica por qué la cibernética se plantea a sí misma como una mirada transdisciplinar, aunque también podríamos pensar en otras propuestas como la semiótica (peirceana) como un segundo candidato. De cualquier manera, esta idea de los conceptos es central en la propuesta que aquí realizo, dado que es a partir de la reconstrucción de objetos de conocimiento (conceptos) que es posible convertir a la propia comunicación en una mirada transdisciplinar.

Pensar en los objetos de investigación y construirlos conceptualmente, permitiría convertir a la comunicación en un metalenguaje. Un caso ejemplar en este sentido es lo que ha sucedido con la propuesta que ha desarrollado el danés Brier (2008), la cual ha puesto al centro de su programa conceptual a la comunicación, la cognición, la información y la interpretación, cuatro objetos de conocimiento desde los cuales se construye un metalenguaje que permite sobrepasar las fronteras de los campos disciplinares y que Brier ha utilizado como fundamento para la integración de múltiples miradas conceptuales para crear la Cibersemiótica, la unificación de dos marcos transdisciplinares, la cibernética de segundo orden y la semiótica peirceana en la forma de la biosemiótica (Vidales, 2012a). No se trata entonces de una nueva genealogía como respuesta a la organización precedente, como tampoco de una “respuesta” al problema que la reconstrucción histórica ha generado o que la investigación empírica de la comunicación tiene, sino tan sólo un ejemplo de cómo a través del reconocimiento de objetos de conocimiento es posible repensar la organización conceptual y generar nuevas genealogías cuyo criterio epistemológico de organización sea su referencia a un objeto de conocimiento compartido, y es, al mismo tiempo, el ejemplo de cómo se podría construir, por contradictorio que parezca, el núcleo disciplinario de la comunicación a partir de los varios objetos de conocimiento que lo componen (y que lo han hecho en la historia).

Evidentemente, en este punto hablamos no sólo de una nueva forma de construcción de conocimiento, sino también de una nueva forma de concebir la organización de las ciencias y la superación de las fronteras disciplinares y, al mismo tiempo, de una nueva forma de concebir “los” núcleos disciplinares de la comunicación. Por lo tanto, no es mi intención lograr un “acuerdo” sobre este asunto, sino únicamente plantear escenarios de lo posible, dado que la idea de “los acuerdos” no ha funcionado para la construcción conceptual

y, por el contrario, ha entorpecido todo intento por caminar por lo menos en la construcción conceptual en el campo de la comunicación. En última instancia, se trata de tomar una posición frente a una serie de problemáticas que se han dado en la investigación de la comunicación a lo largo de la historia y que tienen que ver con las críticas hacia la fundamentación conceptual del campo (Berelson, 1959), con los cuestionamientos sobre la pobreza intelectual en la investigación de la comunicación (Peters, 1986), con las críticas a los intentos formales por organizar el campo metadiscursivo de la comunicación (Myers, 2001), con las críticas al inmediatismo superficial en los estudios de la comunicación (Fuentes, 2009), con las críticas hacia la pérdida de principios normativos en la investigación de la comunicación (Donsbach, 2006), con las críticas a lo que entendemos y nombramos como teorías de la comunicación (Anderson, 1996), con las críticas a la falta de rigurosidad en el uso de conceptos en las explicaciones en los procesos de investigación de la comunicación (Chaffee, 1991 y 2009), con el desarrollo de programas y agendas de investigación ajenas al propio campo de estudio (Sanders, 1989), y con las críticas particulares al relativismo teórico en la investigación de la comunicación (Vidales, 2011, 2012 y 2013). Se trata entonces de poner en perspectiva analítica todas estas críticas al campo a través de la reconstrucción de los objetos de conocimiento y no tanto de las tradiciones teóricas que se supone las sustentan.

Finalmente, lo que queda es esperar a que un sub-campo de conocimiento o una comunidad interpretativa tome como suyo estas problemáticas, de lo contrario no dejarán de ser problemas y propuestas coyunturales que estarán lejos de consolidar un programa de investigación o por lo menos un espacio de reflexión sistemática.

Referencias

- Anderson, J. A. (1996). *Communication Theory. Epistemological foundations*. New York: The Guilford Press.
- Berelson, B. (1959). The state of Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, (23), 1-6.
- Berger, C., Rolof, M. & Roskos-Ewoldsen, D. (2010). What is communication science? En *Handbook of Communication Science* (2^a ed) (pp. 3-20). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage Publications.
- Boyd-Barrett, O. (2006). Publishing Research and Communications Curriculum under Globalization. En Leung, K. & Lee, P. (Eds.), *Global Trends in communication Education and Research* (pp. 235-259). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Brier, S. (2008). *Cybersemiotics. Why information is not enough*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
- Bryant, J. & Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54(4), 662-704.
- Chaffee, S. H. (1991). *Communication Concepts 1: Explication*. Newbury Park, CA: Sage.
- Chaffee, S. H. (2009). Thinking about theory. En Stacks, D. W. & Salwen, M. B. (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (2a. ed.) (pp. 13-29). New York: Routledge.
- Craig, R. T. (2008a). Communication in the conversation of disciplines. *Russian Journal of Communication*, 1(1), 7-23.
- Craig, R. T. (2006). Communication as practice. En Sheperd, G., St. John, J. & Striphos, T. (Eds.). *Communication as... Perspectives on Theory* (pp. 38-47). Thousand Oaks: Sage.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 9(2), 116-161.

- Donsbach, W. (2006). The identity of communication research. *Journal of Communication*, 56(3), 437-448.
- Eadie, W. F. (2009). Communication as a field and as a discipline. En Eadie, W. F. (Ed.), *21st Century. Communication. A reference Handbook*, vol. 1 (pp. 12-21). Los Angeles, New Delhi, Singapore: Sage.
- Francois, C. (Ed.) (2004). *International Encyclopedia of Systems and Cybernetics*. München: K. G. Saur GMBH.
- Fuentes, R. (2009). Medio siglo del estudio universitario de la comunicación en México: el riesgo del inmediatismo superficial. En Ortiz, A. (Coord.), *XVII Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC* (pp. 99-115). Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California, CONEICC.
- Galindo, J. (Coord.) (2008). *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw Hill-Interamericana.
- Griffin, E. (2009). *A first look at communication theory* (7^a ed). New York: McGraw Hill.
- Hardt, H. (1992). *Critical communication studies. Communication, history & theory in America*. London and New York: Routledge.
- Krippendorff, K. (2009). *On communicating. Otherness, meaning and information*. New York: Routledge.
- Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2009). *Theories of human communication* (9^a ed). Belmont, CA: Thompson Wadsworth.
- Moragas, M. de (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Myers, D. (2001). A pox on all compromises: replay to Craig (1999). *Communication Theory*, 11(2), 218-230.
- Peters, J.D. (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Peters, J. D. (1986). Institutional sources of intellectual Poverty in communication research. *Communication Research*, 13(4), 527-559.

- Rodrigo-Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: UAB/U. Jaume I/U.P.Fabra/U.Valencia
- Rogers, E. (1994). *A history of Communications Studies. A biographical approach*. New York: The Free Press.
- Sanders, R. E. (1989). The breadth of communication research and the parameters of communication theory. En King, S. (Ed.), *Human communication as a field of study* (pp. 221-231). New York: State University of New York Press.
- Sheperd, G., St. John, J. & Striphas, T. (2006). Introduction: taking a stand on Theory. En *Communication as... Perspectives on Theory* (pp xi-xix). Thousand Oaks: Sage.
- Schiller, D. (1999). *Theorizing communication. A history*. New York. Oxford University Press.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital inter-activa*. Barcelona: Gedisa (cibercultura).
- Taylor, J. (2006). Complex organizing. En Sheperd, G., J. St. John y T. Striphas (Eds.), *Communication as... Perspectives on Theory* (pp. 132-142). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Vidales, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad, Nueva Época*, (22), 11-43.
- Vidales, C. (2013). *Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.
- Vidales, C. (2012). De la información y la cognición a la comunicación y el sentido: la naturaleza de la integración cibersemiótica. En Gutiérrez, C. (Coord.) *XIX Anuario de Investigación de la Comunicación, CONEICC* (pp. 37-58). México: CONEICC.
- Vidales, C. (2011a). El relativismo teórico en comunicación. Entre la comunicación como principio explicativo y la comunicación como disciplina práctica. *Comunicación y Sociedad, Nueva época*, (16) 11-45.

- Vidales, C. (2011b). *Semiótica y teoría de la comunicación*. Tomo II. México: CAEIP.
- Vidales, C. (2010). *Semiótica y teoría de la comunicación*, Tomo I. México: CAEIP.
- West, R. & L. H. Turner (2010). *Introducing communication theory. Analysis and Application* (4^a ed.). New York: McGraw Hill.
- Zelizer, B. (2008). When disciplines engage. En Zelizer, B. (Ed.), *Explorations in communication and history* (pp. 1-12). London and New York: Routledge.

La mediación: historia y uso de una noción entre América Latina y Europa

Bruno Ollivier¹

Traducción: Miriam Herrera-Aguilar

“Dar un sentido más puro a las palabras de la tribu..”

Mallarmé, Le tombeau d’Edgar Poe

Introducción

Este texto tiene como objetivo comparar los usos y las significaciones de la noción *mediación/médiation/mediação* para destacar su polisemia en los campos científicos de la comunicación. Para este fin, examina la literatura científica de las ciencias de la comunicación y establece un estado del arte plurilingüístico de los conceptos que la palabra *mediación* vehicula.

¹ Profesor titular en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Université des Antilles, Centre National de la Recherche Scientifique, UMR 8053, Centre de Recherche sur les Pouvoirs Locaux dans la Caraïbe, Pôle Martinique. ollivierbruno@gmail.com.

Mediación, médiation, mediação en el sentido común

Las palabras constituyen una *mediación* necesaria para hablar en ciencias, puesto que no existe metalenguaje no verbal. Sin embargo, las palabras poseen, como toda *mediación*, su propio espesor, su propio peso, presentes éstos incluso antes del acto de comunicar; mismos que las determinan y las pueden alterar. En este contexto, incluso en las ciencias de la comunicación, la *comunicación* misma puede reducirse a un intercambio alrededor de nociones, en el que cada interlocutor da a estas últimas un sentido diferente. De ahí que esta contribución tenga por objetivo esclarecer posibles malentendidos alrededor de las palabras que designan la *mediación* en algunas lenguas latinas, en el campo de la comunicación, al tiempo que propone una mirada sobre sus usos en Iberoamérica y Francia.

Cuando hablamos de *mediaciones* en español, francés y portugués, utilizamos tres términos que tienen su propia historia, misma que puede generar diversos malentendidos. Por lo tanto, antes de analizar la formación y los trayectos del concepto *mediación* en las ciencias de la comunicación, es necesaria una revisión de las definiciones comunes que se hacen de estos términos en el diccionario; lo que muestra en qué medida su uso se revela delicado, sobre todo cuando éste rebasa los límites del restringido círculo de los especialistas.

En español, si confiamos en la Real Academia Española (RAE, 2014), *mediación* remite, por un lado, a su etimología del latín (*mediatio*, -ōnis) y, por el otro, al verbo mediar; *mediación* significa “acción y efecto de mediar”. En cuanto a este último verbo en sí mismo, las definiciones que enumera la RAE se refieren, con respecto de un objeto, a una posición entre dos de éstos, ya sea espacial o temporal: “existir o estar entre dos personas o cosas”, “ocurrir o transcurrir entre dos hechos o dos momentos”. Con respecto

de una persona, remite a una intervención de conciliación o a una puesta en contacto de dos partes: “interceder o rogar por alguien”, “actuar entre dos o más partes para ponerlas de acuerdo en un pleito o negocio”; este último sentido es el que, por su parte, retoma la Academia Mexicana de la Lengua para definir la *mediación* como “intervención a favor de alguien”². Con respecto de un proceso, *mediación* remite al paso del tiempo: “pasar, transcurrir”.

Como podemos observar, el concepto desarrollado durante las últimas décadas por la antropología o por las ciencias de la comunicación está ausente en las definiciones de la RAE. Esto no constituye en sí mismo un problema teórico, pero permite presagiar dificultades de interpretación en contextos que se encuentran fuera del círculo de los estudiosos de estas áreas, así como problemas en las explicaciones ofrecidas a los estudiantes que podrían solamente estar familiarizados con significados comunes y corrientes.

En este marco, la expresión de Mallarmé (1992 [1877]) cuando habla del poeta incomprendido toma sentido. Para el científico, el hecho de intentar “dar un sentido más puro a las palabras de la tribu” puede llevarlo al hermetismo y a la incomprensión; esto, cuando la palabra que emplea posee, para la mayoría de sus contemporáneos, un sentido diferente a aquél que él elige.

En francés, el sentido común referido a la noción que nos ocupa también da lugar a malentendidos del mismo género. En primer lugar, *médiation* (*mediación*) se asemeja de manera confusa a *médiatisation* (*mediatización*), cuyo sentido moderno evoca el paso de un mensaje a través de un medio

² “De no haber sido por la mediación que hizo su madre, lo hubieran golpeado”. Academia Mexicana de la Lengua, Diccionario escolar de la AML. Recuperado el 22/08/2015 de <http://www.academia.org.mx/mediacion>

masivo de comunicación (como prensa, radio, televisión, etc.). Por su semejanza, en cuanto a la forma, a *medio* y a *mediático*, este término evoca aquello que se encuentra en medio, entre dos elementos, entre dos adversarios.

En segundo lugar, *Le Trésor de la Langue Française informatisé* (*El tesoro de la lengua francesa digitalizado*) deja ver, además de significaciones raras en música y astrología, dos grandes tipos de empleo de la palabra mediación:

Por un lado, designa el hecho de servir de intermediario entre dos o más cosas. Dentro de esta acepción, designa, desde la filosofía, la acción de servir de intermediario entre un término o un ser del cual se parte y un término o un ser al cual se llega y; desde la psicología, el proceso por el cual un conocimiento sensorial se transforma en un dato intelectual.

Por otro lado, sirve para nombrar un intermediario designado para conciliar o hacer llegar a un acuerdo, a un acomodamiento, a personas o “partes” que tengan discrepancias.³

Si confiamos en los diccionarios referidos, podemos reiterar que las significaciones desarrolladas desde la antropología de la comunicación se encuentran, de esta manera, ignoradas por el sentido común. Una búsqueda general muestra la misma situación en las diferentes lenguas que más se utilizan en los trabajos de comunicación.

Al respecto, en portugués, según el *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*, *mediação* ofrece exactamente los mismos sentidos que su equivalente en español:

³ ...une entremise destinée à concilier ou à faire parvenir à un accord, à un accommodement, des personnes ou des parties ayant des différends.

Acto ou efeito de mediar.

Intervenção.

Momento de culminação de um astro.

Cada uma das duas partes em que se divide um salmo ou um versículo.

De manera similar, en inglés, el *Oxford Dictionaries* presenta dos significados que remiten a acciones humanas:

Intervention in a dispute in order to resolve it; arbitration;

Intervention in a process or relationship; intercession.

Tales referencias presentan, así, los significados comunes y corrientes de *mediación* en español, francés, portugués e inglés. Como se observa, el valor espacial, ligado al origen etimológico del término, se mantiene como fundamental. Esta palabra designa, en contextos de conflicto, ya sea políticos, sociales, o interpersonales, una intervención humana entre dos partes. Solamente la acepción filosófica del francés (la acción de servir de intermediario entre un término o un ser del cual se parte y un término o un ser al cual se llega) presenta un parentesco con el concepto que aquí nos interesa.

Sin embargo, incluso en el seno mismo del campo académico aparece el problema de la polisemia; debemos distinguir entre los usos que se hacen de la palabra *mediación* para hacer referencia a las formaciones universitarias y aquellos que se hacen de la misma en los trabajos académicos, especialmente en la filosofía, la antropología y las ciencias de la comunicación. En el primer caso, el término *mediación* se refiere a una práctica profesional; en el segundo, éste define procesos antropológicos o antropotécnicos.

Las formaciones en *mediación* y los oficios de la *mediación*

El término *mediación* se encuentra en diferentes títulos de diplomas universitarios, como por ejemplo en los de “mediación cultural” o “mediación y resolución de conflictos”. En todas estas formaciones académicas, la mediación se refiere a una serie de actos profesionales que los estudiantes deben dominar para, así, tomar la posición de mediadores.

Mediaciones y mediadores

Entendida como una práctica, la *mediación* interviene en una situación, precisamente, a través de la acción de un mediador. Ya sea que se trate de conflictos internacionales, de diferencias entre vecinos, de la guarda o custodia compartida de un menor, la intervención de un mediador, o lo que llamamos *mediación*, puede evitar que se llegue al conflicto o al enfrentamiento directo. La *mediación* es aquí, así entendida, la injerencia de un tercero entre dos partes (Bonafé-Schmitt, 1997).

Así, los trabajadores sociales, los promotores de comunidades urbanas o rurales, y en ocasiones los magistrados, son considerados como mediadores. En la misma línea, en los momentos de conflictos sociales particularmente agudos se recurre a la ayuda de mediadores.

En España y América Latina, por ejemplo, los diplomas de mediación cultural o de mediación intercultural están encaminados a la gestión de la diversidad cultural. Se trata, en este caso, de formar actores que concilien las posiciones de dos partes confrontadas, tanto en un conflicto real –como por ejemplo una huelga– o en uno potencial –por ejemplo el enfrentamiento de culturas–, ya sea para traducir las posiciones de uno frente al otro, o para

procurar la emergencia de una situación en la que las dos partes entren en contacto y puedan llegar a un acuerdo o coexistencia.

En esta línea, podemos distinguir dos tipos de mediación. El primero refiere a actividades de mediación; los trabajadores sociales o los educadores que son llamados para intervenir entre una determinada población y la administración correspondiente –es decir, entre grupos diferentes– realizan tal papel.

Una segunda concepción de la formación en mediación, más exigente, se apoya en la propuestas de la *Teoría de la acción comunicativa* (Habermas, Ferry & Schlegel, 1988). Mientras los mediadores de la primera categoría actúan con base en una racionalidad instrumental, el objetivo del segundo tipo de mediación es permitir a las personas constituirse como actores autónomos del conflicto; los mediadores de este segundo tipo echan a andar una acción dirigida hacia una intercomprensión entre las partes y a una racionalidad comunicacional. Éstos poseen una legitimidad, ya sea profesional o social, que puede ser delegada; esto último, en el caso de que las mediaciones estén apoyadas en un texto. La mediación profesional tiene lugar cuando se acude a mediadores con base en su experiencia y competencia profesional. En cuanto a la social, ésta se funda en el hecho de que las partes presentes, en oposición, reconocen al mediador como alguien capaz de desbloquear una determinada situación. En el mejor de los casos, los diferentes tipos de legitimidades se combinan.

La mediación intercultural y de gestión de la diversidad

Ya sea que se trate de mediadores ocasionales o permanentes e institucionalizados, la tarea de mediación es una actividad de comunicación,

ya que debe suscitar las condiciones de intercomprensión entre dos partes. Para algunos autores, un nuevo modelo de regulación social aparece con el desarrollo de la *mediación* (Bonafé-Schmitt, 1997). Tanto las relaciones entre el Estado y la sociedad civil, así como las que se dan entre la esfera pública y la esfera privada, se recomponen debido a tal desarrollo.

Con base en lo anterior, conviene comprender cómo aparecen las formaciones en mediación intercultural y en gestión de la diversidad.

En el momento en que se llevan a cabo mediaciones internacionales, por ejemplo, la dimensión intercultural de los conflictos es indiscutible. Lo mismo cuando se identifica diversidad cultural al interior de barrios, de ciudades o de un país, la mediación intercultural tiene por objetivo hacer que los interlocutores, que no tienen los mismos referentes culturales, se comprendan.

El carácter resbaladizo que aparece entre ambas expresiones es, por cierto, significativo; pasamos de una posición de mediador, neutro y exterior al conflicto, a otra donde el mediador es capaz de gestionar las diferencias y, en nombre del Estado, de organizar la coexistencia de culturas diferentes. En cualquier caso, la legitimidad del mediador reposa en su exterioridad y su neutralidad o en las relaciones de confianza que establece con las diferentes partes.

Así, en el momento de conflictos entre grupos de jóvenes y autoridades del Estado, los mediadores podrían ser elegidos de entre los actores que tienen, por razones políticas, religiosas o étnicas, relaciones estrechas con los jóvenes, pero no de entre los grupos exteriores al conflicto. La legitimidad de mediador descansa, entonces, sobre las relaciones de confianza que establece, no sobre su exterioridad y su neutralidad.

En todos los casos expuestos, entendemos por *mediación* la acción realizada por un mediador, tercero que interviene entre dos partes en conflicto; su rol es permitir la concreción de la comunicación entre esas partes. Tal proceso puede existir tanto en una empresa, una familia, el vecindario, las instituciones, así como en las relaciones internacionales.

Los cuestionamientos a los que lleva esta *mediación*, que surge de la acción de comunicación y de la intervención social y/o política, se refieren a la elección del mediador y sus criterios, así como al aspecto relacionado con su éxito. En tal sentido, el buen funcionamiento de una mediación debe permitir la resolución de los conflictos.

En otros casos, la mediación cultural no se entiende como la gestión de la diversidad cultural, sino como una acción enfocada a facilitar el acceso a la cultura. Colectividades territoriales, museos (Davallon, 1999), asociaciones y centros culturales reclutan “mediadores culturales”; mismos que trabajan con diversos objetos (como el libro, las TIC o la obra de arte, etc.) en el marco de estructuras que son, éstas también, diversas (como las escuelas, los clubes, los museos, la galería de arte, el teatro, los hospitales, las prisiones, las casas de la cultura, etc.). Estos mediadores son, la mayoría de las veces, formados en el área de la comunicación.

El trabajo de los mediadores puede semejarse, en algunas ocasiones, al de agregado de prensa, en otras, al de un árbitro o al de un asistente encargado de organizar un evento o un programa, incluso al de un director de festivales, al de coordinador de contenidos de enseñanza, o al de un gestor de subvenciones. Mucho más que una profesión, la expresión “mediador cultural” abarca una gama de diversas actividades que tienen en común ejercerse en el campo de la cultura (los museos, las bibliotecas, las artes, etc.) e implica una actividad de comunicación. Así, los mediadores

culturales gestionan programas culturales y/u organizan la comunicación alrededor de esos programas culturales; son “el medio”, quien hace circular los mensajes, al mismo tiempo, se espera de ellos que creen un lazo social entre los participantes.

Se piensa, en este caso, que los creadores de la cultura –los artistas, los escritores, etc.– están alejados de sus públicos. Entonces, el mediador tiene como tarea permitir una comunicación, es decir intercambios, entre esta cultura (entendida aquí como el conjunto de todas las artes) y los individuos.

Como reconocen ciertos universitarios en comunicación:

Decir que las acciones de mediación permitirán el acceso a la cultura es, ciertamente, reconocer que existen lagunas (como la escasez de estructuras culturales en ciertas zonas), pero esto significa, al mismo tiempo, focalizarse únicamente en las instituciones culturales sin reconocer un gran número de prácticas privadas y colectivas como culturales (por ejemplo los videojuegos, la escucha musical, los mismos grupos musicales, los clubes de fans, etc.) (Dufrière & Gellereau, 2004, p. 201).

Para toda una tradición francesa, la cultura, vista de este modo, permite la emergencia de un vínculo social. En París, por ejemplo, el Centro Georges Pompidou fue creado para “favorecer la comunicación social”. La mezcla de diferentes públicos dentro de un evento artístico está pensada como un medio para crear un lazo social y, en este marco, la mediación cultural sería el medio para corregir las desigualdades sociales frente a la cultura. Ésta pone en contacto un sujeto, un soporte material –la obra– y un interlocutor que debe compartir con el primero una misma cultura. Con base en lo anterior, siempre existe la posibilidad de un malentendido entre las instituciones o los políticos, para quienes la mediación cultural es una herramienta encaminada a crear un vínculo social y ofrecer acceso al patrimonio a todos, y los investigadores en comunicación o en sociología,

para quienes la cultura no puede reducirse al conocimiento y a la visita de obras y de espacios legitimados como culturales, incluso si la acción de un personal designado para desarrollarlos (los mediadores culturales) puede facilitar tales actividades. Para los segundos existen, en efecto, muchas formas de cultura distinta a la legitimada (museos, exposiciones, conciertos, etc.); la más respaldada de éstas es el contacto con los medios masivos de comunicación, para la cual también hablamos, pero en otro sentido, de *mediación*.

En este contexto, los oficios de mediador no siempre tienen mucho que ver con el concepto de *mediación* que se desarrolla entre Europa y América Latina desde hace más de 30 años. La práctica de la mediación cultural que produce vínculo social es la que más se aproxima al concepto filosófico de mediación, en el sentido que se da a éste en los estudios de comunicación a finales del siglo XX en las regiones mencionadas.

El concepto antropológico de mediación

El concepto de *mediación* debe, ante todo, diferenciarse claramente de los procedimientos de mediatización; entendida esta última, desde la comunicación, ya sea como la difusión de un hecho desconocido, llevada a cabo a través de los medios masivos, o como el paso, a través de estos mismos medios, de un contenido preexistente.

La mediación narrativa, fundamento del conocimiento y de la interpretación

Una figura ineludible en los trabajos latinoamericanos sobre *mediación* es sin duda la de Jesús Martín-Barbero, quien, ante todo, es filósofo. Estudiante

de Paul Ricoeur en 1970, en Lovaina, durante el curso que este último dictó sobre la semántica de la acción, le propone un trabajo sobre Paulo Freire y su manera de transformar la acción del lenguaje, de acuerdo con las propuestas de Austin y Searle, en el programa de acción.

Paul Ricoeur desarrolla en aquellos años una teoría de la mediación que no dejará de influir en el desarrollo posterior de esta área. A partir del hecho de que el lenguaje consiste en que “alguien dice algo a alguien sobre algo”, Ricoeur (1986) sostiene que la filosofía del lenguaje debe “establecer, en sus funciones coordinadas, las tres mediaciones principales que hacen que el lenguaje no sea, en sí mismo, su propio fin: la mediación entre el hombre y el mundo, la mediación entre el hombre y otro hombre, la mediación entre el hombre y sí mismo”. El lenguaje es fundamentalmente mediación.

La mediación es entonces el proceso central que permite la comprensión del mundo, de los otros y de sí mismo. En efecto, no existe, explica Ricoeur, acceso de sí mismo a sí mismo, sin la mediación de los signos, de los símbolos y de los textos.

La hermenéutica de Ricoeur busca poner al día el funcionamiento de la interpretación. Lo que crea sentido –nos dice– es la transformación del tiempo en intriga, en narración. Es esta transformación la que hace al tiempo verdaderamente humano y permite la interpretación. Dicho de otra manera, sin mediación de la narración, no existe nada de interpretable para el hombre en el tiempo. “El tiempo se convierte en tiempo humano en la medida en que está articulado en un modo narrativo, y en que el relato alcanza su plena significación, cuando éste llega a ser una condición de la existencia temporal” (Ricoeur 1983, p.105).

La mediación es, para Ricoeur, un proceso previo a toda interpretación. Sin la transformación a relato, que organiza la combinación de personajes,

de acciones, de causas, de efectos, la creación de un principio y de un final, no existe significación humana del tiempo. Esta mediación entre el tiempo y la narración funda la posibilidad de la comunicación y de la interpretación (Carcassonne, 1998).

En la misma línea teórica, y específicamente desde las ciencias de la comunicación, Lamizet y Silem proponen definir la mediación, dentro del proceso comunicacional, como aquello que asegura: “la articulación entre la dimensión individual del sujeto y su singularidad, y la dimensión colectiva de la sociabilidad y del vínculo social” (1997, p. 364).

Este autor insiste en tomar en cuenta las dos dimensiones de la mediación, misma que se desarrolla a nivel simbólico, al tiempo que asegura una cohesión social:

La mediación se manifiesta a través de la emergencia de un lenguaje, de un sistema de representaciones comunes a toda una sociedad, a toda una cultura. Sin embargo, al mismo tiempo, la emergencia de este sistema de representaciones construye un sistema social, colectivo, de pensamiento, de relación, de vida: una sociabilidad. (Lamizet & Silem, 1997, p. 365)

En este sentido, tanto el lenguaje como lo simbólico son mediaciones, ya que ambos garantizan la apropiación de los códigos colectivos por parte del sujeto. Lo medios masivos y las diferentes formas sociales de comunicación también son mediaciones, puesto que permiten asegurar que se comparta la información constitutiva de una cultura colectiva y de la identidad de un grupo. Al ver la televisión o al leer un periódico, yo ejerzo una actividad personal pero al mismo tiempo promuevo la pertenencia a un grupo, ya sea que se llame audiencia o lectorado. La puesta en marcha de las mediaciones, según Lamizet y Silem (1997), marca la aparición de lo social en la vida personal. La mediación no puede concretarse sin pagar

el precio de la represión de aquello que no puede ser puesto en común. Ésta descansa en un olvido de lo singular, lo que permite la concreción de una pertenencia colectiva.

Esta concepción es mucho más ambiciosa que aquella que concibe la mediación como una práctica profesional. Permite contemplar, según el mismo movimiento intelectual, la constitución de identidades tanto individuales como colectivas y la articulación de estas identidades en procesos políticos, culturales, mediáticos, al tiempo que se reconoce a la comunicación un rol central.

A su llegada a América Latina, después de haber realizado sus estudios en Europa, Jesús Martín-Barbero adapta el concepto de mediación al terreno latinoamericano pero conserva la idea de que la mediación da su forma al vínculo social y a las identidades colectivas.

Por una parte, las mediaciones están en la base del vínculo social. Por otra, las formas que les dan los medios masivos, y particularmente la televisión, reconfiguran totalmente este lazo social: “lo que estamos viviendo no es la disolución de la política sino la reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y la representación de los vínculos que cohesionan una sociedad” (Martín-Barbero, 1997, p. 50).

En su obra maestra, *De los medios a las mediaciones*, Jesús Martín-Barbero (1998) estudia los procesos de constitución de la cultura de masas, al tiempo que rechaza definirla como una degradación de la cultura de las élites.

Para comprender cómo se constituye la cultura de masas, Martín-Barbero contempla, desde el punto de vista de las mediaciones y de los sujetos, procesos que se sitúan en el punto de articulación entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales. Para él, la mediación es una

instancia cultural a partir de la cual el público de los medios produce, al tiempo que se lo apropia, el sentido del proceso de comunicación. Explica que es imposible, desde América latina, considerar las diferencias culturales como un efecto de la contracultura o como un objeto de museo. En América Latina existen movimientos culturales poderosos, tanto en el seno de las minorías indígenas o negras –cuya cultura es indiscutiblemente diferente de la cultura que Martín-Barbero, con base en Adorno y Horkheimer, llama legítimada, desde la lógica de la mercancía– como en los nuevos movimientos urbanos. La urbanización de este continente, que ha alcanzado el 80%, ha sido una de las más rápidas del siglo XX. La aparición de las masas y la visibilidad de sus culturas representan un hecho central en este continente, marcado por el dinamismo de sus formas culturales, los cambios rápidos, el auge de los medios masivos y sus transformaciones sociales aceleradas.

Mediación e identidad cultural

En este contexto, la mediación aparece como un proceso íntimamente ligado a la identidad cultural. Las mediaciones se llevan a cabo de manera diferenciada según el género, la clase social, la etnicidad, etcétera.

Al abordar las transformaciones de la vida cultural, política y mediática, Jesús Martín-Barbero (2001) propone el concepto de mass-mediación. Los medios masivos se han convertido, en efecto, en una parte constitutiva de la vida política, en el marco de los cambios ligados a aquello que hemos convenido llamar la entrada a la modernidad y el fin de las sociedades tradicionales.

La entrada a la modernidad está marcada por el desencantamiento del mundo del que ya hablaba Max Weber (1919). La racionalización

moderna ha creado sociedades sin misterio y sin sentido propio, cuyo único valor es el dinero y donde la comunidad, la solidaridad o el altruismo se borran, desaparecen. Para Martín-Barbero (2001), la globalización, que nos conecta a todo aquello que tiene valor en el sentido capitalista y monetario y nos desconecta de aquello que no lo tiene, es el punto de llegada del desencantamiento del mundo. Ésta arranca todo misterio a un mundo completamente racionalizado, sobrevalorado (en su dimensión de propiedad privada), pero vacío de sentido.

Este movimiento tiene varias consecuencias

La primera es la búsqueda de un olvido extasiado (palabra que este autor forma con base en el nombre de la droga –éxtasis–) en un ambiente neo tribal perceptible en delirios. La segunda es la aceleración del tiempo y la recomposición de los espacios. La tercera es el estallamiento de los relatos que estaban en la base de las antiguas identidades. De la misma manera en que las narraciones servían, en otros tiempos, para intercambiar experiencias y para poner en común, de esta misma forma, la práctica audiovisual, basada en el *zapping*, da nacimiento a narraciones fragmentadas como el clip, que ya no permiten intercambio y, entonces, ya no da origen a identidades.

Esta recomposición de temporalidades y de espacios ha provocado un vacío identitario profundo. Al respecto, la política ya no puede, actualmente, enlazar la racionalidad económica –marcada por la desestabilización del mundo laboral–, con la mercantilización generalizada y con la necesidad identitaria –resultado del derrumbamiento de los referentes que estaban en la base de las viejas identidades.

La atomización de los públicos de la política, y su transformación en audiencias sondeables, es inseparable de la crisis que atraviesa la representación cuando el deterioro de los lazos de la cohesión que

introduce la política neoliberal se ve atravesado por el enrarecimiento de las dimensiones simbólicas que produce hoy la mediación tecnológica. (Martín-Barbero, 2011, p. 29)

Mass-mediación, modernidad y desencantamiento

Según Martín-Barbero (1998), en este desfase, manifiesto en el mundo conectado y moderno, se sitúa el rol de la mass-mediación; el trabajo de los periodistas y de los expertos. Su tarea consiste en llevar a cabo aquello que la esfera de lo político ya no sabe hacer: es decir, establecer una mediación entre los saberes expertos, característicos de la modernidad, y los saberes sociales creados y utilizados en los diferentes grupos y comunidades. La tarea fundamental de los periodistas es ofrecer a los ciudadanos una información que les permita dialogar, conversar, exigir y debatir sobre lo que les concierne. Los mediadores-comunicadores, implicados en la mass-mediación, tienen como rol histórico reemplazar las políticas que han fallado en su misión, aquellas que ya no saben enlazar conocimiento experto y movimientos sociales.

El mediador televisivo

Llegado este punto, a través de un curioso viraje, regresamos casi a la definición inicial de la noción que nos ocupa, aquella que contempla la *mediación* como un puente entre grupos que ya no pueden comunicarse... En este sentido, los medios masivos, y de manera singular los periodistas, tendrían como papel construir puentes entre las prácticas sociales y culturales de las audiencias y los conocimientos racionales de la modernidad, entre el mundo capitalista globalizado y la necesidad de identidad, y deberían

ocupar el rol abandonado por los políticos que ya no se preocupan por dar un sentido a la vida.

Dicho esto, tenemos que distintas definiciones de la *mediación* son contradictorias entre ellas, cuestión que no contribuye a clarificar la comprensión del concepto.

Para algunos, el mediador, en el contexto audiovisual, es aquel que asegura el enlace entre aquello que existe en pro de la emisión y el público. Para otros, la *mediación* es, ya sea una instancia, o un proceso que tiene que ver con el objetivo del mensaje, el público o la audiencia del medio.

Otro enfoque, más desde la técnica que desde la antropología, permite aproximarse al concepto de mediación en lo que concierne a su desarrollo en ambos lados del Atlántico. El estudio de la mediación técnica se apega a los procesos de mediación que tienen lugar en la televisión, y más recientemente, en las pantallas informáticas, cuestionando al mismo tiempo el rol de los diferentes actores implicados y los inconvenientes que implica la herramienta técnica frente a tal proceso.

Pierre Schaeffer (1970), profesional del audiovisual e investigador, observa el proceso de producción de las emisiones y define al mediador como aquel que hace pasar algo de un medio autorizado al gran público. En este contexto, si bien un autor se define por la notoriedad que ha adquirido y por las expectativas que asume de su público, el rol del mediador es transmitir la obra del autor a un gran público, el del medio audiovisual. Su papel no es el mismo que el del autor del mensaje; que incluso, a veces, utiliza como un animal a poner en escena. En ese sentido, el animador de los programas de televisión de concurso o de los *talk show* es un mediador entre los participantes y el público. Así, vemos en la pantalla una serie de mediadores (los periodistas, los animadores, los continuistas del juego, etc.),

mientras que los autores, como el realizador y su equipo técnico, se quedan tras bambalinas.

En este sentido, Abraham Moles y Jean Oulif (1967), teóricos franceses de las ciencias de la comunicación, establecen un lazo entre mediación y vulgarización científica:

Una nueva función se impone en la sociedad: la de mediación. El intercesor será responsable de comunicar los elementos de pensamiento entre quienes los fabrican, en lenguaje abstracto pero necesario, y quienes eventualmente deberán, después de acceder a la información, tener control de las decisiones que de ello resultan; esto gracias también a la transformación de ese lenguaje abstracto en un sistema altamente coherente. (Moles & Oulif, 1967, p. 59)

Visto así, la mediación implica, como la vulgarización, una traducción. Esto funciona más o menos como en la comunicación científica. Jacques Siracusa (2001), quien lleva a cabo una observación sociológica en los escenarios de noticiarios televisivos, habla, con respecto del noticiero televisivo, de los “intermediarios de conocimientos”. Así, este autor nombra el ángulo, el esquema que está en la mente del redactor y representa una especie de contrato hecho entre la redacción y los equipos de producción, a quienes se les pide “esclarecer determinado aspecto de un problema general que no puede ser resumido en dos minutos” (Siracusa, 2001, p. 136).

Para él, el dispositivo de filmación es también un intermediario de conocimientos, ya que recorta las informaciones a las que da formato. Desde este punto de vista, entre el mundo, tal y como es presentado en el noticiero televisivo, y aquel que el telespectador ve, hay una mediación que es en parte técnica (la manera de designar, el montaje, etc.) y en parte humana (las oficinas –es decir la redacción– y los equipos de trabajo que ahí participan,

frecuentemente de forma conflictiva). Los procesos de mediación permiten la producción de una secuencia audiovisual que lleva al telespectador a acceder a una parte del mundo que, en otras circunstancias, le es ajena.

Orozco (1999), por su parte, define la mediación televisiva como el producto de la interacción entre la televisión y su público; con ello intenta reaccionar contra las tesis norteamericanas de la teoría de los *Usos y gratificaciones*. Así, la mediación es una especie de filtro explícito entre un sujeto y un fragmento de información (McQuail, 1983). Ésta es resultado del control social en la reproducción de lo real destinada al público de los medios (Martín Serrano, 1987). La mediación, precisa Orozco (1999), es un proceso estructurante que configura y reconfigura la interacción de los miembros de la audiencia con la televisión, además de la creación de sentido otorgado a esta interacción por parte del público.

Orozco (1999) toma en cuenta las mediaciones individuales, sociales y técnicas. La mediación individual es la que corresponde al sujeto; ésta es ante todo cognitiva. Así, cada sujeto tiene sus formas de aprender y conocer; éste posee estructuras mentales que condicionan (en el doble sentido de hacer posible y de dar una forma) los conocimientos que adquiere. Existe entonces una mediación cognitiva. Pero el género (la diferencia de percepción inducida debido a la pertenencia a un sexo), la edad, la cultura, la etnicidad, contribuyen también a definir la mediación individual.

Un segundo tipo de mediación es el que se refiere a la mediación social. La familia –grupo fundamental de recepción de la televisión–, la escuela y los grupos de amigos definen, cada uno a su manera, las estructuras de mediación colectiva que se añaden a las mediaciones individuales. La pertenencia a un grupo o una institución, como lugar de recepción de las

emisiones, da una cierta significación y una cierta forma a las interacciones entre la televisión y su público, y condicionan el sentido que este público atribuye a las emisiones (Orozco, 1999).

Por último, Orozco (1999) toma en cuenta la mediación tecnológica. Existen comunidades de apropiación del mensaje de la televisión, que son al mismo tiempo comunidades de interpretación de este medio. La audiencia de la televisión no es entonces monolítica, sino fragmentada: cada grupo interpreta a su manera aquello que todos ven.

Por otra parte, desde un punto de vista sociológico, Rouquette (2002) habla de la mediación obligatoria del organizador de debate, en cuanto a los debates televisivos se refiere. El mediador, a partir de la posesión de fichas sobre cada uno de los expertos invitados a un debate, le es necesario recitar las correspondientes historias de la manera más acertada posible. Los procedimientos de toma de la palabra, las insistencias, las provocaciones, la organización espacial del estudio, los planos elegidos para presentar el debate, permiten ordenar las intervenciones y al mismo tiempo ofrecer al telespectador la imagen de un debate construido según una lógica que va de la informativa a la del espectáculo.

Esta concepción de la mediación, en la que se toma en cuenta aquello que se encuentra entre el mundo y el espectador, consiste en entender por mediación un conjunto de herramientas técnicas (la cámara, el micrófono, etc.) y profesionales (el camarógrafo, el periodista, el animador de juegos, los redactores de un noticiario televisivo, etc.) que entran en juego al momento de la elección, del formato, de hecho, de la traducción, para el público, de elementos que no pueden pasar sin filtro a la pantalla.

Mediación técnica y transformación del político

Dicho esto, Martín-Barbero explica cómo la mediación televisiva permite al político entrar completamente en el espacio privado de cada hogar:

Si la televisión le exige a la política negociar las formas de su mediación es porque ese medio le proporciona por primera vez acceso al eje de la mirada, ...desde el que la política no sólo puede penetrar el espacio doméstico sino reintroducir en su discurso la corporeidad, la gestualidad y la teatralidad. (2011, p. 32)

La mediación técnica de la televisión transforma las condiciones de la acción política.

El concepto guarda, de todas maneras, una cierta confusión en la medida en que parece imposible enumerar una lista precisa de los actores, herramientas técnicas y procesos que recubre la mediación técnica. Esta comprende al mismo tiempo los actores, las técnicas y los dispositivos de la producción televisiva.

El interés en esta noción es, de todas formas, indiscutible. Primero, éste recuerda que todo mensaje audiovisual es una construcción y no un reflejo de lo real, de la realidad. Éste resulta de procesos, de intenciones, de normas de producción, de conflictos –como aquellos que existen en la esfera misma de producción–. Después, estas reflexiones nos obligan a considerar tal conjunto como complejo, en el sentido que Edgar Morin (1995) da a esta palabra: él pone en juego los diferentes niveles de la realidad e implica habilidades técnicas, semióticas y sociales que interactúan las unas con las otras.

Realidades técnicas debido a que la máquina impone sus leyes y su funcionamiento, mismos que condicionan una determinada forma del mensaje.

Realidad semiótica debido a que sus procesos buscan dar al telespectador una representación del mundo (como en el noticiero televisivo), del juego, del debate, que tendrá sentido para él.

Realidad social debido a que la mediación, así entendida, se produce a través de la intervención de actores que tienen cada uno sus intereses, su manera de considerar el mensaje audiovisual, su trabajo; porque esas visiones y esas prácticas que no son homogéneas, constituyen juegos de poder y dan lugar a conflictos y a negociaciones permanentes.

Conclusión

El término mediación aparece, entonces, legítimamente en gran parte de los trabajos de las ciencias de la comunicación. No obstante conviene circunscribir perfectamente, en todos los casos, el sentido exacto que se le da, los autores a los que uno se refiere y el objetivo de su utilización.

La mediación representa, primero, en los planes de estudio de formación en las facultades y departamentos de comunicación, un cierto número de oficios en pleno desarrollo que preparan profesionales en ciertas líneas de estudio de comunicación. Tanto los mediadores comunitarios como los mediadores culturales trabajan, sin duda, en oficios de la comunicación. Ellos están implicados en las políticas públicas y privadas de gestión de la diversidad, en las políticas de comunicación de las instituciones culturales, etcétera.

En el plano de investigación, el concepto de mediación ya no designa actos profesionales ni reenvía a una noción instrumental de la comunicación. A partir de las propuestas de Ricoeur (1983), la palabra designa un

proceso indispensable para la creación de significación y de identidades. Comprendemos la mediación como un conjunto de procesos que permiten la creación de un vínculo social.

La mediación tiene que ver, por otra parte, con la traducción en el sentido de Latour (2001):

desplazamiento, deriva, invención o mediación: la creación de un lazo que no existía con anterioridad y que en cierta medida modifica a los dos iniciales. (p. 214)

Ésta permite transmitir, a un público, un contenido especializado, que inicialmente no le estaba destinado. El mismo término es utilizado con respecto de los medios masivos, en los cuales uno identifica dispositivos de mediación humanos y técnicos. Podemos también, a partir de la mediación, abordar las relaciones entre las culturas de los medios masivos y las culturas populares.

Más allá de esta variedad de contextos de empleo del término, el sentido de mediación se esclarece cuando, pasando a un nivel conceptual, y ya no profesional, le vemos como aquello que permite la pertenencia de un sujeto a un grupo, articulando el carácter único del sujeto a sus afiliaciones diversas. El sentido que Ricoeur (1983), Martín-Barbero (1998) y Lamizet (1999) dan a la mediación permite poner en narración lo real y, a partir de ahí, atribuirle una significación y transmitir esta significación. Del mismo modo, la mediación es lo que permite dar un sentido al *yo*, al grupo, fundando, a través de la puesta en la narración, las identidades tanto personales como colectivas.

Desde este punto de vista, las ciencias de la comunicación podrían, sin problema, ser comprendidas como ciencias de la mediación.

Referencias

- Bonafé-Schmitt, J. (1997). Les médiations. *Communication et organisation*, 11. Recuperado el 20/07/2015 de <http://communicationorganisation.revues.org/1914>
- Carcassonne, M. (1998). Les notions de médiation et de mimèsis chez Paul Ricoeur: présentation et commentaires. *Hermès*, (22), 53-56.
- Davallon, J. (1999). *L'exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris & Montréal-Québec: L'Harmattan.
- Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. (2008-2013). Recuperado el 20/08/2015 de <https://www.priberam.pt/DLPO/>
- Dufrène, B. & Gellereau, M. (2004). La médiation culturelle. Enjeux professionnels et politiques, *Hermès*, (38), 199-206.
- El Diccionario de la lengua española. (2014). Recuperado el 20/08/2015 de <http://lema.rae.es/drae/?val=mediar>
- Habermas, J., Ferry, J. M. & Schlegel, J. L. (1988). *Théorie de l'agir communicationnel*. T. 1: Rationalité de l'agir et rationalisation de la société, T. 2.: Pour une critique de la raison fonctionnaliste. Paris: Fayard.
- Lamizet, B. (1999). *La médiation culturelle*. Paris: L'Harmattan.
- Lamizet, B. & Silem, A. (1997). *Dictionnaire encyclopédique des Sciences de l'information et de la communication*. Paris: Ellipses.
- Latour, B. (2001). *La esperanza de Pandora. Ensayos sobre la realidad de los estudios de la ciencia*. Barcelona: Gedisa.
- Le Trésor de la Langue Française informatisé, CNRS, Université de Lorraine. Artículo "médiation" Recuperado el 20/08/2015 de <http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=1504112910>
- Mallarmé, S. (1992 [1877]). *Poésies*. Paris: Gallimard.
- Martín-Barbero, J. (1997). El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación. *Nueva Sociedad*, (161), 43-56.

- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Martin-Barbero, J. (2001). Cambios en el tejido cultural y massmediación de la política. E Bonilla, J. I. K. y Patiño, G. (Dirs.), *Comunicación y política* (pp. 20-28). Bogotá: CEJA.
- Martín-Barbero, J. (2011). Razón técnica y razón política: espacios/tiempos no pensados. *Revista ALAIC*, (1), 22-37.
- Martín Serrano, M. (1987). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.
- McQuail, D. (1983). *Mass communication theory; an Introduction*. Londres: Sage.
- Moles, A. & Oulif, J-M. (1967). Le Troisième homme : vulgarisation scientifique et radio. *Diogène*, (58), 29-40.
- Morin, E. (1995). *El pensamiento complejo*. Madrid: Gedisa.
- Orozco, G. (1999). Educación para la recepción y valores democráticos en América Latina. *Revista Comunicar*, (13), 23-27.
- Oxford Dictionaries. Recuperado el 22/08/2015 de http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/ingles_americano/mediation
- Ricoeur, P. (1983). *Temps et récit, tome 1*. Paris: Seuil.
- Ricoeur, P. (1986). Rhétorique, poésie herméneutique. In Perelman, C. & Meyer, M. *De la Métaphysique à la Rhétorique*. Essais à la Mémoire de Chaïm Perelman avec un inédit sur la logique. Recuperado de bib.ulb.ac.be/2010/DL2353705_000_f.pdf
- Rouquette, S. (2002). *Vie et mort des débats télévisés, 1958-2000*. Bruxelles: INA, De Boeck.
- Schaeffer, P. (1970). *Machines à communiquer. Genèse des simulacres*. Paris: Seuil.
- Siracusa, J. (2001). *Le JT, machine à décrire. Sociologie du travail des reporters à la télévision*. Bruxelles: INA, De Boeck.
- Weber, M. (1919). *Wissenschaft als beruf*. Berlin: Duncker & Humblot.

**La comunidad de
investigadores de
comunicación en México**

Bitácora AMIC para pensar y concertar la comunicación

Delia Crovi Druetta¹

Una de las grandes deudas del campo de conocimiento de la comunicación, consigo mismo, es contar su propia historia mediante relatos generales o detallados que den cuenta de su devenir. Seguido notamos esta ausencia de referentes sobre lo realizado y lo producido, factores que en este y otros campos constituyen un pilar fundamental para fortalecer los procesos identitarios de las comunidades académicas. Sin embargo, nuestra historia representa sólo un fragmento entre las preocupaciones temáticas de la comunicación, renovadas tenazmente en la medida en que su injerencia social se multiplica y complejiza.

Desde esa ausencia de registros, la fuerza de nuestra construcción así como la argumentación del núcleo disciplinar, se debilitan. Si bien es cierto que a partir de los procesos de digitalización se abrieron nuevos canales para compartir y registrar saberes, es también cierto que las discusiones sobre

¹ Doctora en Estudios Latinoamericanos. Profesora de Tiempo Completo Titular C, Definitiva, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel III, Conacyt. crovidelia@gmail.com

nuestro campo son muy anteriores a estas innovaciones. Corresponden a los tiempos en que para la academia, núcleo duro de este discutir y pensar, no era tan necesario publicar y compartir: el trabajo era entonces solitario y esporádico, inspirado más por el hacer que por el escribir. En parte, el actual proceso de méritos y evaluaciones de la producción científica, es también el que nos ha impulsado y conducido a recuperar los registros, jerarquizar las fuentes, reunir lo que está disperso.

Este artículo tiene el objetivo de contribuir, en una pequeña escala, al tejido de los saberes de nuestro campo, manifestados en diferentes espacios y lenguajes. En este caso, me referiré específicamente a los encuentros que viene realizando la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) desde 1980 hasta 2015. Con temas, características y sedes diferentes, a lo largo de estos años, la AMIC ha sido espejo de la evolución del campo, tanto desde el momento en que se escogió cada uno de los temas tratados en los encuentros nacionales, como en los trabajos presentados para la discusión de una academia que empezó a construirse desde la labor de un pequeño núcleo de colegas, pero que se fue ampliando en la medida en que se abría a incursiones insospechadas.

No busco relatar la historia de AMIC sino reflexionar e interpretar sus hitos y abordajes temáticos, con una mirada que no pretende ser ni exhaustiva ni unívoca. Busco presentar, por un lado, un conjunto de ideas que anime a otros investigadores a completarlas, y por otro, invitarlos a que refieran sus propias experiencias en otros relatos, complementarios o no con este artículo. Tomaré como referente la experiencia regional de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) que a veces de manera explícita y otras tácita, ha establecido un puente con otros países y asociaciones de América Latina, y específicamente con AMIC. En cada nación las historias de las asociaciones pueden parecer similares a la

distancia, no obstante, cada una escribe una historia singular determinada por las condiciones de cada país.

Una lectura personal de los encuentros de AMIC, me permite distinguir al menos tres períodos que responden a situaciones político-sociales coyunturales, pero también a la propia evolución de aspectos nodales que repercuten en el campo, como es la educación superior nacional. Denomino de manera general a estos tres periodos como:

1. Inicios de AMIC: sus fundamentos y propuestas
2. La globalización neoliberal
3. La investigación y sus desafíos en el siglo XXI

Creo necesario enfatizar que segmentar en períodos el devenir de AMIC no implica crear compartimentos de tiempo estancos, sino separar ideas ejes y tendencias dentro de un proceso de vasos comunicantes y construcción histórica donde nada es gratuito, sino que el pasado alimenta al presente y presagia el futuro.

Inicios de AMIC: sus fundamentos y propuestas

El 24 de abril de 1979 nace la AMIC en una Asamblea general llevada a cabo en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Xochimilco. Según su Declaración de Principios del 11 de junio de 1979, dada a conocer en el primer boletín AMIC publicado en octubre del mismo año, la naciente asociación se define como:

...un organismo gremial y, a la vez, el ámbito de intercambio de ideas y experiencias, de discusión y programación científica, de examen y análisis de políticas de comunicación, de crítica y de formulación de iniciativas en todo lo referente al campo de la comunicación en el país. (AMIC, 1979)

En aquella ocasión estuvieron presentes 54 investigadores, una cifra importante si pensamos en que esos años la labor académica se aglutinaba básicamente en la docencia del nivel licenciatura y en pocos casos había condiciones para una investigación sistemática. Al definirse como un organismo gremial, se define también como un colectivo de reflexión y pensamiento, tanto sobre las prácticas como sobre las ideas. Destaca asimismo, el lugar que se otorga a las políticas de comunicación, una preocupación que ha estado presente tanto a nivel nacional como regional, en estos casi 40 años. Es importante señalar que en su definición AMIC deja abierta la posibilidad de formular iniciativas sobre el campo, sin indicar su ámbito de incidencia, lo cual le permite desplegar un abanico de posibilidades para la acción, frente al ámbito gubernamental y ante la sociedad civil.

En la misma circunstancia inaugural la AMIC fija sus principios fundacionales:

1. La conquista y defensa de la independencia cultural en el ámbito de la comunicación social.
2. La transformación de los sistemas nacionales e internacionales de comunicación para ponerlos al servicio de las más urgentes necesidades de la población.
3. La defensa de los intereses científico-académicos y gremiales de los investigadores de la comunicación.
4. El mejoramiento de la formación profesional, así como de los proyectos, diseños y métodos de investigación con el objeto de que sirvan de punto de partida para la toma de decisiones a favor de México y su pueblo.

Como en la fundación de ALAIC, ocurrida apenas un año antes (1978) en Caracas, Venezuela; AMIC otorga protagonismo a quienes buscaban estudiar científicamente la comunicación, sin dejar de mencionar el

desempeño profesional, ya que por entonces esta doble vertiente era ejercida por algunos colegas. Fue desde ese enfoque germinal que la Asociación se orientó hacia la producción académica, pero sin abandonar incursiones (puntuales y menos frecuentes) sobre el hacer mismo de la comunicación frente a la realidad nacional.

Desde mi perspectiva, la creación de asociaciones nacionales e internacionales en los 70,² marca el inicio de una diferenciación entre producción académica, hasta entonces básicamente situada en la docencia, y la práctica profesional. Recordemos que en esos años muchas escuelas formaban periodistas y apenas comenzaban a perfilar el concepto comunicación como una actividad más amplia, que va más allá de los medios para situarse en las mediaciones sociales y en la creación simbólica.³ No obstante, esta doble mirada sobre el campo no significa una ruptura, sino que evidencia la necesidad de contar con estudios científicos que den cuenta de procesos diversos del campo que van más allá de lo profesional, para situarse en lo económico, lo social, lo cultural, lo educativo, por sólo mencionar algunos de sus ámbitos de incidencia.

Pierre Bourdieu explica este momento mediante la noción de conocimiento reflexivo, con la que define aquella situación en la que

2 ININCO, Instituto de Investigaciones de la Comunicación de Venezuela, nace en abril de 1974 sobre las bases del antiguo Instituto de Investigaciones de Prensa el cual fue creado en 1958. Su primer director fue Antonio Pasquali y su fin es agrupar a investigadores del área. Por su parte, INTERCOM, asociación brasileña que aglutina a profesionales de la comunicación, fue creada en diciembre de 1977, en Sao Paulo, Brasil. Su preocupación está puesta desde entonces en compartir información e investigaciones sobre el campo. Por su historia, el número de agremiados y la labor realizada, INTERCOM es la mayor asociación de investigadores de la región.

3 La separación de ejercicio profesional y el estudio científico de la comunicación, así como un viraje que recupera el papel activo de las audiencias, daría lugar años más tarde a una obra fundamental del campo: Jesús Martín Barbero (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*, publicada en México, D.F. por Gustavo Gili editores.

comenzamos a racionalizar nuestras prácticas. Mediante este proceso se recapacita sobre el hecho de que nuestra formación cultural, social y nuestra posición en un campo particular, delinear y estructuran el modo de ver el mundo y sus fenómenos sociales (Bourdieu en Urbizagástegui, 2009). Se trata de una objetivación de las prácticas que nos permite pensar en torno a ellas desde nuestro particular punto de vista y experiencia personal.

Como indicador de este proceso de racionalización, dos acontecimientos que tuvieron lugar a finales de los 70 indican la importancia emergente de los temas de comunicación: en 1976 se llevó a cabo en San José de Costa Rica, la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Latinoamérica y el Caribe; y en 1980 el Fondo de Cultura Económica publicó en México la obra *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo* (MacBride, 1980) -mejor conocida como *Informe MacBride*-, que reporta las discusiones de la Comisión internacional sobre problemas de la Comunicación, creada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y coordinada por Sean MacBride. Ambas reuniones se sumaron a otras anteriores y apuntaron a dibujar un nuevo orden informativo internacional, por entonces centralizado en decisiones informativas de los países centrales. La búsqueda de equidad para alcanzar una lectura más diversa del mundo y sus regiones, acaparó las agendas de esos años y permitió pensar en un mundo ecuánime en materia comunicativa.

En este contexto y en correlación con la importancia de las discusiones en torno a la comunicación pública, el 3 de julio de 1980, en el marco de las audiencias públicas sobre Derecho a la información, AMIC entregó a la Cámara de Diputados un diagnóstico de 420 páginas sobre los medios de difusión y propuestas para la reglamentación del Artículo 6º Constitucional.⁴

⁴ Como sabemos, en la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, el artículo 6º

Un esfuerzo sin duda enorme si consideramos que se trataba aún de un pequeño colectivo con propósitos comunes. Esta aportación reafirma la voluntad de incidir en las discusiones nacionales sobre comunicación social, uniendo el pensar con el hacer.

Producto de la coyuntura nacional e internacional, así como debido a una inquietud temprana por el derecho a la información, la Asociación se abre hacia un tema que estaría presente a lo largo de muchos años. Es posible afirmar que, también por condiciones nacionales e internacionales, en los últimos dos lustros la importancia del tema resurgió. Y es que el derecho a la información está ligado estrechamente al ejercicio periodístico, lacerado de diferentes formas; pero también se relaciona con el derecho de los ciudadanos a estar informados de manera veraz y contextualizada; así como a la academia y su libertad de publicar soberanamente puntos de vista y resultados de estudios que pueden ser contradictorios con las interpretaciones hegemónicas del campo. Las reflexiones permanentes sobre el tema no han dado hasta ahora los frutos esperados en materia legal, debido a que en su ejercicio este derecho ha estado y está expuesto a formas variadas y complejas de control.

Apenas un año más tarde del diagnóstico sobre derecho a la información, AMIC presentó en 1981 su revista *Connotaciones*, dirigida por Miguel Ángel Granados Chapa y con el trabajo tenaz de Florence Toussaint como jefa de redacción. En dos años se publicaron cuatro números que muestran la necesidad de escribir y sistematizar las reflexiones que estaban teniendo lugar tanto en la Asociación como en el núcleo académico y profesional que la impulsaba.

En 1998, AMIC retomó su tradición de producir material impreso al

se refiere a la libertad en la manifestación de las ideas y al libre acceso a la información, un tema abordado recurrentemente en las asociaciones nacionales de comunicación, así como en ALAIC.

publicar su Directorio de Investigadores, al cual siguió en 2000 el primero de una serie de libros colectivos anuales, que cuentan con la participación activa de sus agremiados. Están también las versiones digitales de los encuentros recientes, pero existe un lapso amplio de poco más de 20 años, en los cuales los registros de las reflexiones llevadas a cabo por los miembros de la Asociación, son difíciles de localizar. Algunos artículos, así como tesis de grado y posgrado⁵ refieren parcialmente esos periodos de silencio, aportando datos sobre la construcción del campo desde nuestra Asociación.

La primera reunión nacional de AMIC tuvo lugar del 24 al 26 de septiembre de 1980 en la UAM-Xochimilco, con el tema: “La investigación en Comunicación en México y política general de comunicación del Estado mexicano”. Se integraron seis mesas de trabajo, todas circunscritas a la investigación de la comunicación en México: corrientes teóricas que han influido en la investigación; papel de la investigación en la enseñanza; investigación sobre la función político-ideológica de los medios; investigación acerca de la estructura de poder mediática; investigación sobre comunicación alternativa; e investigación y política de comunicación. Estos temas refieren tanto los ejes germinales que orientaron la creación de AMIC, como los coyunturales y también el reconocimiento de una academia que comenzaba a organizarse como tal.

Los temas que se abordan en los congresos de AMIC y de ALAIC en los primeros años, buscan responder a un proceso de construcción de identidad: ¿quiénes somos?, ¿qué hacemos?, ¿cómo lo hacemos?, ¿cómo podemos mejorar lo que estamos haciendo?, ¿cómo lo hacen los demás?, ¿cómo son

5 Aunque existen otras difíciles de localizar, en la base de datos TESIUNAM figura el trabajo de: Luna López, Ma. Guadalupe. (1994). *Descripción y análisis de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, A.C. (AMIC)*. Tesis de licenciatura sin publicar. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México. Existen además, numerosos artículos en publicaciones académicas y periódicas que merecerían formar parte de un registro cuidadoso para recuperar los datos que aportan.

nuestros medios? En el caso de AMIC los temas estuvieron sujetos a un mejor conocimiento nacional del sistema mediático y de los desafíos que se presentaban en los albores de una investigación sistemática del campo.

Las fuentes y referentes bibliográficas de entonces miraban, en buena medida, más hacia los países centrales, olvidando que también América Latina tenía una producción destacada pero con algunos problemas que aún subsisten: poca difusión, mala distribución de lo publicado y falta de legitimidad de lo que nosotros mismos vemos, analizamos, decimos. Esto ha dado lugar a una mirada decolonizadora que reivindica los saberes regionales sobre la comunicación, con el fin de evitar su silenciamiento y exclusión.

La globalización neoliberal

En los años 80 se produce el cambio político-económico que conocemos como globalización neoliberal, que se extiende a buena parte del mundo y que en México sitúa su emergencia en 1982. El nuevo modelo repercute en las más diversas áreas del quehacer social, entre las que la comunicación no queda al margen, sobre todo en dos aspectos sensibles: la privatización de los sistemas de medios hasta entonces en manos del Estado y el surgimiento de las telecomunicaciones como un nuevo sector con implicaciones en lo económico, cultural, educativo y en las prácticas cotidianas. El nuevo modelo identifica en la comunicación un canal para difundir sus ventajas, propiciando al mismo tiempo, la mediatización de un número creciente de actividades. Los conceptos *sociedad de la información* y luego *sociedad del conocimiento*, que no discutiré ahora, se asientan en recursos comunicativos (Crovi, 2004).

También la ALAIC experimenta transformaciones que son producto de las nuevas reglas del juego académico surgido al amparo del neoliberalismo. Recordemos que América Latina había realizado ya destacadas aportaciones críticas al campo de la comunicación, debido a que se enfrentó de manera temprana con la creación de fuertes grupos monopólicos y oligopólicos del sector mediático, que extenderían posteriormente su influencia y su modelo concentrador al sector telecomunicaciones. Para quienes entonces vieron surgir el poder económico del sector mediático, que a la vez se afianzaba como instrumento simbólico, la crítica derivó de una lectura directa de la propia realidad, tal como quedó registrado en los trabajos de esos años.⁶ No obstante, el control de la producción científico social, ejercido durante el periodo que se considera de preparación a la postura neoliberal y la propia propuesta de este modelo, los llevó a morigerar sus propios puntos de vista críticos. Por ello, a nivel regional se tiende a pensar que existe una pérdida del pensamiento crítico, situado en dos causas: las dictaduras militares y gobiernos autoritarios (60, 70 y en parte 80), y la imposición del modelo neoliberal.

ALAIC, que había perdido su continuidad inicial, se refunda en Florianópolis, Brasil, en 1989, planteándose dos objetivos precisos: legalizar la Asociación, y reagrupar a los investigadores con el fin de organizar el primer congreso regional. Las metas se consolidan en agosto de 1992 con el congreso realizado en Embú-Guaçu, Brasil, ocasión en la que Luis Ramiro Beltrán expresó una idea medular: debían pasar de la protesta a la propuesta. Nada más adecuado para aquel momento en que la construcción del saber

6 Recordemos, por ejemplo, la obra coordinada por Raúl Trejo Delarbre (1985) *Televisa el quinto poder*, México, Claves Latinoamericanas (<https://rtrejo.files.wordpress.com/2012/08/televisa-el-quinto-poder.pdf>), en la que miembros de la AMIC expresan sus opiniones sobre el consorcio televisivo privado.

comunicacional se estaba consolidando y ya se contaban con argumentos para justificar el diálogo con los interlocutores encargados del diseño de las políticas públicas. Atrás quedaba así una posición crítica con posibilidades limitadas de pasar a la acción, para trabajar en un futuro inmediato gestionado a partir de las propuestas, o sea, de una intervención más directa en la realidad. Como afirma Torrico (2011), allí comenzó, efectivamente, la nueva historia de la ALAIC.

Además de los cambios en los sectores mediáticos y de telecomunicaciones, la globalización neoliberal puso el acento en otro de los pilares de la construcción del campo: la educación, iniciando por transformaciones en los posgrados, para luego introducir modificaciones en el nivel de grado. En tan sólo 30 años, el nuevo modelo logró que cambiara la educación superior, sustento de la investigación. Cambiaron también su financiamiento, los sistemas de producción científica administrados mediante premios y castigos; así como los procesos de divulgación.

Esta reconversión inició a finales de los 70 y en pocos años se haría visible por su incidencia en los contenidos de los congresos, que tanto en la región como en el país, comenzaron a recibir aportaciones de estudiantes de los posgrados. Entraron en escena las investigaciones de tesis, que fueron abandonando los grandes temas para interesarse por cuestiones puntuales o coyunturales. Desde mi punto de vista, la institucionalización de los estudios de posgrado produjo un doble salto: nuevas generaciones y nuevas preocupaciones temáticas. Por su parte los posgrados, como espejo de las grandes transformaciones sociales que se vivían, marcan otros rumbos para la investigación y la docencia, los que repercuten en las formas de crear y difundir el conocimiento.

Es también por esos años que aparecieron agencias diversas, con

características propias según cada país, para fomentar una investigación sistemática, con reglas precisas en la producción, evaluación y reconocimiento a la productividad mediante estímulos económicos. Fue en este contexto que el 26 de julio de 1984 nació en México el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), dependiente del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) cuya estructura, paralela a la de las universidades, produce una doble adscripción con requerimientos específicos en cada caso. Mientras los investigadores aspiran a ingresar al SNI, en el país un sistema de becas ampara a los estudiantes de posgrado, brindándoles las condiciones propicias para cursar este nivel de formación mediante apoyos económicos.

Son diversas las consecuencias, tanto positivas como negativas, que produce este juego de estímulos económicos sobre el cual se ha reflexionado ampliamente. Sin embargo, desde una mirada optimista, es posible advertir que el campo gana en rigor metodológico, al tiempo que las investigaciones se hacen más sistemáticas y buscan ser longitudinales. En cuanto a su temática, se advierte con claridad un desplazamiento del interés por los medios al interés por la comunicación.

La propia dinámica local-global, permite visibilizar intereses sobre temas que a la vez representan desafíos y tendencias internacionales, pero con perspectivas propias en el ámbito local. Por ello, durante estos años los congresos de AMIC y de ALAIC establecen un diálogo con las transformaciones que el nuevo modelo político-económico permea hacia la comunicación, reflexionando en torno a los retos que esos cambios representaban para el campo.

Sin duda el cambio de sentido social, cultural y político-económico que supuso para dos asociaciones nacientes como ALAIC y AMIC, la década de los 80 y en parte la de los 90, llevó a cuestionamientos que indujeron a veces

una suerte de parálisis. Pero en ambos casos, fue la academia, constante y solidaria con la construcción del campo, la que salió una y otra vez en su defensa. Para las dos asociaciones comenzar con la labor de pensarse a sí mismas como lugar de encuentro del pensamiento comunicacional latinoamericano y nacional, como espacio de reflexión y confrontación, así como de interlocución con los poderes de decisión, fueron factores aglutinantes que lejos de debilitarlas, las fortaleció.

Los lineamientos mundiales en materia educativa toman forma y se concretan a finales de los 90, plasmados en normas y programas que los consolidan. Junto con las críticas que surgen en torno a las nuevas propuestas, en el caso del campo de conocimiento de la comunicación cuenta a su favor la ya mencionada institucionalización de la investigación, dinámica mediante la cual las reuniones anuales de ALAIC y de AMIC se convierten en los espacios para presentar resultados parciales o finales de investigaciones desarrolladas por estudiantes. El mercado laboral determina que el destino de un buen número de esos estudiantes, no sea la academia ni la investigación. En lo que respecta a los cuestionados reconocimientos a la productividad, desde una mirada optimista permiten afirmar que fueron fortaleciendo el hábito de hacer de esos foros un lugar de encuentro e intercambio de ideas.

A pocos años de este proceso, identificamos luces y sombras: luces por cuanto existe un doble apoyo a académicos y estudiantes, sujetos protagónicos en la construcción del saber; sombras, en la medida que concursar por los recursos materiales lleva a procesos de individualismo y competencia, muy alejados del saber colectivo que se pretende promover y premiar.

La investigación en un nuevo siglo

La madurez que ambas asociaciones han venido ganando en casi 40 años de trabajo no descarta, sin embargo, preocupaciones del presente que las trascienden pero no las liberan de ellas. En sus años iniciales AMIC y ALAIC coincidieron en los temas de sus encuentros: se pensaban a sí mismas como organizaciones dedicadas a la comunicación que debían conocerse mejor, saber qué y cómo investigaban, pero también debían ser un interlocutor ante la construcción de las políticas públicas. Los encuentros pasaron luego a tratar temas más diversos, coyunturales algunos, al tiempo que nuevas generaciones se incorporaban a la producción y al diálogo. A partir de los inicios del siglo XXI, otro cambio incidió en las agendas de discusión, esta vez situado en productos y procesos de digitalización, así como en los intentos por crear una sociedad de la información y del conocimiento que había sido propuesta pocos años antes. Ambas asociaciones comenzaron a analizar este fenómeno, que abarcaría todos los escenarios del periodo actual y reclamaría muchas de las discusiones al interior de los grupos de investigación.

Por ser un factor que atraviesa las más variadas actividades y prácticas sociales, la digitalización se convierte en un tema que llena muchos espacios y lleva incluso a cuestionar la división temática de los grupos de cada asociación. Estudiar un fenómeno tan abarcador resulta difícil, pero también esclarecedor en la medida en que constituye un eje que armoniza situaciones diversas. Es en este contexto que los análisis acerca de las innovaciones tecnológicas se posicionan en el tablero temático de la comunicación, con abordajes que van más allá de una visión tecnodeterminista.

Como resultado de una mediatización paulatina de la sociedad, así como del creciente interés del poder político por capturar y capitalizar

en su beneficio la dimensión simbólica de los medios, se acentúan las miradas desde otras disciplinas hacia la comunicación. Sin embargo, ello no significa, necesariamente, un mayor reconocimiento hacia el campo. AMIC afianza entonces una tendencia que había venido insinuándose a finales de los 90: consolidar un cambio generacional. Este cambio conlleva nuevas miradas que han permitido renovar a la Asociación, con beneficios para sus agremiados y para el campo. ALAIC, en cambio, no ha pasado de manera abierta por esa transición, aunque sí por un proceso interno de reestructuración en materia de los Grupos de Trabajo, de sus normas de operación, de los procesos de registro y divulgación de la información producida, y de una mayor democratización en la toma de decisiones.

Animados por este proceso de compartir saberes y sobre todo, por el establecimiento de nuevas coordenadas espacio temporales facilitadas por la digitalización, ALAIC inició sus Seminarios Regionales, en los que se acercó la discusión a ciertos países o zonas, abriéndolas hacia otras regiones. AMIC también en 2014 se planteó la posibilidad de trabajar en seminarios regionales, una experiencia que sin duda permitirá situar temas, analizar problemas locales y como en el caso de ALAIC, ampliar sedes de discusión que implica también, compartir responsabilidades en la organización de encuentros.

Considero que el recorrido de los últimos 15 años de actividades en ambas asociaciones, pueden resumirse en cambios en la orientación de las discusiones temáticas, así como en un replanteamiento de los ejes de trabajo, tanto en lo que hace a sus normas internas, como en su rostro social. El pronunciamiento frente a temas emergentes, como ha ocurrido en varias ocasiones en el caso de AMIC, retoma la vieja tradición de participar, de

hacer. Además, la renovación generacional lleva a mirar los retos desde otras perspectivas, conduce también por un rumbo en el cual, sin someterse a los designios de la tecnología, puede hacer uso de ella para funciones sustantivas entre las cuales destacan la organización y la divulgación del saber.

A manera de cierre: ¿qué concertar ahora?

Las reflexiones que estamos llevando a cabo ahora nos permiten visualizar la crisis como una noción articuladora. Toda crisis refiere un momento difícil, en el cual se producen mutaciones sustantivas y este siglo ha sido prolífico en ellas. Sabemos que antes hubo otras y fueron de todo orden, pero las prácticas de mediación comunicativa se muestran como un escenario privilegiado para su análisis, debido a que abarcan todos los escenarios y refieren muchos ejes de su complejidad. Para su análisis debemos concertar nuevas ideas y marcos interpretativos, pero sobre todo, debemos pactar un orden jerárquico para los retos a superar.

Identifico al menos tres prioridades en los procesos de concertación, que son también desafíos por enfrentar. Para visualizar mejor su discusión y análisis, ajusto esas prioridades a las tres funciones básicas de las universidades: docencia, investigación y divulgación del conocimiento. El campo se ha transformado en esos tres pilares y lo sigue haciendo, por ello es necesario pensar el futuro inmediato en cada uno de ellos.

En materia de docencia creo que debemos reflexionar sobre la recuperación del pensamiento crítico y la escasez de recursos tanto materiales como humanos. Una parte importante de la crisis proviene de una reasignación neoliberal de los recursos, que nunca fueron excesivos, pero que ahora acentúan su insuficiencia tanto en el ámbito de lo material como en lo humano. Estamos asistiendo desde hace varios lustros a un

proceso de privatización de la educación, que por un lado conduce a la disminución de los presupuestos para la enseñanza pública gratuita, y por otro apoya el surgimiento de nuevos proveedores de la educación superior. No se trata de una confrontación maniquea de escuela pública frente a la privada, sino de garantizar presupuestos adecuados a las demandas sociales y de atestiguar que las nuevas escuelas y universidades vayan más allá del saber finalístico que en comunicación se reduce a prácticas profesionales específicas, generalmente ligadas al manejo de instrumentos técnicos.

Existe una idea de ‘totalidad’ comprendida en el término mismo de ‘universidad’. Esta idea implica un entendimiento integral de la ciencia, la cultura y las artes, es decir de las diversas formas del pensamiento colectivo en sociedades complejas. Significa también que la ciencia y la transmisión del conocimiento tienen su anclaje en las ideas. (Comboni, Juárez y París, 2002, p. 29)

Este concepto de universidad no sólo se confronta con planes y programas sin esa visión de totalidad, sino por la falta de renovación de las plantas académicas o el cierre de posibilidades de trabajo universitario a los nuevos egresados de posgrado en instituciones públicas, o el sobrecargo docente en las privadas instrumentales. Es un reto que se inscribe dentro de la escasez presupuestal y se articula tanto en la docencia como en la investigación. Este proceso además, lacera la institucionalización de la investigación del campo que veníamos construyendo, al tiempo que restringe el ingreso de miradas renovadas sobre los fenómenos comunicativos.

Se trata de un desafío indirecto, ya que no está en manos de la comunidad académica delinear políticas públicas para lograr mejores decisiones económicas y de calidad educativa. No obstante, está a nuestro alcance realizar discusiones sobre el tema y pronunciarnos sobre él, así como reflexionar críticamente sobre la reproducción de prácticas de enseñanza.

El ejercicio de un pensamiento crítico al interior de las aulas suele estar relacionado con el régimen de premios y castigos de cada institución, que aunque se mueven dentro de criterios compartidos, pueden tener características singulares según los casos. Los premios, surgidos en reemplazo de aumentos salariales, se insertan en la productividad, pero también en la valoración del comportamiento académico de quienes los reciben. El desafío es transparentarlos y desligarlos de la postura crítica que el docente puede asumir en las aulas. Nuestra comunidad, que más allá de la docencia ejerce funciones como la evaluación de pares, debe estar alerta al tomar sus decisiones, haciendo respetar el pensamiento crítico de los maestros.

Por otra parte, la producción del conocimiento en las aulas, aparentemente desligado de los productos de la investigación científica, constituye un aspecto a recuperar en el que AMIC tiene un papel fundamental, permitiendo que en sus encuentros se abran espacios para reflexionar en torno a ese saber hasta ahora poco valorado pero sustantivo. La capacidad investigativa que está presente en el aula de clases, así como la dialéctica maestro-alumno en la producción del conocimiento, son aspectos que es necesario racionalizar, observando las prácticas y reflexionando sobre ellas (Bourdieu, en Urbizagástegui, 2009).

En cuanto a la construcción del saber, es importante tomar en cuenta que las agendas de investigación están siendo delimitadas por temáticas predeterminadas que excluyen temas e intereses. El financiamiento, escaso para cubrir todas las demandas de un campo como el nuestro, con muchos cambios y escenarios novedosos a estudiar, constituye también un reto. Frente a este desafío, nuevamente la función de pares evaluadores deja un espacio para insistir en la apertura de temas emergentes, que no se visualizan desde miradas ajenas a la comunicación. La evaluación de propuestas de investigación debe, por otro lado, reivindicar la singularidad de las ciencias

sociales, fluctuantes y dinámicas en lo teórico-metodológico, apartándolas de los criterios rígidos que provienen de las ciencias exactas.

Según varios autores estamos experimentando un cambio sustantivo sobre el modo de producción científica, que inicia a finales de los 90 (Canales, 2007). Este cambio sustancial consiste en abandonar un modelo de producción lineal, iniciado con la producción del conocimiento en instituciones educativas, el cual luego se divulgaba socialmente (en ocasiones se patentaba), y el siguiente paso consistía en que las empresas o instituciones transformaban esas innovaciones en productos o servicios para beneficio de la población o consumidor final. Tal esquema lineal de producción del saber fue empleado primero por los países desarrollados, a partir de la Segunda Guerra Mundial, para después extenderse a países en vías de desarrollo.

Pero esta linealidad se rompe con la emergencia de nuevos proveedores del saber, ligados a su aplicación sin pasar por su divulgación social. Ellos suelen ser quienes determinan los financiamientos y también quienes se saltan procesos de legitimación social del saber producido. No sólo se orientan los financiamientos, sino que se produce un desplazamiento desde la ciencia básica hacia la aplicada, capaz de producir rendimientos a corto plazo. Los Estados, debilitados por el poder económico y simbólico del mercado, optan por sumarse a esos procesos de conocimiento aplicado, al servicio del interés privado y no de un bien público. La comunicación ha sido escenario de este tipo de situaciones en hechos recientes.

El cambio de la linealidad en el proceso de producción del saber, involucra también su difusión. No obstante la multiplicidad de medios que ofrece la digitalización para difundir el conocimiento, artículos y avances de investigación están sujetos a normas de control y verificación de calidad

muy estrictos, sistema en el cual el rigor de las formas puede embozar la pertinencia de un contenido original o novedoso.

En la actualidad se juzga casi exclusivamente por la publicación de un artículo, pasando por alto la realización misma del trabajo, la educación de investigadores jóvenes, la experiencia adquirida por el jefe del proyecto, la generación de nuevas ideas sobre el tema estudiado o sobre otros más o menos afines, etcétera. Esta reducción al mínimo de una experiencia tan prolongada y tan compleja proviene, en mi opinión, de la deformación progresiva de la evaluación del investigador científico introducida por los llamados “índices bibliométricos” hace ya más de 30 años por Eugene Garfield, el director del *Institute for Scientific Information*. De acuerdo con el mismo Garfield, esos “índices” (número de publicaciones, número de citas, impacto de la revista, etcétera) no deben usarse para evaluar el trabajo de científicos individuales, y tampoco deben usarse como los únicos datos para juzgar a grupos, instituciones, comunidades o países. Pero como los índices se desarrollaron (según el mismo Garfield) para poder evaluar un trabajo científico sin tener que leerlo, los administradores se apoderaron de ellos y los usaron precisamente para lo que su autor proclamaba que no servían. (Pérez-Tamayo, 2001, p. 371)

Los sistemas de evaluación y control de la productividad funcionan en una lógica de premios-castigos y escalan posiciones en los procesos de legitimación de agendas de investigación y distribución de recursos. Así, pese a la posibilidad de registrar la producción y la facilidad para abrir canales que permitan compartirla a través de medios digitales, muchos trabajos quedan detenidos frente a dictámenes irracionales o que siguen normas difíciles de cumplir.

Afuera de AMIC y ALAIC abundan problemas por resolver, no desde las propias asociaciones, sino como parte de la complejidad social del presente. Tal parece que los cambios en la educación superior propuestos

en la última década del siglo XX, estallan en el presente dejando desafíos y retos por superar. La conjunción de los factores que ya he enunciado: docencia, producción del saber, divulgación, nuevos espacios de difusión abiertos por la digitalización, cambio generacional, crisis, regionalización de las discusiones, cuestionamiento de temas ejes de trabajo, pueden entenderse como propuestas para enfrentar los desafíos.

¿En que pueden contribuir asociaciones como AMIC o ALAIC para aligerar estos desafíos? Considero que en varios escenarios. Además de las acciones ya mencionadas, es fundamental fortalecer el campo ampliando la discusión y los grupos académicos que participan en él. Y al hacerlo, mantener la calidad de la producción académica más allá de los sistemas de evaluación y sus normas restrictivas.

América Latina, como región que ha experimentado crisis de diversa índole y profundidad, se coloca en un lugar privilegiado ante una circunstancia como la actual. Su larga experiencia en la organización del campo, confrontando retos y superando desafíos, le ha dado la posibilidad de cruzar fronteras disciplinarias y geográficas, creando redes de conocimiento. Ha sido también una región imaginativa para resolver sus muchas limitaciones económicas, por ello buscar la sustentabilidad de encuentros académicos mediante nuevos formatos, así como canales novedosos para la divulgación del saber; es un camino que debemos transitar ahora.

Como siempre, recuperar nuestra historia y reivindicar la participación efectiva de los investigadores de la comunicación que cultivan, producen y divulgan el saber del campo, nos colocará en un lugar más estable y nos permitirá también mejorar nuestra capacidad de interlocución para contribuir al reconocimiento y visibilidad del campo.

Referencias

- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC. (1979, 11 de junio). Declaración de Principios. *Boletín AMIC No. 1. Primera Serie*. Recuperado de <http://quijote.biblio.iteso.mx/catia/CONEICC/cat.aspx?cmn=browse&id=336468>
- Canales, A. (2007). *La política científica y tecnológica en México: el impulso contingente en el periodo 1982 – 2006*. Tesis de Doctorado en Investigación en Ciencias Sociales con Mención en Sociología, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de México. Recuperado de http://conocimientoabierto.flacso.edu.mx/medios/tesis/canales_a.pdf
- Comboni, S., Juárez, J. M. y París, M. (2002). *¿Hacia dónde va la Universidad Pública? La educación superior en el siglo XXI*. México: UAM-X, CSH, Depto. de Relaciones Sociales.
- Crovi, D. (Coord.) (2004). *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. Argentina: DGAPA-FCPS / UNAM / Editorial La Crujía.
- MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo*. México: FCE.
- Pérez-Tamayo, R. (2001). Ciencia básica y ciencia aplicada. *Salud pública de México*, 43(4), 368-372.
- Torrice, E. (2011). ALAIC y la investigación comunicacional latinoamericana en tiempos de redefinición utópica. *ALAIC, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 8-9(5), 78-86. Recuperado de <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/58/56>
- Urbizagástegui, R. (2009). Conocimiento y comunicación en el pensamiento de Pierre Bourdieu. En *XV Reunión Interamericana de Bibliotecarios, Documentalistas y Especialistas en Información Agrícola*. Recuperado de https://www.academia.edu/3552101/conocimiento_y_comunicaci%c3%93n_en_el_pensamiento_de_pierre_bourdieu

Identidad y reconocimiento de la comunidad de investigación en comunicación de AMIC en el contexto internacional

Aimée Vega Montiel¹

La investigación en comunicación

Con la intención de trazar perspectivas en torno a la investigación latinoamericana de cara al siglo XXI, a finales de los años 90 Raúl Fuentes Navarro revisaba la ponencia que Luis Ramiro Beltrán presentó en 1974, en Leipzig, en la que hacía una lectura de la investigación en nuestra región. En ella, Beltrán señalaba:

...es obvio que la investigación de la comunicación en América Latina ha seguido las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos. El efecto de esto, en

¹ Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Investigadora titular B del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH) de la UNAM. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt, nivel I. aimeevgamx@yahoo.com.mx

esencia, ha significado que algunos estudios han enfatizado la comprensión conceptual por encima de la producción de evidencias empíricas, mientras que otros estudios han hecho exactamente lo contrario.

Beltrán identificaba tres raíces de las escuelas europea y norteamericana, con fuerte influencia en la investigación latinoamericana. La proveniente de la europea clásica, asociada a los estudios de periodismo y legislación de medios; la norteamericana, de carácter positivista, sistemática y funcionalista; y la europea moderna, identificada con la semiótica. Estas corrientes hacían que en términos metodológicos, la investigación en nuestra región fuera principalmente descriptiva, aunque también explicativa y, aunque menos, predictiva.

Un elemento que identificaba a la investigación en comunicación, en América Latina y el mundo simpatizante con la izquierda, era su compromiso social, es decir, su capacidad de hacer una investigación comprometida con el desarrollo democrático de los sistemas de comunicación.

De ahí la razón de ser de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (AIECS, IAMCR por sus siglas en inglés), la organización mundial de profesionales en el campo de la investigación sobre medios y comunicación, que surge en 1957 a instancias de la UNESCO y como modo de respuesta, por parte de la academia que simpatizaba con los principios éticos del compromiso social, a la investigación administrativa que estaba al servicio del poder. Esa es también la razón de existencia de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), creada hace tres décadas por Fátima Fernández, Raúl Trejo y Beatriz Solís, que desde el principio tuvo claro que la responsabilidad política era un tema que la comunidad académica no podía eludir.

Sin embargo, a finales de los años 90, 25 años más tarde de la lectura de Luis Ramiro Beltrán, Raúl Fuentes Navarro observaba, con pesimismo, el

desdibujamiento de los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos e ideológicos que habían identificado la investigación en comunicación. Ello era evidente, de acuerdo con Raúl Fuentes, en el desarrollo de temáticas asociadas a las nuevas tecnologías, la globalización y las identidades microsociales que, dejando los análisis vacíos de densidad ideológica, no hacían sino reproducir las tendencias dominantes, abandonando la denuncia de los mecanismos de poder presentes en los procesos comunicativos.

Han pasado 15 años de la crítica de Raúl Fuentes, y me pregunto con la oportunidad que me representa este ensayo: ¿Qué sucede hoy en día?, ¿ha mejorado el rumbo de la investigación latinoamericana y nacional en el contexto más amplio de la investigación en comunicación? Me atrevo a afirmar que no: el diálogo e intercambio con los colegas del Norte no es en términos de igualdad, sino de jerarquía.

Pienso que la lectura de Fuentes Navarro de los años 90 sigue vigente. Nuestra región no participa activamente en la definición de las agendas globales de investigación en comunicación. Tampoco en el diseño de los modelos y sistemas que son utilizados para medir y evaluar la producción académica. Aun y cuando existen metodologías e instrumentos específicos, operando a nivel local y regional, la producción académica de la comunidad de investigadores de nuestra región está sujeta a las reglas definidas en otras latitudes del mundo -en latitudes en las cuales existen diferentes problemas sociales y diferentes condiciones para hacer investigación-.

Los efectos de esta dinámica son evidentes en al menos dos escenarios: en la construcción de los objetos de estudio y en la influencia en las agendas de investigación.

En esta lógica -la lógica del mercado- que tiende a legitimar unas cuantas teorías, métodos y problemas, la competitividad sobre la cooperación se

convierte en la regla de nuestra producción y organización.

En este marco, deseo exponer a continuación los que considero constituyen los problemas estructurales.

Los problemas estructurales

Recientemente apuntábamos que existe una estructura inequitativa de producción y circulación del conocimiento en el sistema científico internacional, lo que es efecto de varios procesos, externos e internos a nuestro campo (Vega, 2014).

Los externos tienen relación con dos factores. El primero, con la influencia del capitalismo neoliberal en los criterios para calificar el conocimiento científico.

El segundo, con el dominio de las ciencias naturales en la definición de reglas para evaluar la producción académica en todos los campos, incluidos los de las ciencias sociales. La idea de un investigador en su laboratorio, publicando un artículo y siendo multi-citado, se ha convertido en un patrón universal para definir la calidad del trabajo académico. Este sistema erosiona el valor y las posibilidades de los libros -colectivos e individuales- y de otras formas de difusión del conocimiento.

Los internos están relacionados con el dominio que ejercen los poderosos de las ciencias sociales (Estados Unidos y Europa del Norte) sobre regiones del sur, como la latinoamericana. La socióloga argentina Fernanda Beigel (2010) denomina a este fenómeno como “dependencia académica”.

De acuerdo con lo que señalábamos, algunas de las expresiones de esta relación de poder se refieren a la existencia de un sistema editorial que ha establecido estándares universales de publicación y que define la calidad

en términos de lo que es bueno en el mundo anglosajón. Este sistema va más allá de establecer reglas básicas para “artículos de calidad”. Dado que el inglés es la única lengua reconocida como válida para publicar, de acuerdo con este sistema, para los investigadores no anglosajones esta exigencia afecta su propia identidad y sus procesos creativos, lo que en palabras de Frau-Meigs (2009), “nos convierte en investigadores empresarios (publicar o perecer), en lugar de creativos e innovadores” Un efecto central de esta condición, es que el conocimiento producido en lenguas distintas al inglés tiene “un impacto reducido y pobre en la circulación internacional, así como un nivel bajo en el jerárquico sistema académico” (Beigel, 2010). Un ejemplo de ello es la existencia del Social Science Citation Index, una base de datos que sólo incluye artículos científicos escritos en inglés y que coloca a las revistas estadounidenses como las revistas de mayor impacto a nivel global.

Ligado a este efecto, se encuentra la manipulación que las editoriales llevan a cabo para tener reconocimiento científico, editoriales localizadas en países del norte. Puesto que el sistema de indexación fue construido sobre la base de la mercantilización del mundo académico, la mayoría de las revistas de punta en cada campo de conocimiento están vinculadas a las “grandes editoriales y empresas de divulgación científica que operan detrás de ISI, el Índice Ulrich o la base SCOPUS” (Beigel, 2013, p. 119).

De acuerdo con Beigel (2013), un estudio de las revistas en ciencias sociales en Nigeria demuestra que la exigencia académica de publicar en revistas indexadas, ha dejado a las revistas nacionales en el abandono y ha generado “una aceptación acrítica de la calidad de las revistas publicadas en los países centrales” (p. 119).

Otra implicación de este dominio, es la transformación en los sistemas de evaluación institucional, hoy principalmente influenciados por entidades

distintas a las universidades. Dado que a partir de los años sesenta, agencias públicas y fundaciones privadas, como son la Ford y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, empezaron a competir por influenciar ideológica y culturalmente en América Latina y otras regiones del sur, los gobiernos de nuestra región permitieron que estas instituciones definieran criterios para evaluar la producción académica.

Las agendas de investigación

El otro eje de mi análisis es el de la definición de las agendas de investigación. Los académicos cotidianamente enfrentamos los efectos de la crisis económica pues, aunque ahora están institucionalizadas, cada vez contamos con menos fuentes de financiamiento para investigar. Pero no sólo eso. El mayor desafío es muchas veces tener que preparar proyectos *ad hoc* a temas que, promovidos por entidades financiadoras, poco tienen que ver con nuestros temas de investigación.

¿Y quién define estas agendas? Entidades globales, y su efecto es pernicioso, pues ello afecta directamente nuestros objetos de estudio, teorías y métodos.

A nivel estructural, el efecto es también mayor, pues existen muchos problemas en regiones como la nuestra que, al no calificar como prioridad en dichas agendas, se mantienen invisibles y, lo que es peor, sin solución.

En el centro de estos dos ejes -las políticas de evaluación científica y las agendas de investigación- se halla la dominación del inglés en el sistema

académico internacional, que limita las posibilidades de difusión del conocimiento producido en otras lenguas. A este tema le dedicaré una parte de mi análisis (Vega, 2014).

La predominancia del inglés

El antropólogo brasileño Renato Ortiz (2009) señala en *La supremacía del inglés en las ciencias sociales* que “la globalización se conjuga en inglés”.

En el escenario científico, ello ha promovido una paradoja, pues por un lado, es importante el valor y las utilidades prácticas del inglés en la realización de nuestro trabajo, al ser la lengua franca que nos permite, a quienes no somos anglosajones, comunicarnos con los otros: con los investigadores europeos y estadounidenses, pero también con los asiáticos, con los árabes y con los franceses, y ponernos de acuerdo para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las sociedades (Ortiz, 2009).

Pero por otro lado, la predominancia lingüística del inglés, lejos de contribuir al sentido colectivo de nuestro trabajo, lo segmenta, al jerarquizarlo. Estos efectos se expresan en el nivel de los esquemas de pensamiento y de acción. En este sentido, podemos hablar de al menos una gran implicación: la influencia de las comunidades científicas anglosajonas en la construcción del objeto de estudio -por ejemplo, en las definiciones teóricas y metodológicas para investigar-. Cuando traducimos al inglés, siguiendo a Frau-Meigs (2009), la esencia de una idea se pierde, la traducción genera que se pierdan los conceptos. De acuerdo con esta académica:

El ejemplo de los conceptos está directamente relacionado con la identidad y por ello con los derechos individuales de la persona, sobre

todo la dignidad. Esto es particularmente problemático en el caso del estilo, que es aún más molesto que las ideas. La mayor parte de nosotros como investigadores nos pasamos la vida entera perfeccionando nuestras frases, afinando un párrafo durante horas y días, añadiendo un matiz hasta que por fin caiga bien en el sentido y el oído. Los más famosos de nosotros lo son porque han encontrado el balance idóneo entre ideas y estilo. Y esto puede desaparecer completamente en la traducción, pues los traductores tienden a disipar la ambigüedad del autor y clarificar nociones de modo que los lectores no piensen que la traducción es defectuosa. (Frau-Meigs, 2009)

Por lo que aquí ha sido explicado, sabemos que publicar y ser citados en inglés son valores altamente cotizados, lo cual en algunas ocasiones va en detrimento de las ideas. Recuerdo la triste confesión que hacía un investigador europeo en la Conferencia de ECREA de 2008, en Barcelona, cuando señalaba que su interés por trabajar con investigadores y universidades de América Latina había ido en detrimento de su productividad, pues publicar en español no es considerado en los sistemas de evaluación de su país.

De esta manera, la utilidad del inglés en el contexto de la globalización es un hecho indiscutible, puesto que es una herramienta útil para comunicarse, pero ello también ha generado una jerarquía entre idiomas y, citando a Ortiz (2009), la consecuente segregación intelectual que traza desigualdades entre nosotros.

El riesgo lo hemos vivido históricamente, y es el de la amenaza permanente a que se instaure un modelo hegemónico de representaciones del mundo que legitiman teorías, métodos y problemáticas. Este modelo es ampliamente conocido: el del mercado. En este contexto, los científicos del mundo no escapamos al dominio del mercado, que es el que organiza a la sociedad y a nosotros como parte de ella en nuestras lógicas de producción y participación.

Así, las exigencias de competitividad que prevalecen sobre las de cooperación, se han trasladado al campo científico, y por ello la amenaza de erosionar una acción científica colectiva es latente (Vega, 2014).

¿Y dónde queda nuestra responsabilidad?

Mi perspectiva sobre este problema no es la de victimización, pues si bien reconozco la existencia de estructuras externas a los investigadores de nuestra región que impulsan una cultura de la desigualdad, también observo que hemos abonado en la persistencia de este esquema de relaciones.

Es un malestar generalizado que los investigadores latinoamericanos no participemos en los foros globales en los que se discuten y deciden temas como los que aquí he descrito. Y si lo hacen -lo cual no deja de ser meritorio-, lo hacen a título individual y no como parte de una acción colectiva,² lo cual es en buena medida responsabilidad de nuestras asociaciones. Tal es el caso de la más reciente reunión de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en donde participaron más de 200 expertos en el tema -la mayoría de ellos representando a los grandes consorcios del sector-, de los cuales no más de cinco eran investigadores de nuestra región.

Sabemos que esto pasa también a nivel local. En nuestros países se están discutiendo las reformas a las leyes de comunicaciones y se están definiendo las políticas del sector. En estos debates, la gran ausente suele ser la comunidad académica. ¿Por qué, si somos nosotros quienes nos pasamos años en nuestros cubículos construyendo evidencia empírica de los temas que ahí se discuten? ¿Será porque, sin quererlo, somos ya parte de ese sistema de competitividad que prevalece sobre el de cooperación y que

² En la IAMCR ha habido en los últimos años una participación notable de investigadores mexicanos, algunos de los cuales hoy encabezan secciones y/o grupos de trabajo y participan en procesos de toma de decisión, a través del Consejo Internacional y otros órganos de la asociación.

ha erosionado una acción científica colectiva?

Por otro lado, y por lo que toca a las comunidades académicas, frecuentemente criticamos lo que NO hacen las asociaciones internacionales para promover la participación de investigadores de nuestra región, pero ¿es tan evidente y efectiva nuestra incidencia en ellas? Recientemente, revisé el padrón de miembros de la IAMCR que habían cubierto su cuota anual. Me encontré con que sólo 86 investigadores de toda Iberoamérica se encontraban registrados. Y había sólo 10 miembros institucionales de nuestra región, todas universidades y ninguna asociación.

A la vista de lo expuesto, entiendo que nosotros formamos parte de la solución, por lo que a continuación comparto con ustedes algunas propuestas.

Trazando soluciones: la organización al interior

Ante esta crisis, en 2005, como presidenta de la AMIC, con el Comité Ejecutivo nos dimos a la tarea de organizar la asociación por líneas de investigación. Esta tarea se vio motivada por dos circunstancias. La primera, por la exigencia pública a la Asociación de participar en los debates sobre la reforma de telecomunicaciones y radiodifusión. ¿Cómo íbamos a ir al Senado de la República, a dar un posicionamiento, si ni siquiera estábamos organizados?

En segundo lugar, por la exigencia de dialogar con comunidades de otros países y por la creciente exigencia a los académicos, por parte de sus instituciones y universidades, de desarrollar labores de investigación (asistencia a congresos, publicación en revistas y volúmenes especializados,

membresía en asociaciones, participación en labores de dictaminación, entre otras). Asimismo, por la apertura de programas de posgrado en las universidades del país, que cada vez suma nuevos investigadores a la comunidad.

Ello nos llevó a responder a las circunstancias mediante propuestas que propiciaran la articulación del trabajo académico de manera organizada y colectiva y que, con el ánimo de democratizar las investigaciones desarrolladas en las universidades del país, pudieran contribuir a la producción científica del campo de la comunicación y a generar insumos para operar en colectivo. Y es esa la razón que nos llevó a realizar una propuesta que consideramos toral para el fortalecimiento y consolidación de la AMIC a nivel nacional e internacional: los Grupos de Investigación.

El propósito de los Grupos de investigación, fue reunir a investigadoras e investigadores alrededor de ejes temáticos, en los que tuvieran la oportunidad de debatir e intercambiar objetos de estudio y claves teórico-metodológicas, y para los cuales la AMIC pudiera servir como apoyo en la articulación, promoción y difusión de los trabajos. En concreto, se esperaba lograr con los grupos:

- a. Un diálogo fructífero entre colegas del país, la región y el mundo que desarrollaran líneas de investigación semejantes,
- b. Realizar un trabajo conjunto, autónomo y continuado, que fuera más allá del Encuentro anual AMIC, y que nos permitiera reunirnos a través de investigaciones, foros, coloquios y seminarios, entre quienes integramos la asociación y con colegas de otras organizaciones nacionales e internacionales, y
- c. Generar productos por grupos de investigación que

permitieran documentar y al mismo tiempo visibilizar el trabajo de nuestra comunidad (Vega, 2009).

De esta manera, para llevar a cabo una primera constitución de los grupos, emprendimos las siguientes acciones, comenzando por realizar un diagnóstico de los ejes temáticos, a partir de las líneas de investigación que reportaban los socios. Para ello, fue necesario:

- a) Fijar los antecedentes que nos permitieran establecer el estado de la AMIC por número de socios, instituciones de adscripción y otras variables útiles.
- b) Identificar ejes temáticos. La siguiente acción consistió en conocer las líneas de investigación que reportaban los socios. Un registro inicial nos señalaba un total de 247 líneas. Un elemento importante para agrupar esas 247 líneas, fue tomar como espejo la clasificación de asociaciones internacionales como la IAMCR y la ICA, así como la latinoamericana (ALAIC), con el propósito de identificar las líneas de investigación comunes y las diferentes, y al final proponer una tipología que reflejara la investigación en comunicación de México. Con esta acción, que denominamos espejo, buscábamos además impulsar un diálogo entre colegas de la región y del mundo que desarrollan líneas de investigación comunes, y contribuir a la consolidación de la investigación en nuestra región.
- c) Discutir y definir ejes temáticos. Estos ejercicios nos permitieron hacer una propuesta que incluyó 16 ejes temáticos, los que hoy constituyen los Grupos de Investigación. Estos son:
 1. Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información
 2. Comunicación Política y Opinión pública
 3. Economía Política de la Comunicación

4. Estudios de Recepción
5. Estudios de Periodismo
6. Comunicación y Educación
7. Discurso, Semiótica y Estudios del Lenguaje
8. Comunicación Organizacional, Publicidad y Relaciones públicas
9. Historia de la Comunicación
10. Teorías y Metodologías de Investigación de la Comunicación
11. Comunicación Intercultural
12. Género y Comunicación
13. Sociedad civil, Participación y Comunicación
14. Políticas Públicas para la Comunicación y el Desarrollo
15. Estudios de Medios: Cine, Radio y Televisión
16. Estudios sobre Juventud y Comunicación

Una tarea clave en la conformación de los Grupos consistió en designar a los responsables de coordinarlos. En este sentido, procuramos que la coordinación de cada grupo estuviera a cargo de dos investigadores: uno decano y uno novel, con la intención de que ambas formas de trabajo, perspectivas respecto a la línea de investigación y conocimiento del desarrollo teórico y metodológico de la misma pudieran complementarse para contribuir con propuestas en el funcionamiento del Grupo.

- d) El libro. Con el propósito de hacer un trabajo más fino, en 2006 cada par de coordinadores se dio a la tarea de realizar el diagnóstico (o estado del arte) de cada línea, con la finalidad de dar cuenta sobre qué investigamos en el país, quiénes y desde qué perspectivas. Este libro, que ya va en su segunda edición, se ha convertido en un

material de referencia para que estudiantes y académicos conozcan: 1) el desarrollo histórico del campo mexicano de la comunicación y 2) las perspectivas teóricas y metodologías vigentes para el análisis de los procesos comunicativos.

A nueve años de su creación, los Grupos de Investigación han mostrado su pertinencia académica y política. Hoy somos una comunidad más organizada y con capacidad de respuesta concertada ante emergencias nacionales. La interrogante que continúa pendiente de respuesta es: ¿Cómo articularnos con la comunidad internacional?

La vinculación con la comunidad internacional

En este punto, considero que es necesario volver la mirada a la IAMCR como la entidad a través de la cual México y América Latina pueden influir en los dos grandes ejes que he planteado: el académico y el político.

Este es un momento muy favorable para hacerlo, pues mirando al problema de la desigualdad entre regiones, el comité ejecutivo de la asociación que preside Janet Wasko ha iniciado una campaña de afiliación *-membership campaign-* que tiene como principal objetivo favorecer la participación de investigadores y estudiantes de posgrado de todas las regiones, y de las asociaciones que los representan.

En este contexto, mis propuestas incluyen:

- a) Impulsar la representación de la AMIC y las asociaciones de nuestra región en los órganos de consulta de la IAMCR ante organizaciones como UNESCO, con el fin de influir en la definición de las agendas de investigación, y ante editores, con el objetivo de promover la publicación de investigación en otras lenguas distintas al inglés, de probada calidad.

- b) En el mismo sentido, considero que debemos impulsar a través de la IAMCR una representación que permita influir en la definición de políticas de producción científica –en órganos como la OCDE-. Este es un problema que experimentamos investigadores de todo el mundo, por lo que seguramente encontrará eco en la comunidad internacional.
- c) Buscar el respaldo de la IAMCR para impulsar actividades de investigación a nivel regional, en las que AMIC tenga un rol clave, dada su probada consistencia con los Grupos de Investigación. En este punto, considero que AMIC podría encabezar la organización de redes de investigación que estimulen la producción colectiva de conocimiento, con visibilidad en el sistema científico internacional.
- d) Co-editar con IAMCR diagnósticos regionales sobre los temas de la agenda latinoamericana, convocando la participación de editoriales de nuestra región.
- e) En el marco de la conferencia anual de la IAMCR, consideremos si estamos en posibilidad de “patrocinar”, por vía directa o a través del financiamiento de entidades regionales, la traducción simultánea al español de las mesas plenarios.
- f) Impulsar la participación activa de investigadores y estudiantes de posgrado en la IAMCR y, en particular en el marco de la conferencia anual, promover que apoyen en la traducción simultánea de las ponencias que son presentadas en las sesiones de los grupos de investigación.

Pienso que como comunidad científica, los investigadores en Comunicación destinamos nuestro trabajo a la lucha por la democratización de los sistemas de comunicación, pugnando por su diversidad política y cultural. Considero esencial que como principio impulsemos dicha

pluralidad al interior de nuestra asociación, por lo cual celebro la realización de este libro.

Bibliografía

- Beigel, F. (2013). Centros y periferias en la circulación internacional del conocimiento. *Nueva Sociedad*, (245), 110-123.
- _____ (2010). *Presentation: The challenge of constructing autonomous social sciences in the South*. II Workshop on Academic Dependence. Mendoza, Argentina.
- Frau-Meigs, D. (2009). *Languages, research and human rights*. Ponencia presentada en la Conferencia 2009 de la IAMCR.
- Fuentes, R. (1997). Academic communication research in Mexico: notes for a reflexive balance sheet. *Mexican Journal of Communication*, (3), 59-78.
- Ortiz, R. (2009). *La supremacía del inglés en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Vega, A. (2014). For the Democracy of the Systems of Evaluating Academic Production: convergences of Latin-American & European Scholars. *Journal of Latin American Communication Research*, 4(1), 78-83.
- _____ (Coord.) (2009). *La Comunicación en México: una agenda de investigación*. México: AMIC/CEIICH UNAM/PCPYS UNAM/UJAT/UABC.

**Perspectivas actuales e
históricas de la investigación
en comunicación**

Algo sobre la naturaleza de nuestro núcleo disciplinario

Fátima Fernández Christlieb¹

Introducción

Durante los últimos años, al término de algún trabajo de investigación o de docencia, varias veces he sentido un fuerte deseo de tener cuarenta años menos para adentrarme, con toda mi energía, en territorios recién vislumbrados. Con el correr de la vida uno comienza a encontrarle otros ángulos a la propia profesión y, de vez en cuando, los caminos no transcurridos se presentan como un desperdicio imperdonable.

De un tiempo para acá, en ocasiones, se me presenta una imagen de 1979. Habíamos fundado la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) en abril de ese año, teníamos trazado un plan de trabajo producto de muchas discusiones, la ruta estaba bastante clara. Una tarde, al finalizar una conferencia, se me acercó un estudiante de último semestre y me preguntó algo así como ¿por qué desdeñan ustedes, los de la AMIC, la comunicación entre las personas? Me quedé muda. No era un

¹ Doctora en Sociología. Académica definitiva de tiempo completo, titular “C”, Priede “D”, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel II, Conacyt. fatima@unam.mx

tema que estuviera en el panorama. La Constitución Mexicana acababa de ser modificada en su artículo sexto y no había ley reglamentaria. En la Asociación habíamos decidido que ese era un proceso -dentro de las políticas nacionales de comunicación- que deberíamos tener presente. Algo de esto balbuceé ante ese joven, vestido de traje y corbata, cuyo nombre nunca supe, pero cuyo rostro todavía recuerdo por la contundencia de su pregunta. En ese momento me pareció una ocurrencia respetable e interesante, pero nada más.

Me volví a acordar de ese incidente muchos años después, a principios de 2007, en la inauguración de una reunión de coordinadores de grupos de investigación en la AMIC que presidía Aimée Vega. Nos pidió a Beatriz Solís, a Florence Toussaint y a mí que abriéramos la sesión con algo relativo a la trayectoria de la investigación en nuestras áreas de trabajo. Yo estaba en un momento de tránsito. Sabía de dónde venía pero no tenía claro hacia dónde me movía. No eran las mejores circunstancias para decir algo coherente. El año anterior, durante todo el 2006, había estudiado un diplomado sobre derecho de las telecomunicaciones en la convergencia digital, al que asistieron básicamente abogados e ingenieros. Lo cursé para despejar mis dudas técnicas sobre la minuta aquella que tanta polémica causó y a la que los periodistas bautizaron como “Ley Televisa”. Ya con el diploma en la mano, otorgado por la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), sentí un gran desconcierto. Me senté a describir los rubros que debería contener un programa sobre estos temas en la licenciatura de comunicación y lo entregué, sin entusiasmo alguno, a la coordinación de la carrera. Mi desánimo obedecía a que me había percatado de lo obvio: las innovaciones tecnológicas obligaban a moverse profesionalmente hacia la economía de punta, hacia la comprensión de las implicaciones técnicas de lo digital, hacia la normatividad de todo ello. Se trataba de un cambio drástico en mis territorios teórico-prácticos elegidos.

El modelo fundacional de la utopía explícita

Recordé entonces las razones que me llevaron a estudiar la carrera de comunicación y entré en crisis. Yo era hija de aquello que Raúl Fuentes llamó modelo fundacional de la “utopía explícita” (Fuentes, 1998, p. 94). Había entrado a estudiar Comunicación a la Universidad Iberoamericana movida por el ideario de Sánchez Villaseñor, cuyas palabras repiqueteaban frecuentemente en mi interior: el pensar por mí misma, el enraizamiento en la propia época, el poner el saber y el mensaje al servicio de los más altos valores de la comunidad humana sometiendo la técnica al espíritu. No le hallaba pues mucha relación a estos lemas con lo que aquel presente ofrecía. Mi interés vital no se ubicaba en la distribución de frecuencias digitales ni quería entrar a los laberintos de la legislación en la materia. Sentía que eso hubiera significado especializarme en un aspecto minúsculo de la vida. Así lo dije aquel 16 de marzo de 2007, al inicio del coloquio de los grupos de investigación de AMIC.

Recordé entonces la expresión de aquel recién egresado que le pedía a la AMIC ocuparse del núcleo disciplinario o de la comunicación entre los seres humanos. Y hablé no sólo sobre el valor de su propuesta, sino que abordé también varios episodios personales entonces recientes: dos muertes prematuras muy cercanas y la caída en drogas de tres jóvenes entrañables. Sin haberlo reflexionado previamente expresé lo que me preocupaba: quisiera dedicarme a desentrañar los atoros que tenemos en nuestras comunicaciones cotidianas. En esa sala del cuarto piso de la torre dos de Humanidades en Ciudad Universitaria se hallaba, ese día, a esa hora, en ese lugar, Antonio Pasquali, uno de los pioneros de la comunicación en América Latina. Sincronías del destino.

Emergencia de la comunicación intersubjetiva

Me había comprometido con Aimée Vega a estar en la inauguración del coloquio, pero le anuncié que no iba a permanecer durante el resto de la sesión y se lo dije tal cual: en este momento no me interesa de manera especial ninguno de los catorce grupos de investigación que existen, no podría entrar a ninguno, necesito definir mi siguiente territorio de investigación y me fui. Cinco días después recibí un correo electrónico de Pasquali, el cual transcribo textualmente:

Hola Fátima. El otro día comenté tu intervención ante AMIC (ya te habías ido, pero te referirán, me imagino) así resumible: no sólo no debes pedir permiso a nadie para abordar la “comunicación personal”, sino que te rogamos lo hagas, primero, por ser ella la eudaimonía final de todas nuestras luchas y segundo, porque siempre hemos puesto la carreta delante de los bueyes, pretendiendo estructurar un Derecho y una Política de Comunicaciones sin aclarar antes los términos de una Moral del Comunicar (todas las normas derivan de un plexo moral primigenio). Tu problema yo lo llamo “una moral de la intersubjetividad”. Te estoy anexando el capítulo VI de la nueva edición española, por Gedisa, de mi *Comprender la Comunicación*, próximo a salir. Aún trae las manchas de color del corrector de pruebas. Espero te sea útil en tus nuevos abordajes. Lamenté no conversar algo más contigo, y tuve algún problema de salud. Un abrazo. Antonio Pasquali. (Pasquali, comunicación personal, 21 de marzo, 2007)

Este *mail* le dio un giro a mi desazón. En esos mismos días recibí otro mensaje igual de auspicioso, era de Aimée: “ya está, quedó planchado: abriremos una línea nueva de investigación en AMIC que se llamará Comunicación Intersubjetiva y la coordinarás tú, junto con Marta Rizo”. Sincronías de la vida, otra vez. Asentimiento total de mi parte, aunque

a Marta Rizo únicamente la conocía por sus textos. La busqué y con los años me percaté que toda ella había resultado un regalo descomunal: joven, inteligente, trabajadora, organizada, ocurrente, leída, simpática, directa, responsable, versátil, divertida y cálida. En el encuentro XIX de AMIC, realizado en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en 2007, anunciamos la creación de nuestro grupo de investigación.

La alegría y el entusiasmo volvieron a mi ser. Con una velocidad que ahora me parece de concurso, el grupo de investigación en Comunicación Intersubjetiva publicó su primer libro al año de haber comenzado a trabajar. Lo titulamos *Nosotros y los otros. La comunicación humana como fundamento de la vida social*. Lo presentamos en el Encuentro de AMIC en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Ahí publicaron quienes estaban interesados en distintos ángulos de la comunicación intersubjetiva. Mi texto se tituló “La Comunicación Intrafamiliar”. Había un motor personal en ese tema. Mis secretos episodios de incomunicación eran elocuentes en sí mismos, intenté extrapolarlos a otros casos con la convicción de que es en el seno familiar donde emergen los profundos afectos pero también los soterrados conflictos de las relaciones humanas. Pisar esos terrenos fue mirar de golpe un cúmulo de caminos teóricos y empíricos a transitar.

En ese mismo encuentro de Puebla planteamos la necesidad de que el grupo contara con un eje articulador de nuestros discursos y con la explicitación de lo que entendíamos por comunicación interpersonal diferenciándola de la comunicación intersubjetiva. El acuerdo fue trabajar por escrito sobre ello. Al finalizar el término fijado, de los nueve colegas que escribimos en el primer libro sólo quedamos tres para publicar en el segundo: Marta Rizo, Marco Millán y esta servidora. Nuestro segundo libro se publicó en el 2013 bajo el título de *La comunicación humana en tiempos de lo digital*.

En este segundo texto colectivo mi trabajo llevó el nombre de “El trasfondo emocional de la comunicación interpersonal (y el difícil tránsito hacia la comunicación intersubjetiva)”. Rescatar el elemento emocional en la comunicación humana me llevó a coincidir con aquellos teóricos que afirman que aún en los actos de habla que consideramos más racionales está presente el ingrediente de alguna emoción humana. Maturana (2004) dice al respecto:

En la vida cotidiana nos movemos de un dominio racional a otro en el curso de nuestro emocionar, muchas veces sin darnos cuenta. Por esto, el fluir de los discursos racionales en las interacciones humanas depende del fluir emocional de las conversaciones en que éstas se dan. (p. 107)

Se me volvió a abrir un abanico enorme de lecturas, de temas, de proyectos.

Una etimología para comunidad

En los últimos años he avanzado en desentrañar lo que implica la genuina comunicación humana en diversos escenarios. No tengo duda de que la comunicación que logra acuerdos duraderos y profundos para la acción no es producto de un golpe de voluntad. Implica un trabajo de autoconocimiento que suele llevarnos cuesta arriba y que es condición indispensable para comprender desde qué emociones intentan comunicar los otros, desde qué elementos pretenden construir comunidad.

Lo mejor, lo más rico del trabajo en el grupo de Comunicación Intersubjetiva fueron las discusiones entre los autores del último libro. Ahí, en los intercambios de bibliografía, en el descubrimiento de nuevos ángulos me quedó claro que una comunidad no es, para decirlo en palabras de Roberto Esposito:

Un modo de ser -ni menos aún de hacer- del sujeto individual. No es su proliferación o multiplicación. Pero sí su exposición a lo que interrumpe su clausura y lo vuelca hacia el exterior, un vértigo, una síncope, un espasmo en la continuidad del sujeto. (Esposito, 2007, p. 32)

Este autor lo leí por sugerencia de Marco Millán y me ha resultado de lo más sugerente.

Se trata de un filósofo napolitano, nacido un año después que yo, el cual hace un ejercicio etimológico revelador directamente relacionado con nuestro núcleo disciplinario. Si partimos del hecho de que la comunicación intersubjetiva no nos interesa exclusivamente para resolver nuestros problemas con alguien en particular, sino que buscamos la comunicación para actuar juntos, para construir comunidad, es preciso tener bien claro qué significa el término comunidad. Esposito hace una incursión en el lenguaje conceptual de la filosofía política moderna y en el término latino *communitas* halla un puntal hermenéutico que usa para iniciar la desagregación de la palabra. El sustantivo *communitas* y el adjetivo *communis* adquieren, en todas las lenguas neolatinas, un sentido que se opone a *propio*. Lo que es común no es propiedad de nadie en particular, es de todos, es público. Lo común comienza ahí donde lo propio termina. Y sigue con otro significado implicado en el anterior: *munus*, con su raíz *mei* y su sufijo *nes* que Esposito lleva a desembocar en: deber de intercambio con caracterización social, con reciprocidad o mutualidad de dar que determina un compromiso en el otro. No entro en lo que el mismo autor llama trampas léxicas y dificultades interpretativas. Tomo simplemente el significado que le da al concepto de comunidad, le creo, pues. Me quedo con la idea de un circuito social de donación recíproca, obviamente no de bienes materiales sino de bienes ontológicos.

Sobra decir que Esposito no se refiere, en ningún momento, a esas comunidades cerradas en las que la gente se siente a salvo de los extraños, ni a esas familias donde no entran los que “no son como nosotros”. Él se dirige a esos conjuntos de personas a los que une, no un interés preciso ni una propiedad sino, un deber de dar ante el que es imposible un no-dar. Se trata de seres humanos unidos, dice este autor, no por un más sino por un menos, hay una modalidad de carencia existencial entre ellos, hay “una despropiación que inviste y descentra al sujeto propietario, y lo fuerza a salir de sí mismo. A alterarse. En la comunidad, los sujetos no hallan un principio de identificación, ni tampoco un recinto aséptico en cuyo interior se establezca una comunicación transparente o cuando menos el contenido a comunicar. No encuentran sino ese vacío, esa distancia, ese extrañamiento que los hace ausentes de sí mismos: ‘donantes a’, en tanto ellos mismos ‘donados por’ un circuito de donación recíproca... (Esposito, 2007, p. 31).

Estamos ante la radicalidad de nuestro núcleo disciplinario.

Comunicación e interdisciplina

Me hallaba asimilando los saldos de haber incursionado en esta perspectiva de la comunidad cuando el azar de la vida me puso frente a una experiencia que me ha obligado a intentar aterrizar todo esto. Resulta que en 2012 arrancó un proyecto interdisciplinario desde la rectoría de la UNAM para vincular los múltiples esfuerzos que se hacen en la Universidad en torno a la problemática de la vejez y el envejecimiento. Acabé formando parte del comité técnico de ese Seminario, representando a mi facultad, en el que participan centros, institutos y otras facultades. Desde el inicio me percaté de que en ese grupo, inicialmente constituido por 19 disciplinas diferentes, sucedían uno a uno los problemas sobre los que alertan los teóricos de la

interdisciplina. De entrada había una alerta que atender: a mayor número de paradigmas y métodos involucrados mayor es la complejidad del proceso comunicativo. Pues sí, es una gran verdad que crece todavía más cuando uno tiene que hacerle frente. Se venció el primer escollo, no sin obstáculos: pudimos comenzar a homologar la terminología convenciendo a los médicos que veían en ello una tarea inútil dado que contaban con un glosario que podíamos utilizar todos. Justamente se trataba de construir códigos comunes, de todos los ahí presentes, no era cosa de adoptar el que era privativo de un grupo disciplinar. Primer aterrizaje, incipiente, precario pero victorioso del término comunidad propuesto por Esposito.

Comenzar a trabajar en subgrupos fue remitirnos a algo mucho más elemental que la construcción de una comunidad. Fue entrar en ese terreno jabonoso de la comunicación interpersonal, de aquella en la que predominan las emociones. Inicialmente me tocó trabajar en un grupo con otras dos personas, de facultades muy diferentes a la mía. Iba yo dispuesta a una discusión sobre teorías y métodos, cuando saltó la libre por el terreno menos esperado: nos atoramos en cuestiones elementales de organización. Una persona no respondía los correos electrónicos y paralizaba el trabajo. Cuando le hice notar el atraso que causaba me pidió que le hiciera llegar la información vía teléfono fijo. Petición increíble. Si tenemos la facilidad de enviar mensajes por diversas vías sin necesidad de coincidir en tiempo real con la persona ¿por qué solicita recurrir a algo que ya cayó en desuso para el trabajo académico? Señal inequívoca de que para lograr la comunicación con esa persona había que entrar a comprender algunos aspectos de sus circunstancias. Toda la teoría se hace añicos si uno no supera estas divergencias generacionales, de costumbres, de estilos, de procedencias, de lo que parece irrelevante pero que resulta central. Conclusión de este episodio: para correr es necesario aprender a caminar. ¿Cuál *communitas* si no logramos superar este escalón que parecería de kínder? ¿Cuál darnos y

complementarnos en el trabajo si nos irritamos a la primera diferencia de procedimiento? ¿Quién dijo que la comunicación entre universitarios tiene menos obstáculos que otros grupos? En cualquier grupo humano hay un trabajo fino que llevar a cabo en materia de comprensión mutua, de respeto auténtico hacia el otro.

La docencia, como profesora y como estudiante, me ha llevado a experimentar situaciones inéditas. En el primer caso, al sustituir las materias sobre medios que antes impartía por otras como Introducción al Estudio de la Ciencia o Pensamiento, Lenguaje y Sociedad se me han abierto horizontes descomunales. Lo que se ha avanzado en el mundo en materia de interdisciplina me ha exigido volverme estudiante formal e informal y a cada paso que doy me percató de la necesidad de formar comunicólogos para la interdisciplina. Hace no mucho, durante todo un semestre viví una experiencia única que me reafirmó en la convicción de que la comunicación puede y debe ser puente entre los saberes. En el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM estuve en un grupo donde había biólogos, geógrafos, filósofos, médicos y de otras disciplinas, organizados en equipos totalmente heterogéneos. Había que trabajar en un mismo tema, el paso número uno era aprender a escuchar al otro sin prejuicios, sin ánimos de polémica, con toda la atención posible.

Si aquello de construir comunidad hubiera sido algo más que un núcleo teórico disciplinario, y si lo hubiera yo convertido en norma cotidiana de vida, el resultado de este ejercicio entre disciplinas hubiera sido sencillo. Fue complejo, aleccionador, por momentos perturbador, pero eso sí, sumamente esclarecedor. Lo que aprendí de los biólogos evolucionistas, tanto de los ahí presentes, como en la bibliografía, resultó ser uno de los territorios que me han hecho soñar con tener cuatro décadas menos para zambullirme de tiempo completo en lo que plantean.

Doy un ejemplo de lo anterior, no como anécdota, sino para darle visibilidad a una de tantas realidades que no miramos desde los estudios en comunicación, donde todavía el peso de los medios y sus innovaciones tecnológicas nos arrebatan demasiada energía. Resulta que entre lo que salió a discusión en ese grupo estuvo la obra de una genetista israelí que se ha dedicado a plantear lo que se ha investigado después del neodarwinismo. Sabido es ya, por la divulgación de la ciencia, que no todo en la evolución humana es cuestión de genes. Ella, de nombre Eva Jablonka, habla de la epigenética, de los comportamientos humanos y menciona además otra dimensión de la evolución que resulta fundamental para los estudios en comunicación: la simbólica.

Nunca más la carreta delante de los bueyes

Esto de los símbolos es piedra angular en el origen de nuestro núcleo disciplinario. Lo había yo trabajado en el último libro que escribió el sociólogo Norbert Elias: *Teoría del Símbolo*, el cual es un texto que encierra elementos importantes para una teoría de la comunicación, pero que tiene la limitación de haber sido escrito en los ochenta, cuando no se conocían los planteamientos de la biología evolucionista contemporánea. Jablonka y su equipo plantean de entrada lo mismo que Elias y que otros muchos: lo que hace a la especie humana tan diferente es la forma en que podemos organizar, transmitir y adquirir información, así como nuestra capacidad de pensar y de comunicarnos con símbolos. La novedad estriba en mirar todo ello también como un sistema que ofrece una nueva dimensión a la herencia y a la evolución porque los símbolos, igual que los genes (y no la conducta) pueden transmitir información latente. De aquí se derivan una serie de cuestiones que nos remiten a las bases primeras de tantos asuntos

de comunicación humana que nos saltamos al poner, como dijo Pasquali, la carreta delante de los bueyes.

La comunicación humana se ubica en el centro de la topografía de la vida. Celebro haberla retomado o para decirlo con un mínimo de humildad: agradezco el poder comenzar a captar su esencia después de tantos años de mencionarla sin experimentarla a fondo. Tiene tanto qué hacer en esto de la articulación de los saberes y sobre todo en la gran búsqueda de la eudaimonía o nuestro destino gozoso, como también dijera Pasquali.

Referencias

- Elias, N. (1994), *Teoría del Símbolo. Un ensayo de antropología Cultural*, Barcelona: Ediciones Península.
- Esposito, R. (2007). *Communitas. Origen y Destino de la Comunidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Fernández, F. y Rizo, M. (Coord.) (2009). *Nosotros y los Otros: La Comunicación Humana como Fundamento de la Vida Social*. México, D.F.: Editoras Los Miércoles.
- Fernández, F., Millán, M., Rizo, M., (2013), *La Comunicación Humana en Tiempos de lo Digital*, México D.F.: UAM, Juan Pablos Editor, AMIC.
- Fuentes, R. (1998). *La Emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO y Universidad de Guadalajara.
- Jablonka, E. y Lamb, M. (2006). *Evolution in Four Dimensions. Genetic, Epigenetic, Behavioral and Symbolic Variation in the History of Life*. Massachusetts: MIT Press.
- Maturana, H. (2004). *Desde la Biología a la Psicología*. Buenos Aires: Editorial Universitaria/Lumen.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la Comunicación*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Trayectorias y tensiones de la investigación sobre comunicación interpersonal e intersubjetiva en México. Un mapa de objetos, enfoques y retos

Marta Rizo García¹

Regresar la mirada a la comunicación humana

Si revisamos la historia de la investigación en comunicación, cuyo estatuto epistemológico sigue siendo objeto de discusión académica, podemos apreciar que sus principales influencias provienen de corrientes fundamentalmente sociológicas, tales como el funcionalismo y la teoría crítica, entre otras. Son muchos los paradigmas y propuestas teóricas que han aportado miradas específicas sobre los fenómenos comunicativos, especialmente sobre los fenómenos mediáticos: la psicología, la sociología cultural, la economía política, la semiótica, etc. No es propósito de estas

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel II, Conacyt. mrizog@yahoo.com

páginas discutir el estatuto epistemológico del campo académico de la comunicación; sin embargo, vale la pena destacar que pocas veces se pone en duda que las ciencias de la comunicación estudian los medios de difusión. Entonces, cabe preguntarnos: ¿Qué sucede con otros procesos de construcción de sentido?² Concretamente, ¿qué sucede con la comunicación no mediada, con la comunicación interpersonal?

El párrafo anterior da cuenta de la centralidad de los medios como principal objeto de estudio de las ciencias de la comunicación, en detrimento de otros temas, como la comunicación interpersonal. Es un hecho que existen dificultades para llegar a un consenso cabal en torno a cuál es el objeto de estudio de la comunicación, incluso suelen presentarse como dos áreas separadas, los estudios sobre medios y los estudios sobre comunicación interpersonal.

La comunicación es un fenómeno social que todos experimentamos cotidianamente, pero también es un campo profesional y un campo académico.³ Esta triple condición aporta una riqueza al campo que nos

2 Utilizamos la expresión “procesos de construcción de sentido” porque compartimos con Raúl Fuentes Navarro que “en el centro de nuestro objeto de estudio, la comunicación, no están los ‘mensajes’ o los ‘contenidos’ sino las relaciones, establecidas e investigadas a través de sus múltiples mediaciones, entre la producción de sentido y la identidad de los sujetos sociales en las más diversas prácticas socioculturales” (Fuentes, 2008, p. 113).

3 Al respecto, vale la pena recuperar la siguiente idea de Vassallo y Fuentes (2002): “el campo académico de la comunicación está constituido por: un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación. Lo que implica que en ese campo se pueden identificar varios subcampos: el científico, implicado en prácticas de producción del conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías; el educativo, que se define por prácticas de reproducción de ese conocimiento, es decir, mediante la enseñanza universitaria de materias relacionadas con la comunicación, y el profesional, caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado de trabajo” (p. 4).

ocupa, pero acarrea también problemas. Para Fuentes (1999), en el estatuto disciplinario de los estudios sobre comunicación confluyen muchos factores que determinan la institucionalización de este campo, factores tanto cognoscitivos como sociales.

Si el campo de la comunicación es un campo inter y transdisciplinario es, entre otras razones, porque el propio fenómeno comunicativo puede ser analizado desde varios enfoques, y las matrices teóricas desde las cuales se ha investigado la comunicación a lo largo de la historia no pueden agruparse en un único “modo de ver”. Es claro, entonces, que “la comunicación no puede ser encasillada en los márgenes de un compartimento disciplinario estanco” (Torrico, 2005, p. 42). Los fenómenos comunicativos son hechos sociales que pueden interesar a cualquier disciplina relacionada con la sociedad y con el comportamiento humano. Así, “la comunicación es atravesada por todos los órdenes de lo humano, y también ella los atraviesa” (Sierra, 2005, p. 93).

En este caso, interesa centrarnos en la dimensión interpersonal de la comunicación, en la comunicación como fenómeno relacionado con el diálogo cara a cara, con el compartir, con el vínculo entre sujetos que interactúan en el escenario de la vida cotidiana. Al respecto, nos parece importante remitirnos a las particularidades del Grupo de Investigación “Comunicación Intersubjetiva” de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que nació en 2008 con un claro propósito: regresar la mirada académica a los fenómenos de la comunicación humana, muchas veces inexistentes en los espacios de encuentro y discusión académica de nuestro campo. El Grupo se planteó preguntas agrupadas en tres dimensiones básicas, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 1. Dimensiones y preguntas guía del Grupo de Investigación
Comunicación Intersubjetiva de la AMIC**

Dimensión	Preguntas-guía
Teórica	¿Desde qué conceptos vemos los fenómenos de comunicación intersubjetiva? ¿Qué enfoques teóricos pueden ser más pertinentes para abordar la relación entre intersubjetividad y comunicación? ¿Qué otras corrientes de las ciencias sociales y/o humanas han aportado ideas para la conceptualización de la comunicación intersubjetiva?
Metodológica	¿Cómo podemos investigar la comunicación intersubjetiva? ¿Qué técnicas de investigación pueden ser las más adecuadas al objeto de estudio? ¿Cómo podemos mejorar la comunicación intersubjetiva en la actualidad?
Empírica	¿Qué objetos empíricos se pueden investigar acerca del fenómeno de la comunicación intersubjetiva? ¿En qué ámbitos de la vida cotidiana está “en peligro” la comunicación intersubjetiva?

Fuente: Rizo, 2009, p. 328.

En estas páginas interesa recuperar, concretamente, tres de estas interrogantes: dos de orden teórico -¿qué enfoques teóricos pueden ser más pertinentes para abordar la relación entre intersubjetividad y comunicación?, ¿qué otras corrientes de las ciencias sociales y/o humanas han aportado ideas para la conceptualización de la comunicación intersubjetiva?-, y una

de carácter empírico -¿qué objetos empíricos se pueden investigar acerca del fenómeno de la comunicación intersubjetiva?-. Además, se integra la mirada pedagógica, para indagar en torno al papel de la comunicación interpersonal e intersubjetiva en la formación de los estudiantes de comunicación en México.

Aunque hemos usado simultáneamente las expresiones de comunicación interpersonal y comunicación intersubjetiva, éstas no nombran en esencia al mismo fenómeno. De hecho, desde sus inicios, uno de los principales objetivos del Grupo de Investigación en Comunicación Intersubjetiva de la AMIC fue discutir las diferencias y semejanzas entre estos dos términos. A ello dedicamos el próximo apartado, aun y sabiendo que en el campo de la comunicación el término más usado para nombrar los fenómenos de comunicación no mediada es el de comunicación interpersonal.

Comunicación interpersonal e intersubjetiva: distinciones básicas

La comunicación intersubjetiva se concibe a menudo como sinónima de la comunicación interpersonal. Ambos conceptos comparten el mismo referente empírico -la situación de comunicación entre las personas-, pero los fundamentos teóricos que los sustentan son distintos. La comunicación interpersonal ha sido definida sobre todo por la psicología social sociológica -sobre todo por aquellas vertientes de esta disciplina que ponen énfasis en procesos de interacción y comunicación como son la persuasión y la influencia, entre otros-, mientras que la comunicación intersubjetiva requiere de una mirada de corte más filosófico para ser conceptualizada con mayor rigor. El interaccionismo simbólico, la sociología fenomenológica y la teoría de la acción comunicativa comparten el interés por la comunicación más allá de las situaciones de interacción cara a cara en la que todo sujeto

se ve inmerso cotidianamente. Estas tres miradas, si bien no son las únicas,⁴ son fundamentales para definir la comunicación intersubjetiva.

La comunicación intersubjetiva destaca la construcción social inherente al fenómeno comunicativo, con énfasis en la otredad -en el otro u otros con quienes se comparte dicha situación de interacción-, mientras que la comunicación interpersonal es concebida como el momento concreto, y empíricamente observable, en el que al menos dos sujetos establecen un contacto comunicativo, sea cual sea el objetivo de éste. Así, la comunicación interpersonal es un hecho que acontece, un fenómeno social no instrumental -o no, al menos, en el mismo sentido en que lo es la comunicación intersubjetiva-, y cuando queremos pensarla ya aconteció.

Algunas aproximaciones a la comunicación interpersonal ponen énfasis en la corporeidad de la misma, en la situación de interacción entre dos o más cuerpos que comparten un espacio y un tiempo. Por lo tanto, la comunicación interpersonal, a diferencia de la intersubjetiva -al menos de la visión que defendemos en este texto, que no es por supuesto la única-, tiene un carácter más senso-corporal y se asocia directamente con la vivencia, y en mucha menor medida tiene que ver con el intercambio de ideas y conceptos o con la información misma que está siendo intercambiada.

En otros trabajos⁵ hemos detallado los aportes del interaccionismo simbólico, la sociología fenomenológica y la teoría de la acción comunicativa a la definición de la comunicación intersubjetiva y a su distinción con respecto

4 La pragmática de la comunicación humana de Paul Watzlawick, el análisis situacional de Sacks o el modelo goffmaniano de análisis de la interacción cotidiana son algunas de las otras perspectivas básicas que pudieran tomarse en cuenta para una revisión más profunda sobre la relación entre intersubjetividad y comunicación.

5 Ver Rizo (2013a).

a la comunicación interpersonal. Recuperamos brevemente la concepción de la comunicación de cada una de estas corrientes: para el interaccionismo simbólico, la comunicación es la base para la construcción de significados sobre el entorno y sobre sí mismos por parte de los actores sociales; para la sociología fenomenológica, es la materia prima para la constitución de lo social, esto es, la base de la formación de significados sobre el entorno por parte de los sujetos; por último, la propuesta de la teoría de la acción comunicativa comprende la comunicación como una acción orientada al entendimiento y la comprensión, proveedora de los consensos necesarios para el establecimiento de un sistema social (Rizo, 2013a). Si integramos las tres perspectivas obtenemos que la comunicación intersubjetiva es la base para la construcción de los significados sociales, orientada al entendimiento y la comprensión, e idealmente posibilitadora de los consensos necesarios que permitirían un tejido social democrático basado en argumentos racionales propios de personas libres que actúan por el bien colectivo.

La producción académica sobre comunicación interpersonal e intersubjetiva en México

Evaluar un campo como el de la comunicación es una tarea ineludible para consolidar la comunidad académica. Existen muchos trabajos que han avanzado al respecto, por lo que podemos afirmar que el campo de la comunicación cada vez reflexiona más sobre sí mismo. Por ello, vale la pena seguir preguntándonos: ¿Qué teorías y qué temas forman parte de la historia compartida por la comunidad académica del campo de la comunicación? Como ya apuntamos, es un hecho que existen aún muchos desacuerdos en torno al núcleo disciplinario de la comunicación. Pese a la falta de consenso,

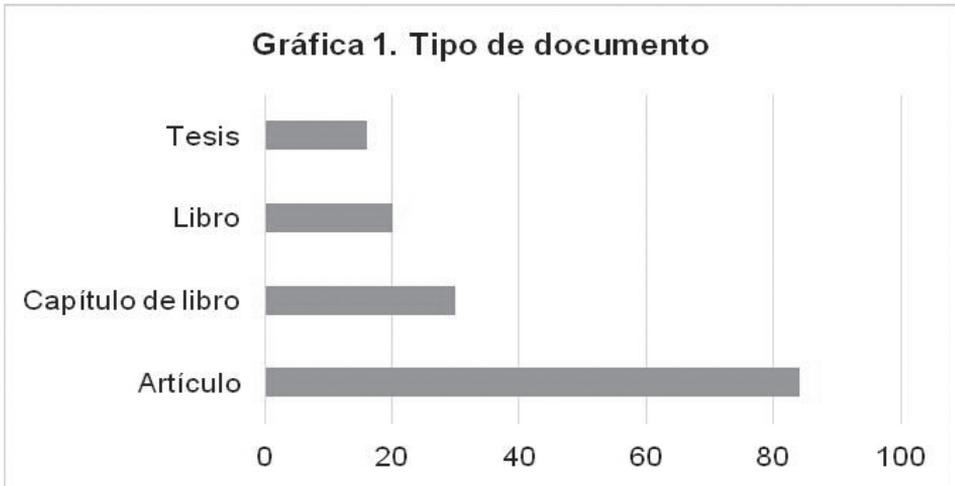
evidente en la dispersión temática y la fragmentación del campo, es posible -y necesario- revisar la trayectoria de los diferentes subcampos de estudio de la comunicación.

En este apartado pretendemos explorar qué ha sucedido con la comunicación interpersonal e intersubjetiva como objeto de la investigación de la comunicación en México.⁶ Para ello, tomamos como base, en un primer momento, el Catálogo de Ciencias de la Comunicación (CC-DOC),⁷ y en un segundo momento, la producción del Grupo de Investigación “Comunicación Intersubjetiva” de la AMIC, desde su nacimiento en 2008 y hasta la fecha. Del catálogo CC-DOC, con base en una búsqueda simple con el descriptor general “interpersonal”, obtuvimos un total de 163 documentos, de los cuales nos centramos únicamente en los 150 que más se ajustan al objeto de estudio relacionado con la comunicación interpersonal.⁸ La mayoría de los documentos registrados son artículos académicos (Ver Gráfica 1), y existe un equilibrio considerable entre los textos teóricos, los que abordan algún fenómeno empírico y los de corte ensayístico.

6 Cabe mencionar que no se ofrece un análisis en el sentido estricto del término, sino más bien una exploración bibliográfica general que permite observar algunas tendencias en lo que a la investigación en comunicación interpersonal e intersubjetiva se refiere.

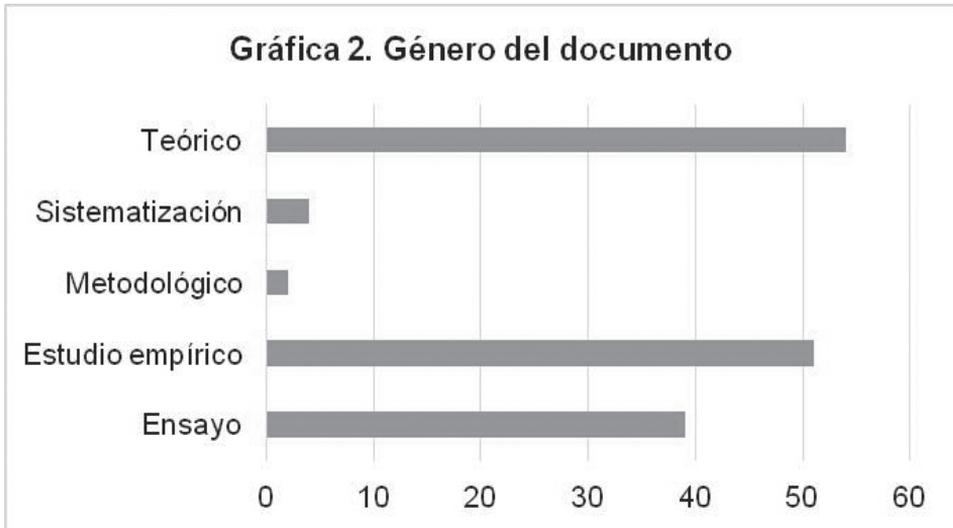
7 El Catálogo CC-DOC se encuentra disponible en la página: <http://ccdoc.iteso.mx/>. En la fecha de consulta (agosto 2015) contaba con un total de 6,678 textos sistematizados.

8 Cabe mencionar que la búsqueda se realizó en abril y mayo de 2015, y se decidió emplear únicamente la estrategia de búsqueda simple, ya que ello implicaba que los documentos tuvieran, desde el título, el término “interpersonal”. Así mismo, es importante mencionar que al colocar el descriptor “interpersonal” en el motor de búsqueda avanzada, se obtuvieron 3,264 documentos (mayo 2015), mismos que incluían el descriptor en el resumen o a lo largo del texto, lo que no determinó que fueran textos que abordaran centralmente la comunicación interpersonal.



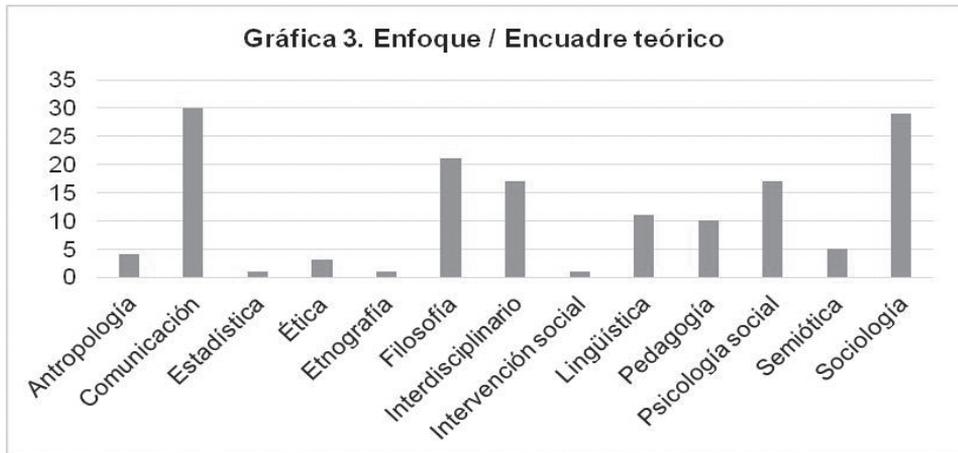
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al género del documento, como decíamos, existe un equilibrio considerable entre los textos teóricos, los empíricos y, en menor medida, los ensayísticos (Ver Gráfica 2). Llama la atención que sean tan pocos los documentos que se centran en la metodología, en el cómo investigar la comunicación interpersonal. Lo anterior constituye un reto que es necesario atender si se quiere consolidar la investigación en torno al tema.



Fuente: Elaboración propia.

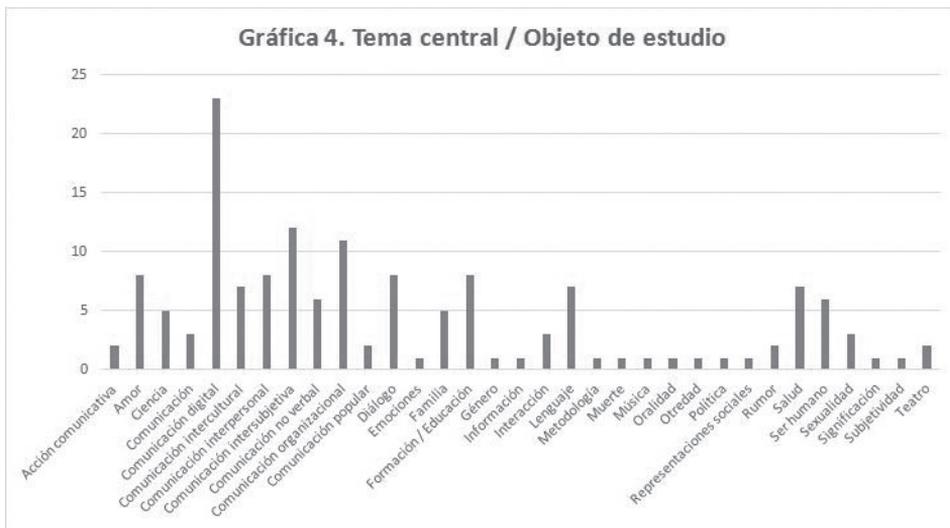
Con respecto al encuadre teórico, observamos un equilibrio entre los enfoques propiamente comunicativos -que toman en cuenta aportes como los de la Escuela de Palo Alto, corrientes relacionadas con la comunicación organizacional, o con la comunicación educativa- y los enfoques de corte sociológico y filosófico. Destaca también la presencia de trabajos que proponen una mirada psicosocial en torno al fenómeno de la comunicación interpersonal, así como aquellos documentos que, en esencia, pueden concebirse como interdisciplinarios, puesto que en ellos no prevalece ningún enfoque teórico o disciplina en particular (Ver Gráfica 3).



Fuente: Elaboración propia.

Más allá de la diversidad de enfoques que se presentan en los textos sistematizados, vale la pena hacer un apunte sobre la dispersión en términos de autores. Con respecto a los textos que se basan en un enfoque comunicativo, encontramos 25 autores en 30 textos, de los cuales solamente dos aparecen con más de un texto (Rizo, 2004, 2008a, 2009a; Sánchez, 1991, 1998). Los 29 documentos cuyo enfoque predominante es el sociológico fueron escritos por un total de 26 autores, de los cuales se repiten tres: De la Peza (1999, 2004), Flores (2010, 2012) y Rizo (2005, 2007). Algo similar sucede con los textos de corte o matriz teórica filosófica, un total de 21, escritos por 16 autores diferentes, de los cuales únicamente dos aparecen con más de una referencia: Coronado (1982, 1983a, 1983b) y Rizo (2006a, 2008b, 2009b, 2012b). Por último, los 17 trabajos que presentan un encuadre teórico mayormente psicosocial se distribuyen en 14 autores, de los que se repiten Guadarrama (1999, 2003, 2006) y Rizo (2006b, 2008c).

La exploración de los objetos de estudio que se abordan en los 150 documentos da cuenta de una notable dispersión temática (Ver Gráfica 4). Nos parece un dato cuando menos curioso que el objeto que más estudios empíricos ha generado en México sobre comunicación interpersonal sea, paradójicamente, la comunicación digital, los fenómenos de comunicación humana mediados por la tecnología.



Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, muchos de los textos abordan el tema de la comunicación interpersonal e intersubjetiva. En este sentido, destaca la presencia de documentos de corte ensayístico o teórico, que sin abordar empíricamente los fenómenos interpersonales, dan cuenta de un interés creciente por la reflexión teórica-conceptual en torno a ellos. Empíricamente, destaca, como ya dijimos, el tema de la comunicación digital, que muchas veces se encuentra presente en trabajos teóricos y empíricos, que exploran los cambios en la comunicación interpersonal cara

a cara derivados del uso de las tecnologías. Tienen también una presencia notable los temas vinculados con la comunicación organizacional, con la comunicación educativa y con el terreno de lo afectivo-emocional.

Aunque, como ya mencionamos, en el campo de la investigación en comunicación se usa más el término comunicación interpersonal que el de comunicación intersubjetiva, nos pareció también interesante realizar una búsqueda en el CC-DOC con términos como “intersubjetividad”, “intersubjetivo” e “intersubjetiva”. La búsqueda, nuevamente, se realizó de forma simple, para encontrar los documentos que desde el título contuvieran dichos conceptos. Al respecto, el panorama fue bastante desolador (Ver Gráfica 5):



Fuente: Elaboración propia.

Es interesante mencionar que de los documentos referidos en la gráfica anterior ninguno sobrepasa los 20 años de antigüedad, y se observa también la diversidad de autores. Detallamos esta cuestión a continuación:

“intersubjetividad” fue hallado en diez textos, escritos de 2006 a 2012, de un total de cinco autores; el descriptor “intersubjetivo” tuvo presencia en únicamente tres textos, con fechas que van de 1997 a 2012, de tres autores diferentes; y por último, la palabra “intersubjetiva” la encontramos en 13 documentos, fechados de 1997 a 2013, de un total de ocho autores. El primer descriptor, la intersubjetividad, lo encontramos en siete textos teóricos y tres mixtos, que combinan reflexión teórica con análisis empírico; los diez documentos están fechados en 2006 y años posteriores, y fueron escritos por cinco autores: Millán (2009a, 2009b), Fernández (2009), Rizo y Romeu (2007), Amador (2008, 2011) y Rizo (2006a, 2010a, 2010b, 2012c). Con respecto al descriptor “intersubjetivo”, éste aparece en tres textos de tres autores: De la Torre (1997), con un texto de corte metodológico, Lara (2009), con un texto empírico sobre la muerte como ritual intersubjetivo, y Rizo (2012c), con un texto teórico. Y por último, la palabra “intersubjetiva” aparece en textos de ocho autores distintos, dos más antiguos (de 1988 y de 1997) y el resto ya escritos en el siglo XXI; destaca el año 2009, con la publicación de la obra colectiva *Nosotros y los otros. La comunicación humana como fundamento de lo social* (Fernández y Rizo, 2009), que incluye textos de corte teórico (Millán, 2009; Rizo, 2009a, 2009c, 2010b, 2013b) y de corte empírico, con objetos como la familia (Fernández, 2009), la muerte (Lara, 2009) y la migración (León, 2009), entre otros.

Un dato global que llama la atención es la casi ausencia de trabajos metodológicos. Podemos anticipar, así, que el subcampo de la comunicación interpersonal e intersubjetiva ha generado más reflexiones teóricas y ensayísticas que trabajos centrados en cómo investigar e intervenir estos fenómenos.

Temas y objetos de estudio abordados en el Grupo de Investigación “Comunicación intersubjetiva” de la AMIC

El Grupo de Investigación Comunicación Intersubjetiva de la AMIC nació en 2008. A lo largo de los ocho encuentros anuales de la Asociación, en él se han presentado un total de 74 ponencias, lo que da cuenta de un promedio poco mayor a los nueve trabajos por Encuentro. La sistematización clasifica las ponencias en teóricas (39), empíricas (32) y metodológicas (3). Las ponencias de corte teórico presentadas a lo largo de los 8 encuentros abordan, principalmente, el propio concepto de intersubjetividad (19), la comunicación interpersonal (3), la violencia y el campo académico de la comunicación (3), y la ética (2). Con respecto a las ponencias empíricas, destaca la diversidad de objetos de estudio abordados, siendo la migración (5), el teatro (4) y la violencia (3) los temas que se han repetido en más ocasiones; con dos ponencias encontramos temas como la familia, la juventud, la muerte y la salud. Sobre las matrices teóricas en las cuales se ubican los trabajos, mostramos a continuación un cuadro que sistematiza los enfoques teóricos-disciplinarios de las ponencias presentadas:

Tabla 2. Enfoques teóricos de las ponencias presentadas en el GI Comunicación Intersubjetiva de la AMIC, 2008 - 2015

Enfoque teórico	Número de ponencias
Antropología	3
Lingüística	4
Intervención	5
Psicología social	5
Psicología	8

Sociología	12
Filosofía	14
Interdisciplinar	19
Otras	4

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, la mayoría de los textos presentan abordajes interdisciplinarios, aunque es notorio el predominio de los enfoques filosóficos y sociológicos, y en mucha menor medida, los psicológicos y psico-sociales. Lo anterior se relaciona con las corrientes mencionadas anteriormente para abordar conceptualmente la comunicación intersubjetiva.

La comunicación interpersonal e intersubjetiva en la enseñanza de la comunicación

Dada la condición de la comunicación como campo no sólo académico sino también educativo, nos parece pertinente explorar en términos generales la presencia de la comunicación interpersonal en las escuelas y facultades de comunicación en nuestro país. Para ello, hemos tomado en cuenta los planes de estudio de diez universidades públicas y de seis universidades privadas.⁹

⁹Las universidades públicas fueron las siguientes: Universidad Autónoma de la Ciudad de México (Distrito Federal), Universidad Nacional Autónoma de México (Distrito Federal), Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco (Distrito Federal), Universidad Autónoma Metropolitana – Cuajimalpa (Distrito Federal), Universidad de Guadalajara (Jalisco), Universidad Autónoma de Nuevo León (Nuevo León), Universidad Veracruzana (Veracruz), Universidad Autónoma de Baja California (Baja California), Universidad Autónoma del Estado de México (Estado de México) y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (Puebla); mientras que las privadas fueron las siguientes: Universidad Iberoamericana (Distrito Federal), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (Jalisco), Tecnológico de Monterrey - Monterrey (Nuevo León), Tecnológico de Monterrey - Ciudad de México (Distrito Federal), Universidad Intercontinental (Distrito Federal) y Universidad Anáhuac del Norte (Distrito Federal).

No pretendemos una muestra exhaustiva; más bien se ofrece una exploración general que permite ver la incidencia de la comunicación interpersonal e intersubjetiva en los perfiles de egreso y en los mapas curriculares de las licenciaturas en comunicación que se ofertan en varios estados de la República Mexicana. De cada una de las instituciones exploramos sus planes de estudio en comunicación (sea cual sea su nomenclatura), para fijarnos en aspectos como los siguientes: número de semestres, número de materias, presencia de la comunicación interpersonal en el perfil de egreso, materias donde la comunicación interpersonal y grupal esté explícita, y materias donde se trabajen enfoques teóricos cercanos a la psicología y la filosofía, entre otros aspectos.

Si observamos los perfiles de egreso de los planes de estudio en comunicación que hemos revisado, nos encontramos con diferentes grados de inclusión de la comunicación interpersonal. En el ámbito de lo metodológico, aparece la comunicación interpersonal como área temática en la cual los estudiantes se forman para diagnosticar problemas de comunicación, así como para analizarlos e interpretarlos. Cabe mencionar que en varios de los planes de estudio, este tipo de habilidades metodológicas de diagnóstico de problemas de comunicación interpersonal aparecen plasmadas en relación con el campo de la comunicación organizacional. Con respecto a la dimensión aplicada, los perfiles de egreso refieren en varios casos a la adquisición de habilidades para el manejo del lenguaje, ya sea en el ámbito del diseño de mensajes mediáticos o referidas a la práctica y uso del lenguaje con fines de lograr comunicaciones más efectivas.

Como puede observarse, por un lado se habla de estudiantes capaces de dominar el uso del lenguaje y habilitados para diseñar mensajes acordes a las necesidades específicas de los públicos o situaciones en las que éstos se van a difundir; y por el otro, aparece la habilidad de los estudiantes para

analizar situaciones de comunicación específicas, a partir de las cuales deben ser capaces de diagnosticar problemas para, posteriormente y con base en metodologías específicas, proponer soluciones a éstos. Pese a que estos dos planos -el aplicado y el metodológico- aparecen con cierta fuerza en los perfiles de egreso de los planes de estudio revisados, echamos en falta el plano de lo teórico, es decir, el referido a los conocimientos específicos que sobre comunicación interpersonal e intersubjetiva consideramos que deben tener los estudiantes de comunicación.

Si ponemos el foco de atención no en los perfiles de egreso sino en los cursos que conforman los planes de estudio de las 16 universidades, la situación se revierte, dado que observamos mayor número de materias de corte teórico que de carácter metodológico o práctico relacionadas con la comunicación interpersonal e intersubjetiva. Existen materias que directamente apuntan a la comunicación interpersonal como tema principal del curso; por ejemplo, “Comunicación interpersonal” de la Universidad Autónoma de Nuevo León, “Métodos para el análisis de procesos de comunicación interpersonal” de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, y “Comunicación interpersonal y grupal” de la Universidad Intercontinental. Otros cursos, sin contener en el título el concepto de comunicación interpersonal, también tienen a esta dimensión de la comunicación como tema central: “Comunicación organizacional” y “Comunicación intersubjetiva”, en la Universidad Autónoma de Baja California; “Comunicación intercultural”, “Comunicación en las organizaciones” y “Psicología social”, en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; “Expresión verbal y no verbal”, “Comunicación y educación” y “Psicología de la comunicación”, en la Universidad Autónoma del Estado de México; “Introducción a la retórica”, en la Universidad Intercontinental; “Análisis y expresión verbal”, en el Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México; “Introducción a la comunicación” y “Enfoques sistémicos en comunicación”, en la

Universidad Autónoma de la Ciudad de México; y “Comunicación organizacional”, “Competencia comunicativa” y “Psicología social”, en la Universidad Autónoma de Nuevo León.

La exploración anterior nos permite resaltar cuatro ideas básicas: 1) Únicamente en las licenciaturas del ITESO y la Universidad de Guadalajara no encontramos cursos orientados –al menos explícitamente– a la comunicación interpersonal; 2) Los cursos de corte teórico dominan por sobre los metodológicos y prácticos; estos últimos los vemos casi exclusivamente en la materia metodológica que ofrece la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; 3) Los cursos que tienen a la comunicación interpersonal como tema básico se orientan en varios casos a la comunicación organizacional, a las reflexiones sobre el lenguaje verbal y no verbal y a cursos teóricos cuya orientación básica es la psicología de la comunicación; y 4) Sólo en la Universidad Autónoma de Baja California se ofrece una materia referida explícitamente a la comunicación intersubjetiva, lo que nos hace pensar que este ámbito de la comunicación no es muy tomado en cuenta en la formación de los profesionales de la comunicación en México.

Si vinculamos estos hallazgos generales con las reflexiones vertidas anteriormente en torno a la producción académica sobre comunicación interpersonal e intersubjetiva en México, notamos dos cuestiones básicas: en primer lugar, la existencia de un mayor número de materias de corte teórico coincide con la mayor presencia de textos académicos que ponen énfasis en la discusión teórica sobre los conceptos de comunicación interpersonal e intersubjetiva, en detrimento de textos con énfasis en el abordaje empírico de estos fenómenos comunicativos; en segundo lugar, pese a que en los perfiles de egreso enunciados en los planes de estudio de las universidades analizadas encontramos muchas referencias a la formación de estudiantes en lo que

concierno a habilidades investigativas para la detección de problemas de comunicación interpersonal y sus posteriores soluciones, estas habilidades no aparecen muy explícitamente en los cursos de los planes de estudio, con lo cual, nuevamente, vemos una coincidencia con la producción académica en este subcampo de estudios, que como ya dijimos, se caracteriza por la poca presencia de textos de corte metodológico.

Los datos presentados en este apartado confirman que la comunicación interpersonal no tiene una presencia cabal ni predominante en los perfiles de egreso de las licenciaturas en comunicación en nuestro país, al menos de las que exploramos en este trabajo. Lo anterior se relaciona, en parte, con los datos empíricos obtenidos en una investigación previa, realizada durante los años 2011 y 2012 únicamente en universidades de Distrito Federal (Rizo, 2012a), de la que a continuación destacamos únicamente algunos aspectos que nos parece relevante recuperar aquí.¹⁰ En la investigación se obtuvo que los encuestados asocian la comunicación con un proceso de construcción de sentido (32%), con lo que distingue a los seres humanos de otros seres vivos (22%) y con la difusión de información de un medio a varias personas (18%); como cuarta opción los estudiantes asocian la comunicación con el vínculo y el diálogo. Pese a lo anterior, la mayoría de estudiantes imagina su desarrollo profesional vinculado a los medios de comunicación, sobre todo a la televisión, la prensa y el radio.

10 La investigación referida empleó dos técnicas de investigación: encuestas y grupos de discusión. Las encuestas se aplicaron a un total de 560 estudiantes de Comunicación de varias universidades de la Ciudad de México. La mayoría fueron jóvenes de entre 18 y 25 años, repartidos casi por igual entre hombres y mujeres, provenientes el 70% de universidades públicas (Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Autónoma de la Ciudad de México) y el 30% de universidades privadas (Universidad Iberoamericana, Universidad Anáhuac, Universidad de la Comunicación y Universidad del Valle de México). Con respecto a los grupos de discusión, se aplicó uno con estudiantes de cada una de estas universidades.

Como afirmaba el estadounidense John D. Peters a finales del siglo pasado, “comprender la comunicación es comprender mucho más” (Peters, 1999, p. 2). Comprender la comunicación como fenómeno nos ayuda a entender las prácticas de producción de sentido que los diferentes actores sociales realizan cotidianamente; comprender la comunicación como objeto de estudio sitúa la discusión en la necesidad de distinguir y analizar las múltiples aristas de este fenómeno social, visto ahora como objeto de conocimiento; comprender la comunicación como campo académico nos acerca a la estructura de un campo de conocimiento que, pese a su innegable institucionalización, padece aún de algunos obstáculos sobre todo en lo que a su estatuto epistemológico se refiere; y por último, comprender la comunicación como campo educativo y como campo profesional, como hemos mostrado en este apartado, nos permite conocer cómo y para qué se están formando los profesionales de la comunicación, qué habilidades y conocimientos tienen o debieran tener y, en un marco de reflexión mayor, qué papel están jugando hoy las universidades en la formación de estos profesionales que, tarde o temprano, se insertarán en alguna de las profesiones asociadas con el campo (Rizo, 2012a).

Retos: presente y futuro del subcampo de estudios de la comunicación interpersonal e intersubjetiva en México

Hemos podido ver a lo largo de este texto que, pese a que el campo de la comunicación parece tener claro que su objeto de estudio son los procesos de producción de sentido, sigue existiendo un predominio importante de estudios sobre medios de difusión, en detrimento de los fenómenos comunicativos interpersonales. Ello se hace visible no sólo en la producción académica del campo de la comunicación en México, sino también en la

formación que reciben los estudiantes de comunicación en el país. Algo que observamos, y que ya se ha discutido ampliamente, es la distancia entre el campo de la investigación en comunicación y el campo educativo o formativo; una distancia que, sin embargo, presenta algunas coincidencias interesantes en lo que a la ausencia de la comunicación interpersonal e intersubjetiva se refiere, pues su abordaje sigue siendo residual en la producción académica, por un lado, y su presencia en los planes de estudio en comunicación es también muy reducida si la comparamos con los cursos de corte práctico y aplicado más orientados a la formación de profesionales de los medios, por el otro.

Se torna necesario, en este escenario, consolidar la idea de la producción de sentido no sólo como objeto de estudio de las ciencias de la comunicación sino también como eje central en la formación de los estudiantes de comunicación. Sea cual sea el espacio laboral en el que se inserten, defendemos la necesidad de formar a profesionales que no únicamente tengan habilidades técnicas y prácticas,¹¹ sino que sean capaces de intervenir los fenómenos a partir del uso de metodologías de investigación específicas, para lo cual previamente, sin duda, es indispensable una formación teórica rigurosa sobre la comunicación

11 Es muy ilustradora la afirmación que hace ya 30 años expresaba el investigador mexicano Raúl Fuentes Navarro: “Después de todo, no es con cables, lentes y hojas de papel con lo que trabaja un comunicador, sino con significaciones, valores y mediaciones entre sujetos. Al menos, con esto es con lo que tendría que trabajar, generando satisfacciones a las necesidades de comunicación de los actores sociales. Los instrumentos son inútiles si no se sabe usarlos, pero peligrosos si sólo se sabe usarlos pero no se sabe para qué. Por ello la aportación universitaria limitada a la preparación acrítica de técnicos es no sólo una pobre aportación a la sociedad, sino un obstáculo a la satisfacción de sus necesidades” (Fuentes, 1986, p. 72).

más allá de los medios, que debiera tomar más en cuenta los aportes interdisciplinarios a la conceptualización de la comunicación humana.

Sin duda alguna, la actual ecología mediática digital puede ser aprovechada para incentivar este tipo de reflexiones que tienen al sujeto y a la interacción en el centro. ¿Qué sucede con nuestros modos de comunicarnos en estos “nuevos” entornos digitales? ¿De qué manera podemos incorporar miradas teóricas más complejas sobre la comunicación para comprender, investigar e intervenir las formas actuales de comunicación con mayor rigor e incidencia social? Este ámbito de estudios es sin duda fértil, pues permite incorporar la mirada filosófica –las reflexiones sobre el ser humano y su inherente capacidad de comunicación, las lecturas éticas y ontológicas sobre los nuevos fenómenos comunicativos, etc.- y, además, debe facilitar una mayor articulación entre lo teórico y lo empírico.

Este último aspecto nos hace señalar el reto básico que enfrenta el subcampo de estudios de la comunicación interpersonal e intersubjetiva, tanto en términos de producción académica como en el campo de lo educativo y formativo: es necesario pensar y trabajar con mayor rigor el ámbito de lo metodológico, es decir, las metodologías más propicias para el abordaje de la comunicación interpersonal e intersubjetiva. Si muchos de los problemas que se presentan en las sociedades contemporáneas tienen que ver con nuestros modos de comunicarnos, se hace importante -si no es que urgente- impulsar la discusión en torno a de qué forma debemos investigar e intervenir -para mejorar- estas formas de comunicación no necesariamente ligadas a lo mediado tecnológicamente.

Referencias

- Amador, J. A. (2008). Conceptos básicos para una teoría de la comunicación. Una aproximación desde la antropología simbólica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (203), 13-52.
- Amador, J. A. (2011). Los modelos de comunicación y los límites del estructuralismo. *Derecho a comunicar. Revista científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, (2), 13-35.
- Cisneros, J. (2009). La comunicación intersubjetiva y sus ámbitos de aplicación. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 51-60). México: Editoras Los Miércoles.
- Coronado, J. (1982). *La comunicación interpersonal como modelo teórico de las comunicaciones humanas*. Guadalajara: ITESO. Recuperado de <http://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/153/La%20comunicacion%20interpersonal%20%28huella%20%29.pdf?sequence=2>
- Coronado, J. (1983a). *La comunicación personal y el significado del hombre*. Guadalajara: ITESO.
- Coronado, J. (1983b). *La comunicación personal. Más allá de la apariencia*, Guadalajara: ITESO.
- Corral, M. (2009). La comunicación intersubjetiva y los estudios de la comunicación. En Fernández, F. Y Rizo, M. (Coords.) *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 29-40). México: Editoras Los Miércoles.
- De la Peza, M. C. (1999). El bolero como espectáculo en vivo en teatros, bares y salones de baile. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (9), 71-101.
- De la Peza, M. C. y Rodríguez, Z. (Coords.) (2004). *Culturas amorosas. Prácticas y discursos*. Zapopan, México: Universidad de Guadalajara, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- De la Torre, R. (1997). La comunicación intersubjetiva como fundamento de

- objetivación etnográfica. *Comunicación y Sociedad*, (30), 149-174.
- Fernández, F. y Rizo, M. (2009a). *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social*. México: Editoras Los Miércoles.
- Fernández, F. (2009b). La comunicación intrafamiliar. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.) *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 75-85). Editoras Los Miércoles.
- Fernández, F. (2012). Homenaje al Dr. Antonio Pasquali. *Derecho a comunicar. Revista científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, (6), 81-86.
- Fernández, F. y Rizo M. (2009). Comunicación, intersubjetividad y sentido. Apuntes iniciales para el impulso de la línea de investigación sobre comunicación intersubjetiva. En Vega, A. (Coord.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación* (pp. 315-329). México: UNAM-UJAT-UABC-AMIC.
- Fernández, F., Millán y Rizo, M. (2013). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Cuajimalpa / Editorial Juan Pablos / Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Flores, D. (2010). Estar con los otros: presencias, proximidades y sentidos de vínculo en las redes de bloggers. *Mediaciones Sociales*, (6), 145-161. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO1010120145A/21156>
- Flores, D. (2012). Fragmentaciones y continuidades en el blogging autobiográfico: el carácter dialógico de la comunicación digital. En Acosta, R. (Coord.), *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad* (pp. 277-295). Guadalajara: ITESO.
- Fuentes, R. (1986). Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México. En CONEICC, *Tecnología y comunicación*. México: UAM-Xochimilco / CONEICC.

- Fuentes, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Diálogos de la comunicación*, (56), 52-68. Lima: FELAFACS.
- Fuentes, R. (2008). La construcción de la comunidad académica de la comunicación en México y Latinoamérica (2000). En Fuentes, R., *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007* (pp. 101-114). Guadalajara: ITESO.
- Garza, R. (2009). La importancia de la interacción y de la comunicación interpersonal e intersubjetiva en la formación de comunicólogos, Fernández, F., y Rizo M. (Coords.), *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 41-49). México: Editoras Los Miércoles.
- Guadarrama, L. (1999). ¿O sea que la televisión sólo es para ti? Una aproximación sistémica a la familia. *Telos*, 1(2), 233-250.
- Guadarrama, L. (2003). Sexualidad adolescente y contenidos mediáticos. Desafíos esenciales para la comunicación. En Maldonado, P. (Coord.), *Investigación de la comunicación. México en los albores del siglo XXI* (pp. 355-378). México: AMIC.
- Guadarrama, L. A. (2006). Exploración sistemática para comprender las interacciones familiares y mediáticas. En Guadarrama, L. A., Reyes, P. y Valero, J. (Coords.), *Comunicación y salud. Coordinadas juveniles y familiares* (pp. 217-256). Toluca: FAMECOM.
- Lara, M. C. (2009). La muerte como ritual intersubjetivo: reflexiones sobre la apropiación y vivencia de la muerte. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 97-102). México: Editoras Los Miércoles.
- León, G. (2009). Otro regreso al sujeto: migración y comunicación intersubjetiva desde un caso empírico en Tijuana. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 61-73). México: Editoras Los Miércoles.
- Millán, M. (2009a). De la intersubjetividad a la interdisciplinariedad. En García, C.

- y Gómez, R. (Eds.), *Comunicación e Interdisciplina*. (pp. 85-104). México: AMIC / Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Millán, M. (2009b). Génesis de la comunicación intersubjetiva. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: La comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 17-27). México: Editoras Los Miércoles.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Rizo, M. (2004). Interacción y comunicación. Apuntes para una reflexión sobre la presencia de la interacción en el campo académico de la comunicología. En Martell, L. (Coord.), *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo* (pp. 101-124). México: AMIC.
- Rizo, M. (2005). Me comunico, luego existo. El papel de la comunicación en la construcción de identidades. *Culturales. Revista del Centro de Estudios Culturales-Museo de la Universidad Autónoma de Baja California*, (1), 124-142.
- Rizo, M. (2006a). La intersubjetividad y la vida cotidiana como objetos de estudio de la ciencia de la comunicación. Exploraciones teóricas y abordajes empíricos. En Rebeil, M. A. (Ed.), *XIII Anuario de Investigación de la Comunicación* (pp. 85-104). México: CONEICC / Universidad Anáhuac, / Universidad Autónoma de Coahuila / UIA-México / UIA-León.
- Rizo, M. (2006b). La psicología social como fuente teórica de la comunicología. Breves reflexiones para explorar un espacio conceptual común. *Andamios. Revista de Investigación Social*, 3(5), 163-184.
- Rizo, M. (2007). Apuntes para comprender la sociabilidad, la interacción y la comunicación desde la propuesta de George Simmel. En Rebeil, M. A. (Ed.), *XIV Anuario de Investigación de la Comunicación* (pp. 167-186). México: CONEICC.
- Rizo, M. (2008a). Comunicología e interacción. El concepto de comunicación en el Interaccionismo Simbólico y la Escuela de Palo Alto. En Rebeil, M. A. (Ed.), *XV Anuario de Investigación de la Comunicación* (pp. 167-183). México: CONEICC.

- Rizo, M. (2008b). Sociología fenomenológica y comunicología. Historia y exploración del pensamiento socio-fenomenológico en la construcción de la ciencia de la comunicación. En Galindo, J. y Rizo, M. (Coords.), *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción* (pp. 218-271). México: Universidad Iberoamericana León (León) / Universidad Iberoamericana Puebla (Puebla).
- Rizo, M. (2008c). Psicología social y comunicología. Historia y exploración del pensamiento psico-social en la construcción de la ciencia de la comunicación. En Galindo, J. y Rizo, M. (Coords.), *Historia de la comunicología posible. Las fuentes de un pensamiento científico en construcción* (pp. 273-320). México: Universidad Iberoamericana León (León) y Universidad Iberoamericana Puebla (Puebla).
- Rizo, M. (2009a). La comunicación y lo humano. En Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: la comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 1-15). México: Editoras Los Miércoles.
- Rizo, M. (2009b). Sociología Fenomenológica y Comunicología Histórica. La Sociología Fenomenológica y sus aportaciones al pensamiento en comunicación. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (4), 75-111. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS4/Indice/RizoGarcia/rizogarcia.html>
- Rizo, M. (2009c). Conclusiones: la comunicación, esencia de lo humano”, en Fernández, F. y Rizo, M. (Coords.), *Nosotros y los otros: la comunicación humana como fundamento de la vida social* (pp. 103-108). México: Editoras Los Miércoles.
- Rizo, M. (2010a). Intersubjetividad y crisis de sentido: los contextos de crisis y sus efectos en la comunicación interpersonal cotidiana. En Hinojosa, L. y Sosa, G. (Coords.), *Comunicación, medios y crisis económica* (pp. 263-282). Puebla, México: BUAP.
- Rizo, M. (2010b). La vigencia de La incomunicación de Carlos Castilla del Pino, 40 años después. Lecturas y reflexiones sobre la intersubjetividad y la (in)

- comunicación. *Mediaciones sociales. Revista de ciencias sociales y de la comunicación*, (7), 3-20. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS7/Indice/RizoGarciaM2010/rizogarciam2010.html>
- Rizo, M. (2012a). *Imaginario sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy*. Bellaterra, España: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de http://incom.uab.cat/download/eBook_2_InComUAB_MRizo.pdf
- Rizo, M. (2012b). Claves para una lectura ontoética de la comunicación. Apuntes desde el encuentro entre la filosofía y las ciencias de la comunicación. En Gutiérrez, C. A. (Coord.), *XIX Anuario de Investigación de la Comunicación*. (pp. 15-35). México: CONEICC.
- Rizo, M. (2012c). Intersubjetividad y comunicación. El encuentro alterego como eje conceptual para pensar la relación entre filosofía y pensamiento comunicacional. En Rizo, M. (Coord.), *Filosofía y Comunicación. Diálogos, encuentros y posibilidades* (pp. 59-82). México: CECYTE, N.L.-CAEIP.
- Rizo, M. (2013a). De lo interpersonal a lo intersubjetivo. Algunas claves teóricas y conceptuales para definir la comunicación intersubjetiva. En Fernández, F., Millán, M. y Rizo, M., *La comunicación humana en tiempos de lo digital* (pp. 91-123). México: UAM- Cuajimalpa / Editorial Juan Pablos / AMIC.
- Rizo, M. (2013b). Interacción y sujeto en el centro. Una exploración de los aportes de Schütz, Goffman, Simmel, James y Luckmann al concepto de interacción y comunicación intersubjetiva. En Gutiérrez, C. A., *XX Anuario de Investigación de la Comunicación* (pp. 23-45). México: CONEICC.
- Rizo, M. y Romeu, V. (2007). Subjetividad e intersubjetividad en situaciones de comunicación intercultural: las fronteras internas como concepto articulador. En Peimbert, A. y Gómez, R., *Comunicación para el desarrollo en México. Libro colectivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)* (pp. 127-150). México, AMIC.

- Reséndiz, R. (1988). Creer y saber: epistemes de la comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (131), 103-115.
- Sánchez, S. R. (1991). La comunicación interpersonal en las organizaciones. En Fernández, C. (Coord.), *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Sánchez, S. R. (1998). La visión estratégica del comunicador organizacional. En Rebeil, M. A. y Ruíz, C. (Coords.), *El poder de la comunicación en las organizaciones* (pp. 35-73). México: Plaza y Valdés Editores y Universidad Iberoamericana.
- Sierra, L. (2005). Una aproximación trans e interdisciplinaria del campo de la comunicación. *Conexão - Comunicação e Cultura*, 4(8), 81-100. Recuperado de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/%20viewFile/106/97>
- Torrice, E. (2005). Acercamiento a la comunicación como cultura académica y a sus posiciones teóricas generales. *Conexão – Comunicação e Cultura*, 4(8), 39-49. Recuperado de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/101/92>
- Vassallo, M. I. y Fuentes, R. (2002). *Comunicación, campo y objeto de estudio*. Guadalajara: ITESO.

Hacia una comprensión del arte como discurso estético

Vivian Romeu¹

De la naturaleza estética del arte y las consecuencias para su estudio

En su libro *Estética pragmatista*, Shusterman (2002) sostiene que el arte se trata de experiencia, es decir, de un vivir, de un experimentar. Un experimentar -decimos nosotros- que, a falta de sustancia concreta, corre el riesgo de ser relacionada -peligrosamente para algunos estetas y teóricos del arte- con otras experiencias y vivencias no asociadas al arte ni a lo artístico en ningún sentido. Bajo este último criterio, en principio, degustar el sabor dulce de una naranja o asquearse con el olor de la fetidez serían ciertamente experiencias sensibles similares a las que puede convocar el deleite o rechazo de una melodía de Hayden. Y es que la experiencia que construimos ante un hecho del arte, al menos en la apariencia de su efecto sensorial, no logra diferenciarse claramente de otras experiencias sensibles. No es pretensión de este trabajo responder si la experiencia del arte es -o debiera ser- sustancialmente distinta a otra experiencia sensorial. Lo que nos interesa aquí parte del papel de lo sensorial y lo afectivo en toda experiencia, aunque sólo nos circunscribamos a la del arte.

¹ Doctora en Comunicación Social. Profesora investigadora de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel II, Conacyt. vromeu.romeu@gmail.com

A nuestro modo de ver, la superposición de la experiencia sensorial del arte, respecto de otras experiencias sensoriales no artísticas, ha llevado a no pocos estudiosos del arte a delimitar su propio ámbito de acción fuera de la experiencia sensible o, mejor dicho, en la arbitraria transmutación de esa experiencia sensible en una experiencia sublime, contemplativa, intelectual, intuitiva...casi de índole metafísica. Pero según creemos, definir al arte fuera de los marcos de la sensorialidad/sensibilidad acarrea un problema epistémico fundamental para el estudio de este fenómeno sociocultural: la imposibilidad de aprehender al arte desde lo concreto, siendo pues –a pesar de todo- un fenómeno concreto; de ahí la necesidad de inventar una abstracción que ha servido para sostener su supuesta “extraordinariedad”. Esta abstracción hunde raíces no sólo en el sentido elitista tradicionalmente atribuido a los procesos de creación y recepción del arte, sino en la supuesta relación ausente –opuesta, para ser más exactos- que pudiera mantener con lo comunicativo, con el decir, en general... con lo discursivo.²

2 Desde el punto de vista de los estudios y la investigación en comunicación, el arte aparece excluido como objeto y ámbito de análisis, más allá de los acercamientos que han hecho un tanto atomizadamente la semiótica, por una parte, y los estudios del discurso centrados en el discurso literario por la otra. En una vertiente distinta, inserta más bien en los ya no tan recientes estudios de recepción, la Estética de la Recepción como conjunto de teorías que tratan de explicar el funcionamiento de la recepción frente a las obras de arte, se ha enfocado a pensar al arte desde su condición de obra y su dimensión simbólico-comunicativa en torno a los procesos de recepción, interpretación y apropiación de la obra de arte por parte de sus públicos, lo que ha propiciado la omisión de un abordaje vinculado a lo que, en nuestros términos, debería ser llamada una recepción propiamente estética, o sea, una recepción vinculada a la experiencia sensible (misma que siempre va asociada a registros emotivos y afectivos que el propio campo de la comunicación no contempla como parte de su reflexión e investigación) en tanto es desde y para esta experiencia que el arte –ya sea como producto o como práctica- convoca a sus públicos. En su lugar, la Estética de la Recepción privilegia un abordaje analítico más racionalizante que encuentra sostén, a nuestro juicio, en posturas más cercanas a la comprensión del sentido en aras de la errónea idea de que la obra de arte debe comprenderse porque tiene un significado que hay que interpretar.

La relación del arte con la comunicación es para algunos algo evidente, y para otros una herejía. Para los primeros, no obstante, dicha relación se ciñe a la presencia de signos en la obra de arte, o más concretamente, a su concepción como mensaje, lo que es debatible en términos de comunicación, si tomamos por tal su acepción de intercambio, y no de transmisión; para los segundos, en cambio, el arte no guarda relación alguna con la comunicación pues no pretende dar a entender sino convocar a sentir. Sin embargo, unos y otros olvidan comprender al fenómeno comunicativo como un intercambio más o menos continuo de información, datos, sentimientos, ideas e ideologías entre “hablantes” que tiene por finalidad no sólo la puesta en relación de los mismos, sino la regulación y/o legitimación de los significados circulantes derivados de la misma.

Si tenemos en cuenta, además, que no pocos teóricos y filósofos han contribuido a consolidar la errónea idea sobre una supuesta naturaleza “extraordinaria” o “especial” de la creación y la experiencia del arte –como la nombrara Prada Oropeza (1999)-, no es difícil colegir la brecha que se perfila entre los hechos del arte y los hechos comunicativos, toda vez que se apunta a los segundos como sucesos cotidianos y ordinarios -todo el mundo se comunica-, enfocados al entendimiento; y a los primeros como eventos diferentes y especiales, elitistas y con cierto sesgo de aprehensión espiritual. La pretendida ausencia de intencionalidad enunciativa del arte como práctica sociocultural y el famoso “desinterés” kantiano adjudicado a la práctica artística, abona a esta idea. A tal punto llega la creencia en la extraordinariedad-inintencionalidad-incomunicabilidad del arte que ésta es la única práctica sociocultural percibida mayormente fuera del ejercicio del poder, tanto a nivel social, económico y político como ideológico. Sólo la sociología cultural y ahora los llamados estudios visuales han sido capaces de recorrer, en cierto sentido, el velo que recubre tamaña falacia.

Visto así, resulta difícil, o al menos tortuoso, plantear una reflexión sobre la condición discursiva del arte, porque ello implicaría, antes que todo, destejer las abstractas ideas sobre su “extraordinariedad”. Sólo así podríamos, luego, construir las bases de un acercamiento más discreto, pero también más objetivo a este fenómeno y práctica sociocultural que es el arte, pues desde ahí es de donde debe emerger la comprensión del arte como discurso, es decir, del arte no sólo como obra de arte o texto, sino también como uno de los tantos dispositivos del despliegue del poder en una sociedad.

Lo dicho, no obstante, no debe hacernos descuidar el hecho de que el arte “dice” de una manera distinta a las formas del discurso coloquial o científico, y esa distinción en el decir del arte -a pesar de su diversidad y multimodalidad- se relaciona esencialmente con la forma en que despliega sus recursos en los procesos de conservación y reproducción del poder a nivel social vía la comunicación. Esto es lo que intentaremos demostrar en las próximas páginas.

La diatriba simbólico-metafórico en la caracterización del lenguaje del arte

La exclusiva y arbitraria descripción del lenguaje del arte como lenguaje simbólico ha provocado no pocas confusiones en torno a la reflexión sobre este fenómeno. Si entendemos al arte, en sus inicios, como imitación del mundo exterior, es comprensible que se hable de él como lenguaje simbólico ya que lo simbólico no encuentra tradición alguna, pese a la polisemia propia del término, fuera de los marcos conceptuales de la representación o la mimesis. Pero si bien el arte es un fenómeno sociocultural, hay que entenderlo concretamente como el resultado de una práctica humana y social, como un quehacer históricamente situado. Así, lo que en sus inicios

tomó un carácter básicamente imitativo –e incluso, conjurativo (función mágico-religiosa)- con el paso del tiempo no lo fue más, volviéndose más fantasioso e imaginativo, y adquiriendo así el denominativo de simbólico, pero ahora –más concretamente a partir del siglo XIX- con una acepción distinta, delimitada por la idea de un lenguaje metafórico ya que aludía más a su condición metafórica, evocativa, que a su naturaleza representativa.

Pero hablar de lenguaje simbólico del arte en tanto representativo o mimético resulta una propiedad o atributo de cualquier lenguaje, ya sea artístico o no. Sólo en la variante simbólico-metafórico, el lenguaje del arte adquiere su peculiar distinción. Esta nueva conceptualización del arte, anclada –hay que decir- en la tradición filosófica desde donde la Poética se concibió como el lugar de los discursos imaginarios, de lo irreal, propició la aparición de una nueva nomenclatura en el lenguaje del arte, donde éste, aún denominado como simbólico, pasó a entenderse ahora desde su acepción metafórica.

Lo imaginario, lo irreal, lo que no existe físicamente pero se posiciona simbólicamente en el imaginario fantástico de las sociedades debido a su capacidad para establecer una relación de representación que conecta, como dice Turner (1999, p. 53) lo desconocido con lo conocido³, forma parte indiscutible de los atributos de las obras de arte. Esta caracterización del arte se sostiene en la idea de que el símbolo expresa un sentido fuera de la realidad inmediata a la que se refiere, lo que en términos del arte se traduce

3 Se podrá apreciar que en esta definición de la que hemos partido, subyace cierta coincidencia con la definición levistrausiana sobre la dimensión inconsciente del símbolo, así como con el carácter causal de éste, que permite explicar al arte como expresión de una relación no arbitraria entre significante-significado. Para una mayor información se recomienda consultar: Levi-Strauss, Claude, *Mitológicas IV. El hombre desnudo*. Siglo XXI, México, 1976 y Levi-Strauss, Claude, *El pensamiento salvaje*, FCE, México, 1984.

como su capacidad para evocar un sentido otro, que por el mismo hecho de ser evocado se supone fuera de sí mismo⁴.

Como el arte justamente opera con figuras y significados fuera de la realidad –incluso aquellas que resulten de la más vil imitación–, se legitima con ello la posibilidad de adjudicarle un tipo de lenguaje específico, que es lo que llamamos lenguaje simbólico-metafórico. Así, el arte se erige como expresión de lo ficcional donde es precisamente la ficción como capacidad para simular y/o inventar una realidad imaginada lo que naturaliza su valor simbólico o ideático y a la vez configura su esencia evocativa⁵. Es esta perspectiva conceptual la que nos permite pensarlo como discurso.

Pero el desafío de pensar al arte desde la comunicación implica entonces articular la dimensión comunicativa del arte tanto desde su conceptualización como práctica sociocultural (quehacer, acción de ciertos agentes sociales) que como producto o texto, o sea, como obra de arte tal cual. Sólo así, en la confluencia de uno y otro, podríamos estar en condiciones de plantearnos

4 Pero como el lector podrá suponer, el hecho de que el arte evoque una realidad fuera de sí mismo no es atribuible al arte per se, sino siempre al sujeto que interpreta. Muchas obras de arte, como las no figurativas por ejemplo, no evocan –propiamente hablando– ninguna realidad externa o ningún sentido, lo que no implica que el intérprete o público no signifique la obra por sí mismo, al margen aun de ella misma.

5 Al ser evidente que lo simbólico no es privativo del lenguaje del arte, lo simbólico – en su acepción evocativa de una realidad ficcional, imaginaria– se ha colocado como una propiedad intrínseca del lenguaje del arte, lo que a su vez, a nuestro modo de ver, guarda estrecha relación con el concepto de autonomía del arte, es decir, con la idea del arte como un fenómeno desvinculado de la historia, de lo social, de la referencia –incluso pudiéramos decir, de un arte libre, no sólo en su hechura sino en su interpretación. A partir de ello, apuntamos, se ha consumado un proceso que pudiéramos definir como de racionalización del/sobre el arte, que junto a la autonomía pujante de finales del XIX y principios del XX bajo la proclama del arte por el arte, ha permitido gestar una sobreintelectualización tanto del arte como fenómeno y práctica social-cultural, como de las obras de arte como tal. Lamentablemente, este es un tema que no trataremos en este texto por razones de espacio y pertinencia.

-desde una primera aproximación- la posibilidad de pensar al arte como discurso, y pensar también al discurso del arte como un discurso distintivo, diferenciado. En ese sentido, su abordaje como práctica discursiva en un entorno o situación de interacción social, al menos, entre el artista y su público vía la comunicación y la metáfora, plantea otro reto importante para la reflexión. Por ejemplo, ¿qué tipo de discurso es el arte?, ¿cuál es la materialidad que posibilita su funcionamiento? y ¿cómo funciona comunicativamente? He aquí la meta de este trabajo: proponer al arte como fenómeno sociocultural configurador de un discurso estético, cuyos enunciadores son, primordialmente, los artistas, y cuyas características dependerían, en primera instancia, de la naturaleza del efecto estético al que el arte mismo convoca, efecto que necesariamente debe guardar relación con la intención enunciativa de los artistas como parte de su quehacer práctico en el espacio social.

Como se podrá notar, bajo esta última premisa, sería imposible soslayar el papel de la vivencia estética o sensible tanto en la relación público-obra de arte como en la relación entre el arte como práctica sociocultural y el arte como discurso. Creemos que el efecto esencialmente estético al que el arte convoca a partir de la naturaleza metafórica de su quehacer permite pensar la funcionalidad estética del discurso como una condición ontológica del discurso del arte, lo que a su vez impacta sustancialmente en su conceptualización como discurso estético.

Para ello partiremos de la Teoría de los Campos Sociales de Pierre Bourdieu para situar al arte como práctica social del campo artístico; así como de la perspectiva interdisciplinar y multidimensional de los estudios del discurso en aras de desarrollar conceptualmente lo referente a la materialidad estética como materialidad propia del discurso del arte, y también de los postulados generales de la Estética Pragmática sobre el papel central que otorga a la experiencia del sujeto en la conceptualización de la obra de arte.

Pensando al arte como discurso

La naturaleza ficcional e imaginaria de la creación del arte y su producto (obra de arte) nos hace pensar que el arte realiza una representación metafórica de un objeto para evocarlo apelando al mundo de la imaginación y la fantasía del intérprete, que es a su vez el mundo o el universo de lo irreal, lo no dicho, lo evocado, lo sugerido, lo posible, pero inexistente. En consecuencia con ello, el lenguaje del arte en tanto metafórico, no sólo plantea la necesidad de una reflexión sobre la metáfora, sino sobre la manera en que a través de ella se construye o configura el texto artístico como acontecimiento comunicativo (Beaugrande y Dressler, 1997), que es lo que engendra la posibilidad del discurso.

Si bien, como ya dijimos, esta conclusión puede parecer en un inicio un tanto contradictoria debido a que la idea de comunicación se opone sustancialmente a la idea de metáfora, nos parece que puede solventarse si entendemos la condición comunicativa del arte trascendiendo el posicionamiento lingüístico de Beaugrande para situarnos en la comprensión del arte como la práctica social de ciertos agentes sociales (los artistas), a través de la cual se transmiten y negocian los significados sociales. Ello supone, no obstante, pensar al arte como un mecanismo o dispositivo de poder, regulador –vía la interacción comunicativa o discursiva- de las relaciones sociales.

Por una cuestión de espacio, en este trabajo no abordaremos este tópico completamente, pero lo dejamos planteado para futuras comunicaciones, ya que estamos conscientes de que la conceptualización del arte como discurso precisa de entenderlo al menos en tres niveles de análisis: el nivel textual, que se correspondería con una caracterización de la obra de arte como texto autónomo, del que sería necesario evidenciar su funcionamiento como

lenguaje; el nivel social o de funcionamiento, que debería dar cuenta de las relaciones entre obra de arte y sociedad, sus condiciones de producción, circulación y recepción; y el nivel sistémico-funcional o comunicativo que necesitaría explicar qué comunica el arte como sistema y de qué forma lo hace.

En este trabajo, abonaremos a la discusión de los dos primeros niveles y avanzaremos hipótesis que permitan dar cuenta del tercero.

Así las cosas, plantear una reflexión en torno al arte como discurso debe necesariamente partir de entender al discurso desde dos vertientes conceptuales. La primera, propuesta por Van Dijk (2008), que define al discurso como el uso de lenguaje en situaciones de interacción social con fines comunicativos –lo que supone tanto un alguien que usa el lenguaje como alguien al que va dirigido dicho uso, y supone también la delimitación de esa situación de interacción donde el intercambio de información y sentido constituye el meollo mismo de los mecanismos de legitimación en un escenario de lucha por el poder simbólico, que es –como dice Bourdieu (1995)- reflejo al fin y al cabo de la lucha en el orden social-.

La segunda vertiente conceptual se le debe en autoría a Haidar (1992), quien desde un enfoque multidimensional e interdisciplinar del discurso, lo define como una práctica social o acontecimiento que incide en la producción de la vida social, histórica y cultural de las sociedades (pp. 143-146). En ambos casos, como se puede notar, el discurso se erige como expresión de la identidad e intereses de los grupos sociales que los construye, cuyo uso comunicativo va más allá de la simple transmisión e intercambio de significados, ideas y emociones para conceptualizarse como un modo de configurar y legitimar sistemas de significación en torno a las relaciones de poder existentes en el escenario social.

A ello añadimos, la necesidad de tener en cuenta la naturaleza ideática y metafórica que comporta el arte en tanto texto y fenómeno del mundo sociocultural de las sociedades, así como la naturaleza del efecto estético que se genera justamente a partir de ella. Esto resulta importante toda vez que el arte no puede ser explicado como discurso al margen de la peculiaridad de su materialidad y su efecto, que es en nuestra opinión lo que lo diferenciaría de otros discursos, como el científico o el político, por sólo poner dos ejemplos. He aquí el meollo de este trabajo y sobre el cual pretendemos dar cuenta a continuación. Veamos.

En torno a la materialidad del discurso del arte

El concepto de materialidad como propiedad de los discursos fue inicialmente propuesto por Michel Foucault en su célebre alocución *El orden del discurso* en 1970. Este concepto alude a las formas o mecanismos en que el discurso, como dispositivo de legitimación del poder e institucionalización del saber, pretendía cancelar, anular o simular los efectos de dominación que ejerce. Más adelante, Haidar (1992), desde su propuesta interdisciplinar del discurso, retoma la noción foucaultiana de materialidad y la caracteriza como lo que constituye al discurso, desde lo lingüístico-textual hasta el poder, la ideología y el inconsciente, pasando también por lo estético (Haidar y Rodríguez, 1997). Para ambos autores, la materialidad explica la relación entre lo discursivo y lo extradiscursivo, esto es: sus condiciones de producción, circulación y recepción en tanto configuran el funcionamiento de los mismos, es decir, la forma en que funcionan u operan en el ámbito social porque la materialidad es a fin de cuentas lo que lo hace funcional. Por otra parte, el concepto de función estética propuesto por Jan Mukarowsky en los 70's, servirá para abonar a la reflexión sobre el arte como discurso, tanto en su variante de uso del lenguaje, como en la variante de práctica social.

Mukarowsky (1977) llamó función estética a la manera en que el arte obligaba a los receptores a significar allende la obra en tanto ésta, al estar desviada en su estructura de la estructura de la lengua estándar, enfatizaba el plano de la expresión en detrimento del plano del contenido. Forma antes que fondo, sería la traducción sintética del legado del semiólogo checo respecto a la función estética. Para este autor, la función estética del arte está vinculada, como toda función, a la idea de estructura; por ello, cuando hablamos de función estética debemos incluir en el paquete reflexivo también el análisis de ésta. Ello permite hablar de funcionamiento, a la manera en que Foucault y Haidar se refieren a la materialidad discursiva como funcionamiento del discurso. En ese sentido, la reflexión sobre la función estética del arte debe llevarnos justamente a la manera en que funciona el lenguaje del arte a través de la materialidad que pone en juego.

Sabiendo que Mukarowsky (1977) establece una definición operativa del arte basada en la delimitación de la función estética respecto de la función comunicativa que todo texto artístico supone, es factible afirmar junto con el autor que si en el arte la función estética es dominante, ello no indica que la función comunicativa se anule, sino más bien que la segunda está subordinada a la primera. Al respecto dice, “la línea divisoria entre la poesía y la prosa, está, hasta cierto punto, determinada por la mayor participación en la función comunicativa –es decir, extraestética- de la prosa en comparación con la poesía” (p. 52). Según el autor, en las obras de arte la función comunicativa es nula o está disminuida, entendiendo por función comunicativa como aquella en la que la significación es transmitida por el objeto en sí; por contraste, en la función estética la significación es producida por el sujeto en un espacio de subjetivación que, a nuestro juicio, privilegia la interpretación y no la comunicación propiamente dicha.

Es precisamente esta última acotación lo que posibilita decir a Mukarowsky (1977) que la función estética del arte es una fuerza proveniente del sujeto intérprete, del público, que transforma los grados de percepción de la obra, por ello el autor señala que el arte no busca comunicar al evadir la transmisión de significados mediante el objeto, sino más bien que busca activar el plano de la expresión para que sea el receptor quien construya dichos significados a partir de un entramado complejo de sentidos que dependen tanto de la experiencia vital, psicológica y emotiva del sujeto como de las condiciones histórico-sociales en las que activa su recepción.

Así, como se puede ver, la función estética se imbrica con la función comunicativa, que es lo mismo que decir que en la manera en que se desvía la norma del decir, se potencia la participación del intérprete haciendo posible con ello la interpretación, a través de una especie de comunicación del intérprete con la obra. He aquí una descripción del funcionamiento de la materialidad estética en el discurso del arte. Veamos cómo esto puede operarse a través de una reflexión en torno a la materialidad presente en el enunciado de la obra de arte.

El binomio materialidad-gramaticalidad en la obra de arte

Los gestos, los colores, las texturas, los sonidos, las palabras, etc., son elementos expresivos de cualquier expresión significativa, sea artística o no; por ello, los signos presentes en cualquier texto llamado obra de arte no se diferencian de los signos presentes en un texto cualquiera -Danto (2002) lo diría de una manera más sintética y clara: los objetos del arte no son distintos *per se* de los objetos comunes-. No obstante ello, lo cierto es que en el arte dichos soportes permiten estimular un tipo de percepción que pudiéramos llamar sensorial, o primordialmente sensorial, como dijera Mukarowsky

(1977, pp. 49-50), de tal forma que en dicha percepción predomine el recreo de los sentidos –que es siempre una percepción más individual, más íntima– por encima de la percepción intelectual –más social, simbólica y colectiva–. Esto solamente podría lograrse si la obra de arte –más allá de su contenido– se convierte, a través de su lenguaje o forma, en el conector natural entre el público y su sentir, es decir, en el objeto que intencionalmente estimula la vivencia estética en el público.

Como hemos intentado apuntar con anterioridad la materialidad del arte se gesta a través de significantes que son aprehensibles vía lo sensorial, de manera que dicha percepción se ubica indefectiblemente en el registro tímico del sujeto (gusto vs disgusto, afecto vs rechazo) que es ya intrínsecamente, una forma de significación. Es a esa materialidad a la que llamaremos estética pues la naturaleza de los significantes sólo debe ser aprehensible estéticamente en la obra de arte. Así, en principio, el funcionamiento del arte debe ser fundamentalmente estético, o lo que es lo mismo: enfocado a la activación o estimulación de los sentidos como vía para la aprehensión de la obra tanto en términos sensoriales como sensibles, dada la disposición afectiva o tímica que de la percepción sensorial se despliega.

Considerando lo dicho, se hace necesario señalar que hablar de materialidad estética impacta de alguna manera en la configuración gramatical asociada al lenguaje de la obra de arte pues la gramaticalidad no es más que la estructura desde la que se hace posible el funcionamiento de la misma como discurso. En ese sentido, la materialidad (funcionamiento de los significantes) y la gramaticalidad (estructuración de los significantes en conjunción con su funcionamiento) son aspectos del discurso que vehiculan el abordaje del arte como discurso tanto desde el punto de vista social, es decir, como práctica (con reglas de funcionamiento, condiciones de producción, circulación y distribución), como desde el punto de vista

inmanente, estructuralista, o sea, entendiendo a la obra de arte no como un producto, sino como un texto.

Desde este último aspecto, el semiólogo ruso Iuri Lotman (1988) ha hecho considerables esfuerzos para conceptualizar al texto artístico desde su estructura. Él señala que en el texto poético (o artístico) la estructura de la expresión se convierte en la estructura del contenido (p. 194), es decir, que la significación depende de la organización de los elementos al interior de la estructura que organiza los elementos en el plano expresivo para configurar un texto poético; de esa manera el significado no depende de los elementos aislados que conforman el texto sino de su inserción en el todo de forma intrínseca y autorreferencial.

Si relacionamos esto con lo planteado por Roman Ingarden (1987), quien desde la vertiente fenomenológica de los estudios literarios, señala que la obra de arte posee una estructura indeterminada que provoca la emergencia de zonas de incertidumbre desde las cuales se conmina a los públicos a completarla o a determinarla por iniciativa propia y a través del despliegue de su imaginación, debemos concluir que 1) para que un receptor pueda participar “comunicativamente” del enunciado de la obra debe disponerse a completar la información ausente en un texto por medio de la interpretación, lo que supone a su vez la existencia de un texto “incompleto”, es decir, deliberadamente falto de información o al menos, de difícil acceso interpretativo, 2) de tal manera que la ausencia de, o la dificultad de acceso a esta información obedezca a la manera en que están estructurados “desviadamente” sus elementos; así, 3) la significación resultante no sólo deberá poner en juego la capacidad imaginativa del receptor-intérprete, sino que lo obligará a imaginar en cierta dirección y desde un cierto registro tímico, lo que estará a su vez estrechamente vinculado con el efecto generado.

Esto último implica que el funcionamiento estético de la obra de arte deberá depender de la gramática o lenguaje con el que la obra se configura, mismo que al principio de este texto hemos referido como lenguaje metafórico. A continuación explicamos esto con más detalle a la luz de la Teoría de la Metáfora de Paul Ricoeur, donde la metáfora no resulta ser un elemento retórico, sino el elemento de generación de sentido que impacta en el funcionamiento del enunciado de la obra de arte.

En la teoría de la metáfora, el filósofo francés perfila una definición en torno al carácter estructural de la metáfora, es decir, en torno a su concepción como lenguaje. Para Ricoeur (2001), la metáfora será un modo de estructurar el sentido en los textos poéticos a través del aniquilamiento de los sentidos literales de los elementos del discurso, y esto sucede cuando el discurso mismo está construido sobre una relación tensional y/o conflictiva que establecen algunos de sus términos (o todos) entre sí. Esta tensión se da por la emergencia de elementos contradictorios que conforman lo que Ricoeur denomina “impertinencia semántica”, es decir, una inconsistencia del sentido textual. En opinión del autor, dicha impertinencia puede ser resuelta por los intérpretes a partir de la construcción de sentidos nuevos o emergentes, mismos que al no tener referencia en la realidad de la obra, deben fraguarse vía la imaginación.

En Ricoeur, al igual que en Mukarowsky, el intérprete (receptor, lector, público) juega un papel fundamental en la significación de la obra de arte ya que la metáfora, al sabotear el entendimiento, promueve la participación de este sujeto ante lo que denominamos “enunciado metafórico” que es el enunciado que logra construirse como obra de arte por medio del uso de la metáfora toda vez que ésta supone la desviación de la norma estándar.

Parte de lo mismo señala el fenomenólogo Iser (1987) cuando dice que el texto literario constituye a su objeto, es decir, se conforma autorreferencialmente en el acto mismo de enunciación (p. 102). Por eso, la naturaleza de la obra de arte, tal y como lo sugiere el autor no es constatativa, sino interpretativa, es decir, que considera estructuralmente la participación del lector.

En ese sentido, como se puede apreciar, la estructura del texto artístico no puede definirse ajena a las posibilidades de interpretación del intérprete, por lo que podemos concluir que en la medida en que la indeterminación resulta la causa de un efecto interpretativo –que no es más que un efecto de completamiento–, más libre o más heurístico, la gramaticalidad del arte como discurso debe pensarse como el modo en que el texto del arte se conforma para provocar o convocar a una experiencia sensible. Dicho de otra forma: la gramaticalidad del arte pensado como discurso posibilita la comprensión del arte como lugar de encuentro del lector-intérprete con su sensibilidad, con su sentir, así como con las formas en que crea conocimiento sobre la obra o aprehende su ficticia realidad a partir de ello. En el apartado que sigue avanzamos una hipótesis al respecto.

Materialidad estética, gramaticalidad metafórica. Condiciones necesarias para un efecto estético de la obra de arte

La reflexión sobre la naturaleza estética de la materialidad en el discurso del arte, aunado a la reflexión sobre la naturaleza metafórica de su gramaticalidad discursiva presume la necesidad de analizar la manera en que ambos aspectos operan para generar el efecto estético tradicionalmente atribuido a las obras de arte (más conocido como experiencia estética). En

ese sentido, creemos que el análisis de la naturaleza estética del efecto del arte debe posibilitar dar cuenta de su funcionamiento en términos sociales. He ahí desde donde se articula lo discursivo con lo extradiscursivo, lo propio del discurso del arte con aquello propio de su funcionamiento a nivel social. Por ello consideramos que el nombre de estético para definir al discurso del arte permite gestar una diferencia real con aquel discurso llamado artístico que se enfoca, como en el caso del discurso político, en el tema del arte y no en su funcionamiento propiamente estético.

Por otra parte, la naturaleza estética del efecto del arte resulta también un intento por definir la experiencia del arte como experiencia estética, definida a su vez por la teoría estética más tradicional como una experiencia, cuyos matices vivenciales, desde el punto de vista sensible y cognitivo, no han sido abordados con claridad. Y al mismo tiempo, este esfuerzo conceptual supone además conservar la distinción de la experiencia del arte con respecto de otras experiencias sensibles con las que comparte su genealogía. A continuación se esboza una propuesta al respecto.

La experiencia fascinante como condición de la experiencia estética del arte

En otros trabajos hemos abordado la caracterización de la experiencia estética en el arte sosteniendo la idea de su condición de experiencia fascinante, esto es, de experiencia capaz de subyugar nuestros sentidos, doblegarlos bajo el peso del asombro, de lo sorprendente, de lo indeterminado. En nuestra opinión, sólo una experiencia fascinante podría causar una conmoción sensorial y emotiva en los receptores que evitara o inhibiera, al menos durante un lapso de tiempo, la interpretación simbólica o intelectual.

La importancia que esto tiene para la conceptualización del discurso estético estriba en que ciframos justamente dicha conceptualización en la posibilidad de que el arte pueda convocar una aprehensión estética –entiéndase sensible, emotiva, afectiva-. Sólo así asistimos a la realización funcional de la naturaleza estética de su efecto, que si bien puede llegar a ser cognitivo (y lo es ciertamente, o lo termina siendo en algún momento), lo relevante es que el conocimiento resultante debe ser obtenido originariamente vía la irritación sensorial lo que implica, al menos desde el inicio, una inhibición de lo conceptual, lo intelectual.

Lo anterior se logra, como ya dijimos, por medio de la conmoción sensorial y para ello nuestros sentidos deben estar inundados de sensaciones nuevas o mezcladas, indefinidas; en otras palabras: una percepción incapaz de ser pensada, incapaz de ser aprehendida a través de la mente o los conceptos. De ahí que, como señalaba Mukarowsky a propósito de la función poética, el efecto “estético” de las obras de arte no puede situarse en su estructura indeterminada (o gramaticalidad metafórica), aún y cuando ésta sea necesaria; más bien es en la relación entre la interpretación heurística del lector con respecto al texto artístico que se torna un universo abierto a la significación debido precisamente a sus vacíos de información, a sus enunciados indeterminados o metafóricos. Ello hace posible ese efecto de conmoción sensorial que proponemos llamar efecto de fascinación derivado de una experiencia fascinante.

Etimológicamente, fascinación significa encantamiento y lo que encanta tiene que ver con lo mágico, lo que hechiza; de ahí la seducción. Por eso cuando un sujeto percibe fascinación en la obra de arte, queda seducido por ella, hechizado; y tal hechizo ocurre cuando el sujeto percibe una diferencia o desviación del significante derivada de su inscripción en una gramática tensional o metaforizada que dificulta su aprehensión racional en tanto que

al ser nueva y diferente, no puede apelar al registro de patrones cognitivos del sujeto para aprehenderla o interpretarla. Así, toda aprehensión fascinante resulta del proceso interpretativo del sujeto ante lo “desconocido” –o ante aquello para lo cual ha suspendido o invalidado (voluntariamente o no) los sistemas cognitivos preexistentes- en tanto objetos poseedores de rasgos significativamente raros o extraños para los cuales no tiene patrones de reconocimiento.

Cuando un sujeto percibe estéticamente los fenómenos y objetos del arte, se está disponiendo emotiva y cognitivamente a entrar en una relación semiósica de fascinación con objetos y fenómenos en los que cree percibir cierta “rareza” como valor significante. Dicha rareza, insistimos, no responde a ninguna propiedad especial del objeto en sí, sino a una especie de configuración otra en su gramaticalidad que se instituye como una cosa otra, o sea, haciendo del objeto o el fenómeno algo diferente a la percepción del sujeto. Sólo en ese instante puede hablarse del sujeto fascinado como aquel que, impulsado por el despliegue de su actividad emotiva y sensible, está conminado a suspender los patrones perceptivos y cognitivos que le ayudan a interpretar simbólicamente el mundo para favorecer una aprehensión sensible basada en la vivencia del sentir. Por ello afirmamos que no hay efecto fascinante que no sea mínimamente convocado por la gramática misma de la obra de arte, lo que en términos sociales logra explicarse por las condicionantes sociohistóricas y culturales del estado de conocimiento de una comunidad vs las de las condiciones de producción del artista.

Una vez dicho esto se hace necesario entonces demostrar que tanto la materialidad como el efecto del arte constituyen modos diferenciados del hacer y el decir “funcional” de los artistas como agentes sociales, lo que se

vincula al hecho de que la obra de arte es el producto resultante de la posición de estos sujetos en el espacio social y de la legitimación de su capacidad y funcionalidad comunicativa.

El discurso del arte como discurso estético. Un acercamiento a su funcionamiento comunicativo

Bourdieu (1995) al señalar que el arte tiene una posición en el espacio social -que es simbólico por excelencia- ofrece insumos teóricos y empíricos para pensar al arte como escenario desde donde se configura la interacción entre individuos y grupos al interior de lo social. Lo anterior, sin embargo, aunque dicho de manera rápida, no es una conclusión menor, y da pie para entender al arte como lugar de producción simbólica, y en consecuencia como ámbito de lucha por la posesión de los significados sociales, lo que implica asimismo una disputa por la distinción. Según el sociólogo francés, es en la distinción donde se separa lo bello de lo feo, lo culto de lo popular, lo bueno de lo malo, lo superior de lo inferior, etc. y es justo ahí donde el arte y el propio consumo cultural se predisponen para cumplir una función social de legitimación de las diferencias sociales.

El campo del arte así entendido, se distingue de otros campos de producción simbólica porque está conformado primariamente por artistas, es decir, por agentes sociales que cuentan con una especialización concreta en términos artísticos y que producen bienes simbólicos que son percibidos y/o consumidos como espirituales y trascendentes, a los cuales hemos llamado obras de arte (Bourdieu, 1995). La razón de esta percepción es que a los artistas, a lo largo de la historia, se les ha considerado como genios capaces de innovar y crear cosas bellas que alimentan el espíritu, intelectuales de vanguardia que buscan el progreso social e individual para

el ser humano, etc.; de ahí que tanto el discurso del arte como el discurso sobre el arte posibiliten la legitimación de su hacer simbólico consolidando su papel “autónomo” en la sociedad, es decir, descontextualizando su hacer (y su decir) de lo social-histórico.

Ahora bien, aunque como dijimos al inicio de este texto, resulta imposible pensar al arte desvinculado de lo social en tanto es práctica humana, social e históricamente situada, lo cierto es que de manera arbitraria, mayormente los artistas son socialmente percibidos como no-sujetos, es decir, como seres independientes del escenario espacio-temporal donde se insertan, libres de las ataduras del mercado y la política, productores por ello de bienes “espirituales”, “extraordinarios” y “geniales”, todo lo cual obedece a las condiciones en que se ha gestado el sentido sobre la producción y el consumo del arte en lo social-histórico concreto en las sociedades occidentales a lo largo del tiempo.

Esto nos hace pensar que es la capacidad misma del arte para comunicar su distinción lo que en esencia convierte a esta práctica social y humana en su propio mecanismo para reproducir el sentido que permite significarla como actividad simbólica privilegiada, muchas veces sublime y ajena a las vicisitudes terrenales. El producto de su hacer (la obra de arte) realizado o concretado bajo las normas de un lenguaje “desviado” que posibilita la evocación imaginativa y la remisión a una realidad ficcionada, irreal, inexistente, así como la forma en que se configura gramaticalmente a través del uso de enunciados metafóricos que ponen en tensión al sentido, es la forma en que el arte comunica socialmente su distinción.

Esa es la razón por la que sostenemos que para hablar del arte como discurso, obligadamente, desde una primera instancia, debe hacerse referencia a su posición campal, es decir, como campo social, concepto que

se explica en relación con la existencia y funcionalidad de normas del decir y del hacer, o sea, de prácticas y discursos bien delimitados funcionalmente, ya que es la única manera de que los bienes simbólicos que producen los artistas como parte de su quehacer campal, se entiendan como el producto o resultado de la configuración del campo mismo, aún y cuando nada diga la teoría de Bourdieu sobre la calidad o el contenido del producto del arte en cuestión.

Por todo lo anterior, del postulado de la teoría de los campos sociales de Bourdieu logra desprenderse la aseveración de que el arte comunica desde esta posición social, es decir, desde el lugar en el que el arte se configura como campo en lo histórico-social concreto para producir socialmente sentidos que son en esencia extra-artísticos. A su vez, ello implica comprender al arte como un discurso amparado de antemano en una lógica comunicativa que tiene lugar en y desde la interacción social, es decir, en y desde los espacios de lucha y negociación del sentido, donde, justo por ocupar un espacio simbólico distintivo en el espacio social, ubicado simbólicamente por encima de otros, el arte deviene un discurso altamente elitista, diferenciador y reproductor de las desigualdades sociales.

Aunque la creación artística es una práctica social que no se percibe socialmente como “productiva”, desde la perspectiva sociológica de Bourdieu resulta imposible ignorar que el arte deviene no sólo el modo de hacer o producir de unos agentes sociales con respecto a otros (artistas y públicos, por ejemplo), sino que el arte mismo, en tanto práctica social crea y reproduce el mecanismo que permite construir bienes simbólicos altamente valorados por la sociedad, justamente gracias al valor metafórico presentes en las obras de arte. Es bajo estas condiciones que se gesta la recepción del arte como discurso, de la que se deriva su efecto de fascinación, y es bajo

estas condiciones que el arte se revela como un dispositivo del poder, y no un contrapoder como algunos insisten en afirmar.

La exigencia del campo del arte para producir objetos innovadores, vanguardistas, permite justamente conminar la aprehensión fascinante pues sólo en la medida en que el artista produzca una obra que socialmente pueda ser percibida fascinantemente, estará reproduciendo no sólo el quehacer, las normas y reglas del campo en cuestión, sino los modos de regular el universo simbólico del otro como una forma “naturalizada” de reproducir el poder y la desigualdad.

Esto es lo que contribuye a definir los límites identitarios de un grupo social (los artistas) como privilegiado, de manera que la práctica artística no sólo cumple con la función de distinción social que le asignó Bourdieu, sino que también deviene acontecimiento que incide en la producción y reproducción de la vida social, histórica y cultural de las sociedades, tal y como lo planteara Haidar (1992). En ese sentido afirmamos, a tono con lo ya planteado por Van Dijk (2008), que la práctica artística, mediante la obra de arte, deviene así el modo de uso del lenguaje por parte de los artistas en situaciones de interacción social.

Resumiendo lo dicho podemos concluir que comprender al arte como discurso soslaya de manera esencial la idea del arte como lenguaje organizado en función del entendimiento del significado coyuntural de una obra de arte. En su lugar, se instala la tesis de que el arte como discurso es una práctica social que se erige mediante su hacer en la forma de “hablar” de los artistas a través de la cual interactúan con otros actores sociales a fin de configurar determinadas creencias sobre aquello acerca de lo cual discursan, o sea, el arte mismo.

Por ese motivo, el arte no puede ser conceptualizado como discurso porque la obra tenga algo que decirnos, sino más bien porque como práctica social nos comunica una distinción social y simbólica sobre los artistas, el arte y la obra misma.

El sentido subjetivo y afectivo con el que coronamos interpretativamente a la obra de arte es fruto no sólo del funcionamiento estético de la obra en cuestión, sino de un mecanismo que lo prevé, en tanto derivado de una aprehensión fascinante, como parte de un dispositivo de sobreintelectualización tanto de la obra de arte como de los procesos de creación y recepción de la misma. Es eso, justamente, lo que permite hablar del arte como discurso estético en tanto discurso que al apelar intrínsecamente a la naturaleza estética del efecto del arte del que se deriva la necesidad de una aprehensión sensible, desde ella -o más bien desde su invisibilización como estrategia- marca socialmente la distinción simbólica entre artistas y no artistas.

Referencias

- Beaugrande, R. y Dressler, W. (1997). *Introducción a la lingüística del texto*. Barcelona: Ariel.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama.
- Danto, A. (2002). *La transfiguración del lugar común*. Barcelona: Paidós.
- Haidar, J. (1992). Las materialidades discursivas: un problema interdisciplinario. En revista *Alfa*, 36, San Pablo, Brasil. Disponible en: <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/3914/3595>
- _____ (1997). Funcionamientos del poder y de la ideología en las prácticas discursivas. *Revista Dimensión Antropológica*, 7(3). Disponible en <http://>

www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?p=1456

- Ingarden, R. (1987). Concreción y reconstrucción. En D. Rall (Comp.), *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria* (pp. 31-54). México, UNAM-IIS.
- Iser, W. (1987). La estructura apelativa de los textos. En D. Rall (Comp.), *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria* (pp. 87-111). México, UNAM-IIS.
- Karbusicky, V. (1972). La interacción realidad-obra de arte-sociedad. En *Sociología del arte* (pp. 133-154). Buenos Aires, Nueva Visión.
- Lotman, I. (1988). *Estructura del texto artístico*. Madrid: Istmo.
- Mukarowsky, J. (1977). *Escritos de estética y semiótica del arte*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Prada, R. (1999). *Literatura y realidad*. México: FCE-UV-BUAP.
- Ricoeur, P. (2001). *La metáfora viva*. Madrid: Trotta.
- Shusterman, R. (2002). *Estética Pragmatista*. Barcelona: Idea Books.
- Van Dijk, T. (2008). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.

Estudios mercadológicos sobre la televisión, precursores de la investigación sobre medios de comunicación en México

Francisco Hernández Lomelí¹

Raúl Fuentes Navarro²

Rasgo sobresaliente de la investigación sobre comunicación en México es su estrecha relación con las escuelas universitarias, lo cual no significa que esté ligada a la práctica profesional, ni al cotidiano y creciente funcionamiento de los principales medios de información. Igual que la

1 Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Profesor de tiempo completo del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel II, Conacyt. francisoh@csh.udg.mx. Agradece a Jacqueline Reid, directora de *The Hartman Center for Sales, Advertising & Marketing History* las facilidades brindadas para la consulta de los archivos de la J. Walter Thompson Company.

2 Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Profesor-investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel III, Conacyt. raul@iteso.mx

docencia, la investigación sobre comunicación colectiva ha estado distanciada de las realidades de este campo en nuestro país. Docencia e investigación corren por una línea, ensimismada y posiblemente crítica, pero alejada del campo profesional, en tanto que la radio, la prensa y la televisión crecen, se reproducen y ganan en arraigo social.

Raúl Trejo Delarbre

Los recuentos académicos sobre la investigación de la comunicación como una actividad sistemática suelen considerar que la producción de estudios basados en métodos empíricos y destinados a la circulación pública comenzó prácticamente a mediados de la década de los setenta del siglo pasado en México (Fuentes, 1991, 1998; Sánchez, 1988, 1992; Trejo, 1988, 2011). Sin embargo, se reconocen en la creciente bibliografía sobre la historia de este *campo*, aunque sin amplios acuerdos en cuanto a sus alcances, diversos referentes erigidos como “antecedentes” o, mejor dicho, “precursores”. El propósito de este texto es documentar y exponer algunas de estas experiencias precursoras de la investigación institucionalizada sobre los medios de comunicación, y más específicamente sobre la televisión, y destacar sus fundamentos y desarrollos en el sector de la mercadotecnia y la publicidad, así como sus incipientes encuentros y desencuentros con la investigación universitaria. En una perspectiva más amplia, se trata de difundir una muestra de los estudios que los autores, co-coordinadores del Grupo de Investigación de Historia de la Comunicación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) desde 2006, consideran pertinente impulsar y articular en función de un conocimiento mejor fundado y compartido sobre los orígenes del propio campo de investigación.

La televisión y los medios como objetos de investigación

Uno de los primeros diagnósticos documentados sobre la investigación académica de la comunicación en México, presentado por Josep Rota en 1974, señalaba que:

Durante los últimos diez años, la mayor parte de la investigación ha sido comercial, realizada por agencias de publicidad o compañías de investigación de mercados. Desgraciadamente, los resultados de estos esfuerzos suelen ser confidenciales. Casi la totalidad de la investigación está constituida por las tesis de licenciatura de estudiantes universitarios (...) pero aparte de las tesis, prácticamente no se ha hecho nada más. (Rota, 1974, p. 56)

Fechados hasta 1973 inclusive, el sitio *ccdoc*³ registra ochenta documentos, productos de investigación de la comunicación. De ellos, solamente ocho artículos, cinco libros y tres tesis de posgrado abordan aspectos de la televisión mexicana, si bien ocho de estos 16 productos surgieron de investigaciones realizadas en Estados Unidos. De los ocho restantes, cinco son claramente ensayos y tres tienen como fundamento la producción e interpretación de datos empíricos. Aunque la televisión comenzó a operar en el país en 1950, directamente asociada a la radio, los primeros estudios sobre la estructura, marco legal y funciones sociales de los medios masivos se remontan a los años sesenta y los debates acerca de su desarrollo industrial y las políticas estatales al respecto se intensificaron a propósito de la promulgación de la *Ley Federal de Radio y Televisión* en 1960 y su Reglamento en 1974. En 1988, Enrique Sánchez Ruiz resumía esos inicios de la siguiente manera:

³ El sitio web de *Documentación en Ciencias de la Comunicación (ccdoc)*, disponible en línea desde octubre de 2003 (<http://ccdoc.iteso.mx>), contiene referencias a más de 6 mil productos de investigación de la comunicación en México o sobre México (libros, capítulos, artículos, tesis de posgrado), de los cuales aproximadamente la mitad se encuentran disponibles en texto completo, bajo protocolos de la *Open Access Initiative*.

En México, las primeras aportaciones al análisis crítico de la comunicación no mostraron mucha consistencia, ni teórica ni metodológica. El sentido crítico con el que comenzaron muchas de las indagaciones a fines de los sesenta y durante los setenta, de hecho se confundió con un moralismo ambiguo, por un lado, y por otro con un maniqueísmo que aún puede sentirse en muchos frentes. Sin embargo, son innegables las aportaciones de pioneros como Raúl Cremoux, Miguel Ángel Granados Chapa o Fátima Fernández Christlieb, entre otros. Era un tiempo de búsqueda, tanto de identidad como de utilidad. (Sánchez, 1988, p.19)

También, ese periodo, de 1960 a mediados de los setenta, fue un tiempo de influencia determinante en cuanto a la institucionalización de los estudios de comunicación en las universidades mexicanas. Los “proyectos fundacionales” (Fuentes, 1998) de la carrera comenzaron apenas a considerar que la investigación podría o debería de tener un papel relevante en los procesos de formación profesional de los estudiantes de comunicación, que en ese tiempo se multiplicaron extraordinariamente en número y en opciones institucionales. Ni en el origen como escuelas de periodismo (como en la Universidad Nacional Autónoma de México) ni en el de bases humanísticas (como en la Universidad Iberoamericana), se había tomado en cuenta el factor “científico”, que sólo a partir de mediados de los años setenta comenzó a incorporarse a las nuevas versiones de la carrera de comunicación, entendida como parte de las ciencias sociales. La fundación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en 1976, y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) en 1979, fueron hitos fundamentales para la institucionalización del campo de la investigación académica, en términos distintos en algunos aspectos de la etapa previa, pero de la cual se mantuvo la *desarticulación* de la investigación académica con respecto a la que aquí llamamos “mercadológica” o “comercial” de la televisión, sin duda su precursora.

El libro *¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público* (Jara y Garnica, 2007) representa sin duda la síntesis más reciente de la tradición de los estudios mercadológicos de televisión en México. Es una reflexión sobre las preferencias de las audiencias que surge después de haberlas medido durante ocho años, de 1998 a 2005. La empresa IBOPE AGB ha registrado y analizado la oferta de televisión de los canales nacionales y los que transmiten para las áreas metropolitanas de México, Guadalajara y Monterrey -además de 25 localidades con población mayor a 500,000 habitantes- desde 1998 y ha medido el *rating* de todos los programas durante ese mismo periodo (Jara y Garnica, 2007, p.14). Para los autores, la medición de los *ratings* resulta una tarea compleja ya que involucra más de una decena de coeficientes numéricos que son producto de cálculos a partir de una gran masa de datos sobre la conducta de ver televisión. De esta manera, se puede asociar la cantidad y tipo de telespectador que vio cada uno de los contenidos transmitidos.

La medición del *rating* tiene una importancia capital para la industria de la televisión “puesto que constituyen un indicador único que sirve de base para tasar las tarifas comerciales del medio” (2007, pp. 22-23). De acuerdo con Jara y Garnica, la audiencia de la televisión adquiere un valor de *mercado* que tiene que ser compartido por todas las entidades que participan en él: las empresas emisoras, los anunciantes, los publicistas y estrategias de medios, entre otros. El *rating* entonces es una moneda de cambio que regula las transacciones entre quienes ofrecen audiencias de programas y aquellos que compran espacios dentro de los mismos.

Para recabar la información IBOPE AGB ha seleccionado una muestra de los 28 mercados de televisión más importantes del país. Estadísticamente esto corresponde a 2,306 telehogares, en los cuales hay instalados hasta cuatro *peplemeters*. De tal forma que la cobertura del sistema de medición de IBOPE es del 47.9% de la población y 55.6% de los telehogares del país.

Las agencias de publicidad en el mercado mexicano de los medios de comunicación

En México, desde el surgimiento de la televisión en 1950 hasta mediados de la década siguiente, la producción y programación estaba básicamente en manos de las agencias de publicidad. Por medio del sistema de *patrocinio* las agencias controlaban la programación, pues éstas al comprar los espacios a los dueños de los canales de televisión decidían qué tipo de contenidos producir, en qué horarios transmitirlos y qué artistas contratar para su realización. Los noticiarios, Nescafé, General Motors, Exxon y Omega, además de las telenovelas financiadas por los fabricantes de jabón, son ejemplos que ilustran esta relación. El papel de los empresarios de la televisión se reducía a alquilar las instalaciones y el equipo de producción, así como la transmisión de la señal. En muchas ocasiones las agencias de publicidad importaban programas estadounidenses con base en los *rating* alcanzados en aquel país, o bien, encargaban la producción de programas a los canales de televisión que resultaban ser adaptaciones locales de fórmulas ya probadas en Estados Unidos. Las *soap operas* convertidas a telenovelas quizá sean –una vez más– el mejor ejemplo.

Así mismo, las agencias de publicidad eran las encargadas de la medición de audiencias, evaluar la efectividad de las campañas publicitarias y de realizar los estudios de mercado. Al menos durante los primeros 20 años de funcionamiento de la televisión ninguna otra institución –pública o privada– estaba en condiciones de realizar este tipo de estudios. Es cierto que a partir de los años sesenta del siglo pasado inició la producción de investigaciones sobre la televisión, principalmente en formato de tesis de licenciatura, que buscaban analizar “la forma en la que la televisión ingresaba en, y modificaba los patrones del uso del tiempo y el desarrollo intelectual, afectivo y social de la persona” (Jara y Garnica, 2007, p.2).

Diez años después se sumaron diversas instituciones públicas a la producción de estudios empíricos, fue el caso del Centro Nacional de la Productividad que investigaba sobre la televisión en áreas campesinas, o los del Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación interesado en “los efectos de ver televisión en la primera infancia” (Jara y Garnica, 2007, p.3). Otra “fuente generadora de estudios sobre la teleaudiencia en México” fue el Instituto Mexicano de Estudios de la Comunicación (IMEC), institución concebida por Miguel Sabido, personaje que llegó a ser Director y luego Vicepresidente de Investigaciones de Televisa. Se buscó estudiar a fondo la relación entre los públicos y los contenidos a los que se exponen; todo ello con la finalidad de emplear géneros de programas para amalgamar el entretenimiento con la transmisión de valores y mensajes de utilidad pública (el contenido social). El IMEC se transformó en el Instituto de Investigación de la Comunicación y fue un organismo filial y descentralizado del Grupo Televisa. Su objetivo fue “el estudio interdisciplinario de diversas formas de comunicación, con el doble propósito de acrecentar el acervo de conocimientos sobre la materia, así como emplear las formas de aplicación de ese conocimiento en la producción de programas” (Jara y Garnica, 2007, p.4).

La generación de estos *insumos* resulta fundamental para mantener lo que Sinclair (2009) llama la “constelación de intereses entre anunciantes, agencias y medios de comunicación” (p. 714). Sin embargo, estos insumos pueden tener una vocación pública (tesis, artículos en revistas académicas, informes especiales, etc.) y como tales su consulta es relativamente fácil. Por el contrario, los insumos producidos por entes privados (agencias de publicidad, empresas que miden y monitorean a las audiencias, etc.) tienen un acceso restringido y sólo se accede a través de un pago. Como puede apreciarse, en este capítulo se privilegia el análisis de la lógica de producción de esos *insumos* elaborados por las agencias publicitarias y

compañías de investigación de mercados en su intento por conocer mejor a sus mercados (las audiencias).

Interesa resaltar aquí el modelo de la “interprofesión publicitaria” (Mattelart, 2000), en donde el anunciante pone en marcha el acto publicitario al encargar un servicio a la agencia que lo aconseja, concibe el mensaje y lo orienta hacia un medio de comunicación. En el sistema de televisión privado comercial la principal fuente de financiamiento es la venta de espacios publicitarios a los anunciantes. Esto ha llevado a considerar que más que la programación en sí misma, el verdadero producto que vende el medio es la atención de los televidentes.

La agencia de publicidad J. Walter Thompson y el mercado mexicano

En 1864 se fundó en Nueva York la compañía Carlton and Smith dedicada a la venta de espacios publicitarios en revistas religiosas, muy populares en Estados Unidos a mediados del siglo XIX. La empresa fue adquirida 14 años después por un empresario y rebautizada con el nombre y apellido del nuevo propietario. Surge así la agencia de publicidad J. Walter Thompson (JWT). En las primeras décadas del siglo XX esta empresa se caracterizaba por utilizar métodos innovadores de trabajo, los cuales incluían el testimonio de personalidades a manera de publicidad, el uso de la fotografía en los anuncios y, lo más relevante para este capítulo, el empleo de una perspectiva con inspiración científica que fundamentara las campañas publicitarias. En 1915 la JWT creó el Departamento de Investigación, espacio donde trabajaron prestigiados académicos egresados de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, así como John B. Watson, fundador de la psicología conductista (Moreno, 2003, p.154). Estos profesionales dieron una nueva dimensión a la investigación de mercados, aplicando los estudios

motivacionales a la publicidad, el uso de hallazgos científicos y médicos como base para los anuncios, así como el establecimiento de paneles de consumidores para evaluar las campañas publicitarias. En los años veinte del siglo pasado la JWT incursionó en la radio, en ese entonces nuevo medio de comunicación, y para tal efecto creó el Departamento de Radio en donde se produjeron los programas más populares de las décadas siguientes.

Cuando la General Motors Export Corporation se convirtió en cliente de la JWT en 1927, la compañía vio una oportunidad propicia para expandirse más allá de Estados Unidos y Gran Bretaña. Se abrieron oficinas en Europa, Asia y Australia. La primera filial en Latinoamérica se estableció en Buenos Aires y se inauguró en febrero de 1929. Seis meses después inició operaciones una sucursal en São Paulo y la tercera filial en Río de Janeiro en 1930. La JWT se estableció en México en noviembre de 1943.

Es conveniente señalar que la elección de los países donde la JWT abriría una nueva oficina, se hacía de acuerdo a una estricta política empresarial. Un alto ejecutivo estableció que el requisito mínimo para establecer una nueva sucursal era que el PIB del país elegido fuera de 2,500 millones de dólares como mínimo, a precios de 1945. Esa cifra garantizaría “una facturación para la JWT de un millón de dólares” (Wilson, 1945, p.2). Para la agencia de publicidad también resultaban indicadores relevantes “el número de habitantes y su tasa de analfabetismo” (Wilson, 1945 p.4). El ejecutivo señaló que la excepción a esta política la representaba México. “Ya que el PIB antes de 1940 era de 1,240 millones de dólares, sólo la mitad del mínimo requerido”. Sin embargo, el bajo volumen de negocios se compensaba considerablemente por la existencia de “factores especiales”, entre los cuales citó “la proximidad con Estados Unidos y la elevada tasa de importaciones mexicanas de mercancías estadounidenses” (Wilson, 1945, p. 5). Otra ventaja era que los mercados marginales de Centroamérica y el Caribe “podrían reagruparse

en una sola oficina”. Por su parte Gonda (1944, p. 13) explicaba aún más esos “factores especiales”: “México se convirtió en el mercado potencial más grande de América Latina de la posguerra”. México era el tercer país más poblado y su capital era la quinta más poblada del Continente Americano. Además “la creciente urgencia por atender directamente a su cartera de clientes establecidos previamente en México” incentivó la presencia de la JWT. En efecto, antes de la Segunda Guerra Mundial ya operaban en México la revista *Reader’s Digest*, el fabricante de cosméticos Pond’s, el gigante de la electrónica RCA Victor, la empresa francesa de artículos de aseo Gillette, y las plumas Parker; todos ellos clientes de la JWT.

La apertura de la oficina JWT en México siguió los protocolos establecidos por la compañía, en especial lo referente a la contratación del personal. De acuerdo con estos mandatos el director general debería ser designado por las oficinas centrales de Nueva York, pero el resto del personal –directivo o de servicio– debería ser ciudadano mexicano con experiencia y con una reputación bien ganada en su comunidad. Bajo este esquema, Eduardo Correa –fundador y editor de la revista *Publicidad y Ventas*– Humberto Sheridan –presidente de la Asociación Nacional de Publicidad– y el periodista Alessio Robles fueron contratados como Director del Departamento Creativo, Vicepresidente y Director del Departamento de Radio respectivamente (Moreno, 2003; Gonda, 1944).

The Mexican Market (Primera edición)

El primer estudio dedicado exclusivamente al conocimiento del mercado mexicano fue elaborado por Walter Thompson de México S. A. Se publicó en 1959 tanto en inglés como en español bajo el título *El mercado mexicano* (*The Mexican Market*) y los editores lo definieron como “una combinación

de estadísticas disponibles, sin ningún tipo de comentario editorial de las diferentes etapas de la economía mexicana”. Su única función fue la de “ser una fuente de datos para el usuario, sin haber hecho un seguimiento de las tendencias históricas” (Walter Thompson, 1963, s/p). En efecto, el libro es una colección de tablas estadísticas en donde resalta la combinación de datos obtenidos de instituciones públicas combinados con información obtenida por estudios y las propias encuestas levantadas por el departamento de investigación de la JWT. A juzgar por los resultados esta edición fue un primer ensayo, una especie de número cero de futuros estudios sobre el mercado mexicano.

Television in Latin America

Este es un documento de 32 páginas escritas en inglés y elaborado por la JWT en enero de 1961. Su objetivo fue proporcionar “el estatus actual de la publicidad por televisión en veinte mercados de América Latina” (Walter Thompson, 1961, s/p). Los autores reconocían que un reporte de esta naturaleza “no podía ser definitivo” porque resultaba “virtualmente imposible obtener datos exactos de esos mercados” (Walter Thompson, 1961, s/p). Además “la situación cambia tan rápido como lo hace la cobertura de la señal de televisión”. Como ejemplo ofrecieron la siguiente comparación. “En 1955 había ocho países [latinoamericanos] con instalaciones de televisión y con un parque de 607,500 aparatos receptores. En enero de 1961 había dieciocho países con televisión y un parque de 3’172,000 aparatos” (Walter Thompson, 1961, s/p).

Las fuentes de información que se utilizaron para la elaboración de *Television in Latin America* fueron estadísticas gubernamentales, reportes de medios de comunicación locales, sondeos hechos por compañías

independientes y por información compilada por las oficinas de la J. Walter Thompson en Latinoamérica. Con referencia al caso mexicano la J. Walter Thompson indicaba que en la Ciudad de México el número de aparatos de televisión era de 385,000, y en el resto de la república se alcanzaba la suma de 146,800. Agregaba que la inversión publicitaria “era un negocio de 110 millones de dólares anuales” (Walter Thompson, 1961, s/p) y que el destino principal era la radio y la televisión. Los medios impresos se empezaban a rezagar en el reparto del pastel publicitario en parte “porque no cubre los sofisticados parámetros de calidad que imponen las agencias” (Walter Thompson, 1961, s/p). La inversión en publicidad en exteriores, también conocida como vallas publicitarias, no repuntaba “por la existencia de restricciones gubernamentales para instalar anuncios a lo largo de las carreteras federales (Walter Thompson, 1961, s/p)”. Pero el principal motivo para la reestructuración del gasto publicitario en México era “el gusto natural del pueblo mexicano por el entretenimiento que proviene de los medios electrónicos y la consecuente habilidad de estos medios para promover mercancías” (Walter Thompson, 1961, s/p). El informe señaló que:

A pesar del alto costo del espacio publicitario –ya sea por patrocinio o venta de spots– se ha comprobado que la televisión es un excelente productor de ventas. Y como las ventas de aparatos de televisión siguen creciendo las predicciones indican que será aún mejor en el futuro. En cualquier caso, es evidente que la televisión se ha convertido en un importante medio de comunicación en México. Y es una necesidad para llegar a los sectores de altos ingresos. (Walter Thompson, 1961, s/p. Cursivas originales)

El informe agregaba que el Distrito Federal acogía al 11.8% de la población total del país, es decir el 26.2% de la población urbana. Esto significaba que seguía siendo por mucho el mercado más importante, pues concentraba el 40 por ciento del poder de compra del país. En los grupos de mayor ingreso la cobertura de televisión era casi tan completa como la radio, así lo demuestra la siguiente tabla.

Tabla 1. Distribución de hogares con televisión y radio por grupos socioeconómicos en el Distrito Federal

Grupo	Total de Hogares	Hogares con televisión	Porcentaje del total de Hogares	Hogares con radio	Porcentaje del total de Hogares
A-B	148,462	124,758	84	146,977	99
C	375,521	209,100	55.7	360,500	96
D	349,322	51,189	14.7	307,859	88
TOTAL	873,305	385,047	44.1	815,336	93.4

Fuente: Walter Thompson (1961, s/p).

El mencionado documento incluye también información sobre Emilio Azcárraga Vidaurreta, señalándolo como “quien controla todas las estaciones de televisión en México” y quien está interesado en conectar sus estaciones “con la televisión de este país [Estados Unidos]”. Mencionaba también que su estrategia era la de “mantener la importación de programas estadounidenses al mínimo y, al mismo, tiempo explora la posibilidad de convertir Centro y Sudamérica en mercados para la programación producida en México” (Walter Thompson, 1961, s/p).

La televisión era en 1960, sin lugar a dudas, el medio de mayor crecimiento. En un listado de *Las 400 mayores Empresas de México*, Telesistema Mexicano ocupó el lugar 319 con ingreso de 54 millones de pesos. Pero en el listado de las empresas “propiedad del sector privado independiente” ocupó un sólido lugar 54 (Ceceña, 1963, pp. 238 y 256). La consolidación de la televisión como una actividad económica rentable se consolidaba poco a poco. El aumento de la población y del número de hogares con aparato de televisión, la estabilidad económica, la calma política que gozaba el país, y el régimen de monopolio de Telesistema Mexicano se combinaron para dar un impulso fundamental a la industria mexicana de la televisión. Un indicador de la

importancia económica de la televisión es la manera en que poco a poco se iba apoderando del gasto publicitario en México, ya en 1965 se invertía más en televisión que en cualquier otro medio (Hernández, 2004).

El comentario de Fernández y Paxman (2000) es que una vez que Telesistema obtenía ganancias “podía haber sido dividido nuevamente en empresas competidoras”. De hecho, según los académicos, en 1961 Azcárraga Vidaurreta declaró que una vez transcurridos uno o dos años más de maduración de la televisión mexicana, “deberíamos dividir la parte de O’Farrill y la nuestra para quitarnos la apariencia [sic] de un monopolio” (Paxman y Fernández, 2000, p. 58).

The Mexican Market (Segunda edición)

El Mercado Mexicano segunda edición se editó en inglés y en español en 1963. Los editores –Walter Thompson de México S.A.– describieron esta publicación como un intento por “recopilar e interpretar datos demográficos, geológicos, agrícolas, industriales y comerciales, de recursos minerales vegetales y de energía, de comunicaciones y turismo, consumo, distribución, de ingresos y niveles de vida” (Walter Thompson, 1963, p.53). El libro fue elaborado por el Departamento de Mercadotecnia a cargo de W. C. Grebb y,

representa un esfuerzo de cinco años de recolección de datos de fuentes privadas y oficiales, datos desarrollados a través de estudios de mercado y la aplicación e interpretación de esos datos en el mercadeo diario. [Todo esto con la intención de] proporcionar un punto de referencia periódico o estándar por el cual se podrán comparar y evaluar varios mercados. (Walter Thompson, 1963, p.3)

Una diferencia fundamental de la segunda edición con respecto a la primera fue la utilización del *Censo General de Población* realizado en junio

de 1960 como insumo básico. Esto permitió a los analistas realizar estudios comparativos y prospectivos. Por ejemplo, el censo señaló que la población total de México era de 34,923,129 habitantes, lo que significaba un incremento de 9,132,112 habitantes con respecto al Censo de 1950. Las cifras indicaban que en 1960 el 50.7% de la población total vivía en poblaciones de más de 2 500 habitantes, lo que significaba que técnicamente México había transitado de ser un país rural a ser un país urbano. En 1963 existían 43 ciudades con más de 50 000 habitantes mismas que albergaban al 31% de los mexicanos. La tasa de crecimiento poblacional alcanzó el 3.5% anual pero en ciudades como Mexicali o Tijuana se alcanzaron tasas de 12.9% anual. En cuanto a la estructura etaria de la población los datos eran reveladores:

Casi el 52% de la población total era menor de 20 años. Cerca del 68% de la población era menor de 30 años y solo el 11% de la población tenía 50 años o más. Pero el grupo de 0 a 4 años de edad alcanzaba el 15.4% de la población”. (Walter Thompson, 1963, p.11)

En la segunda edición de *The Mexican Market* no podía faltar un apartado que describiera el estado de los medios de comunicación. En 1961 existían 350 estaciones comerciales de radio y 27 de ellas operaban en el Distrito Federal. Con la excepción del territorio de Quintana Roo el resto de los estados contaban con al menos una radiodifusora. La agencia Walter Thompson consideraba a los mexicanos como “ávidos radioyentes” ya que “del 30 al 40% de los aparatos localizados en los centros metropolitanos estaban en funcionamiento en un momento dado durante un horario normal”. Cada aparato de radio en funcionamiento era escuchado por tres personas en promedio. La radio captaba 43 millones de dólares, lo que equivalía al 35% del total de la inversión publicitaria. Para 1962 el número de radiohogares era de 3’200,000 cifra que correspondía a poco menos del 50% del total de hogares en México. La mitad de esos radiohogares se encontraban en poblaciones mayores de 50 mil habitantes.

Con referencia a la televisión el informe calculaba en “750,000 el número de aparatos receptores, de los cuales 450,000 se encontraban en el Distrito Federal”. El número era bajo pues solamente era un medio para el 10% de la población, si se calcula a 4 o 5 televidentes por aparato. La televisión seguía centralizada ya que el 75% del parque de televisiones recibía programación original en la capital de la república. Si bien existían estaciones en siete ciudades del interior (Chihuahua, Guadalajara, Hermosillo, Mérida, Monterrey, Tampico y Torreón) y cuatro en la frontera norte (Ciudad Juárez, Mexicali, Nuevo Laredo y Tijuana) no se constituían, todavía, en una cadena de cobertura nacional. Esto solo fue posible hasta 1968 con la puesta en marcha de la Red Federal de Microondas.

Si la televisión solo llegaba al 10% de la población, “el diario de mayor circulación solo llegaba al 0.5 o 1% de la población total del país”. Esta fue la conclusión de *The Mexican Market* al dar a conocer los siguientes datos. Se editan en México alrededor de 250 diarios con un tiraje de 3 millones de ejemplares pero ninguno de ellos puede considerarse de circulación nacional. Y como la mayoría de los ejemplares se venden en las calles y no a través de suscripción, resulta difícil establecer el verdadero impacto que tienen los periódicos. El mundo de las revistas seguía una tendencia similar: “la revista con mayor circulación certificada se edita mensualmente y alcanza un tiraje de 400, 000 ejemplares. Le sigue una publicación quincenal que alcanza las 200,000 copias. Siguen en importancia dos revistas femeninas con 150,000 y 120,000 ejemplares cada una”. Una variable importante que explica el bajo consumo de periódicos es la elevada tasa de analfabetismo, según el Censo de 1960 ésta alcanzó el 35% de la población total.

En 1960 había en México 2,459 salas de cine con una capacidad de 1'615,000 asientos. *El Mercado Mexicano* describía a los mexicanos como “entusiastas aficionados al cine” y no resultaba raro ver largas filas

para comparar una entrada, “especialmente los sábados y domingos”. La publicidad también estaba presente en las salas cinematográficas, ya que en la exhibición de películas se incluyen mensajes publicitarios, ya fuese “en color o blanco y negro, con o sin audio”. La frecuencia de estos espacios dependía del acuerdo que se estableciera con cada una de las salas de cine.

Nuevos productos y nuevos mercados

A partir de 1960, las corporaciones de comunicación estadounidenses deciden tomar un papel más activo en la industria de la televisión latinoamericana, anteriormente sólo habían participado vendiendo aparatos receptores, transmisores y asistiendo técnicamente a las cadenas de televisión ya establecidas. La nueva estrategia consistió en afiliar canales regionales a las grandes cadenas estadounidenses de televisión, o bien, como sucedió en el caso mexicano, asociarse en la producción y distribución de material televisivo. Esta política trajo consigo un conflicto de intereses entre las corporaciones de televisión con las agencias de publicidad, la influencia de éstas últimas en cuanto a la toma de decisiones en la programación mermó considerablemente (Sinclair, 1986). Este reacomodo internacional se tradujo, en el caso mexicano, en un paulatino control de la programación por parte de los empresarios nacionales. En febrero de 1966 la dirigencia de Telesistema Mexicano anunció la puesta en marcha de un nuevo sistema de comercialización de espacios publicitarios: se denominó “Rotativo 66” y consistía en que “cualquier patrocinador, por modesto que sea, podía anunciarse en todos los programas que proyectaban los tres canales capitalinos [...] no habrá tarifas diferentes entre uno y otro, como ha ocurrido hasta ahora”.

(*Novedades en la TV*, 14-02-1966, p.11). A partir de entonces ya no era necesario patrocinar un programa completo para anunciarse, bastaba con comprar *spots* que se transmitirían a lo largo de la programación.

La Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión

Los últimos años de la década de los sesenta fueron especialmente agitados para México, el país vivía el cenit de la confianza económica misma que se puede apreciar en diversos indicadores: de 1964 a 1970 el crecimiento promedio de la economía fue de 6.9 por ciento (Elizondo, 2001, p.129). El índice inflacionario fue del 2.6 por ciento anual, menor al de Estados Unidos en el mismo periodo. El tipo de cambio era de 12.50 pesos por dólar, idéntico al de 1954. El Fondo Monetario Internacional utilizaba al peso mexicano como “moneda de reserva” en sus programas de estabilización. Los aumentos salariales rebasaban el 6 por ciento anual en términos reales y algo más en términos de dólares. El producto *per cápita* pasó de 300 dólares en 1958 a 700 en 1970. En el mismo periodo las reservas internacionales se duplicaron también: de 412 a 820 millones de dólares (Krauze, 1997, p.315). El Censo de 1970 indicó que la población era de 48 millones 225 mil mexicanos, casi el doble de 1950. Esta bonanza económica contrastaba con el carácter autoritario del gobierno mexicano. La noche del 2 de octubre de 1968, el ejército utilizó las bayonetas para reprimir un incipiente movimiento estudiantil, el saldo fue de más de 100 muertos y el cuestionamiento del sistema político por una buena parte de los ciudadanos.

La buena marcha de la economía también se reflejó en el mercado publicitario y en consecuencia en los activos de Telesistema. En 1970 la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT) solicitó a la Facultad de Comercio y Administración de la UNAM “una serie

de estudios que le permitan [a la Cámara] conocer con una actitud honesta y serena los aspectos positivos y negativos que han ido creando los medios de comunicación en México” (UNAM, 1971, p.1). Joaquín Vargas, presidente de la CNIRT afirmó que una “gran cantidad de escritos, artículos, opiniones y otras obras más bien de carácter especulativo pululan prolijamente, pero desgraciadamente se carece de estudios de naturaleza científica inherente a nuestra realidad” (UNAM, 1971, p.1). El resultado fue el documento conocido como la *Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión* hecho público en 1971. Para su elaboración:

se realizó un sondeo de opinión pública entre 27,920 personas de las ciudades más representativas del país, 108 entrevistas a los anunciantes más importantes de México, y los puntos de vista de las 45 agencias de publicidad más significativas de nuestro medio. (UNAM, 1971)

Como puede apreciarse la movilización de recursos técnicos fue considerable, se consideró la opinión de la “constelación de intereses entre anunciantes, agencias y medios de comunicación” a la que alude Sinclair y se contrastó con las opiniones del público.

Uno de los principales hallazgos de la Encuesta... fue la confirmación del carácter dependiente de los canales de televisión con respecto a las agencias de publicidad, ya que éstas,

en gran número de casos, son quienes producen, compran o importan los programas de televisión. Los anunciantes generan a través de su patrocinio, en gran parte la actividad de la radio y la televisión. Tanto anunciantes como publicistas influyen en forma definitiva, a través de sus decisiones, sobre las programaciones y el tipo de publicidad existente. (UNAM, 1971, p.43)

La encuesta muestra a un público con gustos definidos en lo que se refería a programas de televisión, por ejemplo, a la pregunta “¿cuáles

son los tipos de programas que más le gustan en televisión?” el 15% de los encuestados respondieron que “las telenovelas”. En segundo lugar, con el 14 por ciento de las preferencias, señalaron a “las películas” y con el mismo porcentaje “los musicales”; el tercer lugar correspondió a “los deportivos” con un 13 por ciento. Otro dato interesante es el que se refería a la calidad de los programas, el 37 por ciento dijo que eran “buenos siempre”, el 30 por ciento “magníficos a veces”, y el 9 por ciento afirmó “magníficos siempre”. Quiere decir que la programación de la televisión gozaba de una clara aceptación por parte del público.

Televisión era la gran *fábrica* de mercancías culturales. La revista *Business Week* (1969) señaló que “las telenovelas se elaboran con la eficiencia de una línea de producción. Un equipo de producción de 50 personas ‘empaquetan’ dos episodios de media hora cada uno en sólo cinco horas, y hay varios equipos trabajando diariamente” (p. 52). El semanario agregó que cada semana se producían “200 episodios de media hora cada uno”. A finales de los sesenta Televisión elaboraba el 80 por ciento de la programación del Canal 2, y el 40 y el 25 del porcentaje de programación para los Canales 4 y 5 respectivamente.

Enfrentamientos discursivos y desarticulación de la investigación

Como conclusión de este acercamiento a algunos de los estudios *precursores* de la investigación sobre televisión en México, cabe señalar cómo el desarrollo del sector industrial de los *medios masivos*, sus funciones sociales y el papel del Estado en su regulación, absorbió la atención predominante de muchos investigadores, entre otras razones por la fuerte tendencia a la concentración que impulsaron los concesionarios y el aliento al debate público que dieron a estos temas los presidentes Echeverría y López Portillo

en intentos siempre ambivalentes de contrarrestar el poder de aquellos. Toda la década de los setenta estuvo marcada por la pugna discursiva y la inserción de investigadores académicos de la comunicación en el debate. Desde 1971, en un simposio convocado por la Universidad de Texas en Austin (UTA), Miguel Alemán Velasco, funcionario de la después llamada Televisa, y Fausto Zapata Loreda, Subsecretario de Información de la Presidencia de la República, entre otros, plantearon claramente las posiciones de los concesionarios y del gobierno, respectivamente, en relación con los medios: uno argumentando las bondades de la “fórmula mexicana” y el otro señalando que “la única política posible es la libertad” (UTA, 1971).

Convocado por la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Texas, el Servicio Informativo y Cultural de los Estados Unidos (USIS) de la Embajada en México, General Electric de México S.A., la Asociación de Periódicos Diarios y la Asociación de Radiodifusión de Texas, el Simposio invitó como participantes mexicanos en cuatro paneles con homólogos estadounidenses, a Pablo Marentes (director de Información de la SEP), Fausto Zapata (Subsecretario de Información de la Presidencia), Alejandro Carrillo (Senador y director de *El Nacional*), Rómulo O’Farrill Jr (director de *Novedades*), Julio Scherer (director de *Excélsior*), Miguel Alemán Jr (director de Noticias de *Telesistema Mexicano*) y Juan Francisco Ealy Ortiz (director de *El Universal*), además de Roberto Kenny (director de Eventos Especiales de *Telesistema*) y Antonio Menéndez (director del Consejo Nacional de la Publicidad) como moderadores de dos de los paneles. También, como asistentes mexicanos, fueron invitados veinte periodistas, nueve funcionarios de la radio, once funcionarios de dependencias gubernamentales o empresas y tres directores de escuelas de comunicación: la Escuela de Periodismo Carlos Septién García (Alejandro Avilés), la Universidad Iberoamericana (Jesús María Cortina) y el ITESO (Juan José Coronado).

Ante los anfitriones estadounidenses, los mexicanos compartieron sus inquietudes con respecto a los debates que ya se habían intensificado en México, según sus respectivas posiciones: desde el gobierno y desde los medios en competencia entre sí pero también conscientes de la defensa en bloque de sus propios intereses empresariales. Nadie, prácticamente, ni entre los oradores estadounidenses, desarrolló un argumento sobre la investigación, en ningún sentido, aunque muchos citaron a teóricos y filósofos de la comunicación. En los años posteriores, Telesistema Mexicano evolucionó hacia Televisa, se reglamentó la *Ley Federal de Radio y Televisión*, se crearon cadenas y sistemas gubernamentales de medios, se modificó la Constitución para incluir la frase “El derecho a la información será garantizado por el Estado” en el artículo sexto, y se debatió interminablemente, sin que la investigación influyera decisivamente en ningún sentido. A fines de la siguiente década, Caletti (1989), resumió la época en una frase: “La experiencia mexicana fue un intento de enfrentarse cara a cara con el impacto de la revolución de las comunicaciones y de recobrar, en beneficio de la sociedad y sus instituciones representativas, el control de las políticas de comunicación”, intento obviamente frustrado.

Referencias

- Caletti, R. S. (1989). Las políticas de comunicación en México: una paradoja histórica en palabras y en actos. En Fox, E. (Ed.), *Medios de Comunicación y Política en América Latina*. México: Gustavo Gili.
- Ceceña, J. L. (1963). *El capital monopolista y la economía mexicana*. México: UNAM.
- Elizondo, C. (2001). *La importancia de las reglas (gobierno y empresarios después de la nacionalización bancaria)*. México: FCE.
- Fuentes, R. (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la*

- comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/ CONEICC.
- _____ (1998). *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/ Universidad de Guadalajara.
- Gonda, F. D. (1944). J. Walter Thompson *Invades Mexico...* En *The Advertiser*.
- Hernández, F. (2004). *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*. Tesis doctoral. México: Universidad de Guadalajara:
- Jara, R. y Garnica, A. (2007). *¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público*. México: IBOPE-AGB.
- Krauze, E. (1997). *La presidencia imperial*. México: Tusquets Editores.
- Mattelart, A. (2000). *La publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Moreno, J. (2003). *Yankee don't go home! Mexican nationalism, American business culture, and the shaping of modern Mexico*. Chapel Hill y Londres: The University of North Carolina Press.
- Paxman A., Fernández C. (2000). *El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.
- Rota, J. (1974). Remarks on Journalism Education and Research in the Americas. En Hester, A. L. y Cole, R. R. (Eds.), *Mass Communication in México, proceedings of the March 11-15 Seminar in Mexico, DF*. Universidad Iberoamericana/ Association for Education in Journalism.
- Sánchez, E. E. (Comp.) (1988). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación/ Universidad de Guadalajara.
- _____ (1992). *Tendencias en la investigación sobre la televisión en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Sinclair, J. (1986). *Mass Media and Dependency: The Case of Television Advertising in Mexico*. Tesis Doctoral. Australia: La Trobe University.
- _____ (2009). The Advertising Industry in Latin America: A Comparative Study. *International Communication Gazette*, 71(8).

- Trejo, R. (1988). La investigación mexicana sobre medios de comunicación: modas, mitos y propuestas. En Sánchez, E. (Comp.), *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas* (pp.85-99). México: Ediciones de Comunicación/ Universidad de Guadalajara.
- _____ (2011). El tronco, el árbol, la enramada. La investigación de los medios de comunicación y de las ciencias sociales. En Fuentes, R., Sánchez, E. y Trejo, R., *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica* (pp.57-119). Sevilla, Salamanca, Zamora: Comunicación Social.
- UNAM (1971). *Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión*. México: Facultad de Comercio y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- UTA (1971). *Media 3 Americas Focus Mexico. Transcript*. Austin: The University of Texas at Austin.
- Walter Thompson (1959). *The Mexican Market* (1ª ed.).
- _____ (1961). *Television in Latin America*. Publication Series. Box 13, file No. 13.
- _____ (1963). *The Mexican Market* (2ª ed.).
- Wilson, C. L. (1945). The International Operation of the J. Walter Thompson Company. Analysis of an Expanding Venture with Policy Recommendations. En *JWT Samuel W. Meek Papers*. International Office, Box 4.

Investigación y formación de comunicadores

Ser investigadores en tiempos de incertidumbre: El sinuoso camino de “los afortunados” estudiantes y egresados de posgrados en comunicación en México

Dorismilda Flores-Márquez¹

Darwin Franco Miguez²

Introducción

¿Cuáles son los principales retos que enfrentan los estudiantes de posgrado en México? ¿Qué tipo de empleos, trabajos e investigaciones se ven realizando al concluir sus estudios de maestría y doctorado? ¿Hay espacio o cabida para todos ellos en los sistemas universitarios tanto públicos como privados? ¿Qué tipo de dificultades particulares enfrentan aquellos que decidieron adentrarse al campo disciplinar de la comunicación?

¹ Doctora en Estudios Científico-Sociales, en la línea de Comunicación, Cultura y Sociedad, por el ITESO. Universidad De La Salle Bajío. dorixfm@gmail.com

² Doctor en Educación por la Universidad de Guadalajara. Universidad de Guadalajara, micorreoformal@hotmail.com

Ser estudiante de posgrado en México es una fortuna si se toma en cuenta que sólo el 7.6% de los 3 millones 882 mil 625 estudiantes que hay en México³ está inscrito a una especialidad, maestría o doctorado (Secretaría de Educación Pública, 2015). De estos 294 mil 584 estudiantes de posgrado, sólo 36 mil 086 cursan un doctorado, el cual es el nivel más alto de estudios en nuestro país. Quienes deciden estudiar un doctorado tienen como uno de sus principales intereses el dedicarse a la investigación y/o la docencia. Sin embargo, no todos los posgrados que hay en México poseen un alto nivel ni todos están abocados a la formación de investigadores.

De acuerdo al Consejo Mexicano de Estudios de Posgrado (2015), en México existen 8 mil 522 posgrados, pero sólo mil 731 están inscritos en el padrón de excelencia del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) (Conacyt, 2015b), institución que, hasta el 2014, contaba con 44 mil 818 becarios (Conacyt, 2015c). El problema es que no existen suficientes plazas en las universidades (públicas y privadas) para que éstos puedan incorporarse a la academia una vez concluidos sus estudios.

En cuanto al ámbito de la investigación en Ciencias Sociales, el Conacyt tiene 258 programas reconocidos. Sólo 18 de éstos tienen como eje central o secundario los estudios en comunicación (Conacyt, 2015b). El único doctorado totalmente centrado en lo comunicativo es el Doctorado en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, el cual se creó en el año 2013.

El número de egresados de maestrías y doctorados cada año es mayor. Esto crea un gran reto para el sistema educativo mexicano porque muchos de estos estudiantes que, incluso, recibieron una beca para su formación, no logran incorporarse en alguna institución educativa. Lo anterior puede

³ Datos hasta el 31 de diciembre del 2014 (Secretaría de Educación Pública, 2015).

responder a múltiples factores, entre los que destacamos: 1) la escasa apertura de plazas académicas en universidades públicas y privadas, que se enmarca en tendencias hacia la precariedad laboral en el mercado de trabajo global, 2) la no disposición de los egresados para mudarse de su lugar de origen hacia las ciudades (universidades) donde paulatinamente se ofertan plazas y, 3) la falta de iniciativa de los egresados para gestar proyectos de investigación fuera del círculo académico-universitario.

Esto, como se observará más adelante en el diálogo que sostuvimos con 26 estudiantes y egresados de posgrado, dificulta que muchos de ellos se incorporen a una universidad con una plaza de tiempo completo, aunque sí lo hacen —en la mayoría de los casos— como profesores de asignatura, buscando labrar el camino que los acerque a esa primera posibilidad.

La precariedad laboral en el campo de la comunicación

Las generaciones jóvenes de investigadores han experimentado la incertidumbre y la inestabilidad, ante la escasez de plazas de tiempo completo. Esta situación no se limita al campo de la comunicación, sino que se trata de una condición compartida globalmente, en distintas áreas y niveles laborales.

En los informes recientes de la Organización Internacional del Trabajo se ha documentado que en el mundo no se están generando suficientes puestos de trabajo para los millones de personas que los requieren (International Labour Organization, 2014). De acuerdo con algunas de sus estimaciones:

El desempleo mundial en 2014 se elevó a 201 millones de personas, cifra que rebasó en 30 millones el volumen de desempleo que había antes del inicio de la crisis global en 2008. Asimismo, se está demostrando que dar

trabajo a los más de 40 millones de personas que se incorporan al mercado laboral cada año es un desafío de enormes proporciones. (Organización Internacional del Trabajo, 2015, p. 3)

La escasez de empleo está vinculada a otros fenómenos, como la transición de los esquemas de trabajo fijo de tiempo completo hacia los esquemas de empleo informal. En los años recientes ha crecido el empleo informal, con contratos de corta duración, horarios de trabajo irregulares, trabajo por cuenta propia, entre otros: “En todo el mundo, cerca de 6 de cada 10 trabajadores asalariados están ocupados en formas de empleo a tiempo parcial o temporal” (Organización Internacional del Trabajo, 2015, p. 3). De acuerdo con la propia OIT, en estos esquemas, las más afectadas son las mujeres. En los informes se sugiere que estas condiciones producen desigualdades cada vez mayores, las cuales no sólo inciden en el desempleo en sí sino en la precarización alrededor del campo laboral en que se desee insertar (Carmo, Cantante & Alves, 2014; Fernández Massi, 2014; Guadarrama, Hualde & López, 2013; Kalleberg & Hewison, 2013).

La precariedad laboral, en palabras de Orlandina de Oliveira (2006), ha sido definida en función de cuatro grandes dimensiones: la inestabilidad en el empleo, la vulnerabilidad, los menores ingresos y la menor accesibilidad de la población afectada a prestaciones y beneficios sociales. En ese sentido: “las situaciones de precariedad laboral en general contribuyen a la limitación y restricción de opciones respecto a horizontes futuros” (Carmo, Cantante y Alves, 2014, p. 354).

Estas condiciones forman parte de las experiencias de los jóvenes investigadores de la comunicación, ya que ellos miran su presente y vislumbran su futuro a través de la escasez de empleos de tiempo completo y

la tendencia a los empleos temporales y de tiempo parcial con bajos salarios. Para ellos, esto es lo que tienen que vivir quienes buscan insertarse en el campo de la comunicación en México.

Por otro lado, en los años recientes se ha observado “una brecha creciente entre las habilidades adquiridas en la educación y la naturaleza de los empleos disponibles” (International Labour Organization, 2014, p. xx). Específicamente, entre los egresados de posgrado es común encontrar pocas oportunidades laborales acordes con el perfil académico, a la vez que suelen estar sobrecalificados para desarrollarse en otros empleos, lo cual acentúa más la precariedad laboral que viven estos estudiantes de posgrado.

Conacyt y las opciones laborales a futuro

La adscripción institucional se presenta para esta generación como una posibilidad deseable, pero remota. En el pasado, primero se optaba por una plaza de tiempo completo y, después, por la formación de posgrado, en muchos casos con el apoyo de la universidad de adscripción. Para las generaciones más jóvenes, el grado de doctor es un pre-requisito para concursar por una plaza como profesor-investigador de tiempo completo, de modo que los jóvenes han de impulsar su propia formación, con la ayuda de becas y con muchos esfuerzos.

Con el fin de abatir este déficit, el Conacyt ha generado diversas estrategias para emplear a los estudiantes mejor calificados del país y, por ello, ofrece programas de estancias posdoctorales y/o de incorporación a la industria, además recientemente creó las Cátedras Jóvenes Investigadores, las cuales han generado un total de 574 plazas en todo el país (Conacyt, 2015a). Aunado a esto, mensualmente envía a sus ex-becarios un boletín de enlace

laboral que mueve más de 2 mil 500 vacantes en todas las áreas vinculadas a sus programas de posgrado (Conacyt, 2015d).

Aunque el panorama resulta positivo con estas estrategias, son un mínimo de egresados del posgrado los que sí aplican a estos programas, pues no en todos los casos las plazas se abren para todo tipo de disciplinas. En el caso de la comunicación aún persiste “la triple marginalidad” de la que han hablado dos de los padres fundadores de los estudios de comunicación en México, Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz (1989), ya que las plazas laborales ofertadas en su mayoría se concentran en las ciencias exactas e ingenierías y, de las pocas plazas que se ofertan para las ciencias sociales, son escasas aquellas referentes al ámbito de la comunicación.

Es por ello que varias generaciones de egresados de posgrados en comunicación, los cuales abordamos no en relación con su edad sino en virtud de su novel incorporación a la academia, encuentran muchas dificultades para incorporarse de lleno a la investigación académica. Por esta razón, muchos de ellos se enfocan en la docencia a nivel licenciatura ganando sueldos muy dispares, pues mientras un profesor de universidad pública recibe un sueldo promedio de entre 50 y 80 pesos por hora clase, un profesor de universidad privada recibe entre 350 y 450 pesos.

Si bien en las universidades privadas el panorama es más alentador, eso no garantiza su estancia definitiva en ellas. Esto orilla y motiva a que estos jóvenes investigadores conjunten la docencia con actividades profesionales vinculadas al ámbito de la comunicación, como el ejercicio del periodismo, la publicidad, la producción audiovisual o la comunicación social en alguna entidad gubernamental o en alguna organización no gubernamental.

Hay también quienes logran vincularse, de manera independiente, a proyectos de investigación que generan en las universidades donde son

docentes o a través del apoyo que reciben de instituciones públicas, privadas o de la sociedad civil. Esto, como aseguraron nuestros sujetos de estudio, es una manera de seguir aplicando los conocimientos de investigación que aprendieron en sus distintas maestrías o doctorados.

Otro de los caminos que se podrían asumir para abatir dichas problemáticas es el generarse una carrera como “investigador freelance” y apostarle a ser dueños de sus tiempos y procesos, aunque esto dificulte la estabilidad económica en el trabajo como investigadores y todo aquello a lo que profesionalmente se aspira al decidir incorporarse a un posgrado.

La opción de las Cátedras de Jóvenes Investigadores del Conacyt ha sido utilizada por los jóvenes investigadores. Muchos de ellos envían sus *curriculum vitae*, esperando que éstos resulten atractivos para los investigadores consolidados que, año con año, someten sus proyectos de investigación ante este organismo público. Si sus proyectos resultan aprobados ellos tienen la posibilidad de seleccionar entre esa base de datos de jóvenes investigadores a aquellos que cumplan con el perfil que están buscando. De ser seleccionado el *curriculum vitae* de algún investigador, éste conseguirá temporalmente cierta estabilidad laboral, ya que será contratado por el Conacyt por el periodo en que el proyecto así lo determine, esto —en muchos de los casos— implica el mudarse a otra ciudad para incorporarse al trabajo en alguna universidad. La estancia en ella, para el joven investigador, está condicionada al proyecto, no a una plaza académica, aunque siempre existe la posibilidad de que un buen desempeño le abra las puertas en dicha institución.

En la convocatoria de Cátedras de Jóvenes Investigadores de Conacyt, la investigación sobre comunicación entra en el área temática de “sociedad”. Los retos establecidos por Conacyt en esa temática son: combate a la pobreza,

comunicación pública de la ciencia, economía del conocimiento, sociedad y economía digital, humanidades, migraciones y asentamientos humanos, prevención de riesgos naturales y seguridad ciudadana. En los resultados del año 2015, no hubo una sola Cátedra asignada en el área de comunicación (Conacyt, 2015c).

Aunado a las anteriores problemáticas, los estudiantes de posgrado sin plaza académica tienen mayores complicaciones para incorporarse al Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Pertenecer a éste es para muchos de los jóvenes investigadores una de las aspiraciones académicas y profesionales más importantes, porque significa entrar en la élite de la investigación en México.

Si se cuenta con una plaza académica y un buen nivel como académico se puede ingresar al SNI y recibir de este organismo que depende de Conacyt una remuneración económica para realizar o seguir realizando investigación. Si no se tiene una plaza, como pasa con muchos egresados, la incorporación al SNI es posible, aunque no se tiene acceso al apoyo económico al no existir una institución educativa que sea receptora de dicha producción de conocimiento. Si la meta de los egresados es ejercer su profesión como investigadores, sea cual sea el camino, todos ellos buscan la manera de incorporarse al SNI.

Ante este panorama, ¿qué es lo que debiéramos hacer los jóvenes investigadores de la comunicación? ¿Cuáles son los nuevos caminos que debemos gestar o tomar para ejercer y aplicar los conocimientos que recibimos en los posgrados?

A continuación, presentaremos la visión y mirada que 26 jóvenes investigadores del ámbito de la comunicación tienen sobre los retos en un escenario laboral cada vez más acotado, pero también con relación a

la reciente notoriedad que tienen los estudios de la comunicación en un momento en que los procesos comunicativos centrados en una comunicación digital interactiva forman parte central de las interacciones socioculturales y sociopolíticas de las personas.

La perspectiva de los jóvenes investigadores del campo de la comunicación

Para recuperar el sentir de los jóvenes investigadores de la comunicación,⁴ los autores de este texto realizamos un cuestionario digital⁵ en el cual se invitó a que éstos respondieran algunas preguntas, cerradas y abiertas, respecto a los siguientes tópicos: 1) las razones o motivos que los llevaron a estudiar un posgrado en comunicación, 2) su perspectiva sobre el campo de la comunicación, y 3) los retos y obstáculos que han afrontado para desarrollarse como investigadores.

La selección de la muestra respondió a dos criterios: 1) su inscripción o egreso de alguna maestría o doctorado con alguna línea de investigación en el ámbito de la comunicación y 2) su estancia, definitiva o temporal, en alguna universidad, como docente y/o investigador en programas de estudios vinculados a la comunicación.

El cuestionario digital fue generado a través de la aplicación *Google Drive*

4 Queremos resaltar nuevamente que el término “jóvenes investigadores” no hace alusión a un referente etario, sino principalmente a la reciente incorporación al campo de la comunicación.

5 El cuestionario puede consultarse en: https://docs.google.com/forms/d/1KeCeFCnNMmIO0bmpZNTETgpx_jJkT4tup1u1FHuARE0/viewform

y se compartió con un total de 40 jóvenes investigadores⁶. Se recibieron respuestas de 26 de ellos en el tiempo que se asignó para su aplicación.⁷ El cuestionario se dividió en dos partes: la primera contemplaba una serie de preguntas abiertas sobre sus razones para estudiar un posgrado, los retos que enfrentan o enfrentaron como egresados, sus propuestas para superar estas dificultades, así como la manera en que éstos ahora definen el campo de la comunicación. Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

- ¿Por qué decidiste estudiar un posgrado?
- ¿Cómo defines el campo de la comunicación?
- ¿Cuáles son o han sido las principales preocupaciones, miedos o retos que has enfrentado al concluir tu formación de posgrado?
- ¿Tienes propuestas para superar o sobrellevar esta situación?
- ¿Qué posibilidades de incorporación en la academia y/o encontrar un empleo consideras que tienes?

La segunda parte del cuestionario fueron preguntas cerradas que tenían la intención de recabar información general sobre los jóvenes investigadores. Se hicieron las siguientes preguntas:

- Nombre
- Edad
- Género

⁶ Los participantes fueron seleccionados desde la lógica de bola de nieve. Se hizo una primera lista de jóvenes investigadores que identificamos en los grupos de investigación y grupos de trabajo de la AMIC. Posteriormente, se recabaron datos de estos investigadores, como grado de estudios, lugar de trabajo, lugar de residencia y correo electrónico. Una vez que fueron contactados, estos investigadores apoyaron para contactar a otros con las mismas características.

⁷ El cuestionario se aplicó del 15 al 29 de septiembre del 2015.

- Universidad en que cursaste tu último posgrado
- Nombre de tu posgrado
- Principal línea de investigación
- ¿Cuentas con plaza en alguna universidad? Sí / No
- Es una universidad: Pública / Privada
- En caso de que sí tengas plaza, ¿desde hace cuánto tiempo?
- ¿Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores? Sí / No
- En caso de que sí, ¿desde hace cuánto tiempo?

Características del universo de estudio

De los 26 jóvenes investigadores encuestados, 17 fueron hombres y 9 mujeres. Éstos tenían una edad promedio de 33 años. En ese momento sólo 7 tenían el grado de doctor y los 19 restantes el grado de maestría; sin embargo, 9 de éstos ya estaban cursando un doctorado. Así que la muestra final podría dividirse en: 7 doctores, 9 doctorantes y 10 maestros. Del total de encuestados, cuatro hicieron sus estudios en el extranjero y 22 los realizaron en México (19 en universidades públicas y tres en privadas).

Respecto a su situación laboral, sólo 10 de los 26 contaban con plaza académica, 7 en universidades públicas (Universidad Autónoma del Estado de México, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Universidad de Guadalajara) y tres en universidades privadas (Universidad de Monterrey e Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey). El tiempo promedio que estos 10 jóvenes investigadores tardaron en hacerse de una plaza al concluir sus

posgrados varió entre los cinco y diez años, en todos los casos éstos ya laboraban como profesores en dichas instituciones.

A pesar de que ya contaban con una plaza académica, sólo 3 de los 10 pertenecían al SNI (uno en Nivel I y dos como candidatos). El resto no había logrado ingresar, debido principalmente a que no habían concluido sus estudios de doctorado, requisito indispensable para solicitar la incorporación al SNI.

En el otro lado de la moneda están los 16 jóvenes investigadores que no contaban con una plaza, lo cual les había imposibilitado entrar al SNI, aunque dos de ellos ya podrían hacerlo porque contaban con el doctorado concluido; sin embargo, como ya se expresó, su incorporación se daría sin el apoyo económico del Conacyt, al no contar con una plaza académica en alguna universidad. Ellos, al igual, que los jóvenes investigadores que ya tienen plaza, también tienen entre dos y cinco años como profesores de asignatura en una universidad pública y en algunos casos en una universidad privada también. De los 16 encuestados que no tenían plaza, 14 sólo tienen estudios de maestría, lo cual consideran que es una de las razones por las que no han logrado obtener una; de ahí que varios de ellos se encontraran cursando su doctorado, en espera de que esto les diera mayores oportunidades para acceder a alguna plaza en las universidades donde trabajaban o en alguna otra que se ajustara a sus necesidades o aspiraciones.

Motivos para estudiar un posgrado

Para iniciar el análisis cualitativo de los resultados del cuestionario digital aplicado decidimos comenzar por las razones que llevaron a estos jóvenes investigadores a estudiar un posgrado vinculado a la comunicación.

Sus respuestas pueden dividirse en tres rubros: 1) el interés por el saber y el conocimiento, 2) la incorporación al mundo académico, y 3) una oportunidad de desarrollo profesional.

Muchos de los 26 encuestados coincidieron en que el deseo por “aumentar sus conocimientos” y su “anhelo de hacer de la comunicación una verdadera disciplina dentro de la ciencias sociales”, los motivaron a estudiar una maestría o un doctorado, como puede verse en el siguiente comentario:

Siempre fue mi anhelo profesional contar con un doctorado para poder dedicarme de tiempo completo a lo que me apasiona: la docencia y la investigación. Considero que el campo de la comunicación me ofreció el espacio idóneo para enfocarme al estudio del poder y la construcción de identidades, lo cual me apasiona e intriga (Doctor con plaza, 41 años).

Sin embargo, lo que más dominó en los comentarios de los encuestados fue el vínculo entre estudios de posgrado y desarrollo profesional, todo esto con un claro horizonte donde se correlaciona a la academia con un camino hacia la estabilidad laboral y económica.

Fue por presión institucional. Yo trabajé muchos años como periodista, en ONG y como profesor. En algún momento me comenzaron a sugerir que para seguir teniendo trabajo como profesor debía contar con un posgrado. Como ese trabajo era el más estable en términos económicos, tomé muy en serio la sugerencia. Después, una vez en el posgrado, me encarrilé en la investigación (Maestro sin plaza, 35 años).

Primero decidí estudiar un Máster en España. Tenía un enfoque profesionalizante en documental, que era lo que quería que fuera mi profesión como comunicador. Al comenzar a dar clases, después del Máster, me di cuenta que la investigación, la teoría y la academia eran realmente mi interés primario, y que con un máster no me sería suficiente para dar las clases al nivel que yo consideraba debía impartir.

Para abrirme posibilidades en el campo laboral y el interés de comprender la sociedad (Doctor con plaza, 37 años).

Ante la situación económicamente adversa que atraviesa el país, la cual agrava las condiciones laborales, algunos de los jóvenes investigadores no ocultaron que las razones por las que ingresaron a un posgrado fueron netamente económicas, ya que el seguir estudiando les garantizaba un ingreso económico seguro, por encima de los sueldos que podrían recibir como profesionistas de la comunicación. Ese mismo pensamiento se trasladó a su futuro laboral, ya que el contar con algún posgrado incrementaba la posibilidad de recibir un mejor ingreso.

La maestría, honestamente, fue por no encontrar trabajo. Me ofrecieron una beca del 100% en el Tecnológico de Monterrey, haciendo servicio becario en el Centro de Investigación en Comunicación e Información, más un sueldo de CONACYT. Siempre he sido aplicada en estudios, así que no me pareció mala idea continuarlo en vez de seguir buscando trabajo. El doctorado fue porque mi asesor me convenció que era el momento más conveniente para seguir siendo estudiante de tiempo completo, y me pareció acertada su sugerencia (Doctora con plaza, 31 años).

El posgrado permite tener más oportunidades en el ámbito laboral, sobre todo cuando se trata de docencia o investigación. A pesar de que puede no haber mucho trabajo, es cierto que el que tiene maestría o doctorado tiene un mayor sueldo (Maestra sin plaza, 30 años).

Por varias razones pero, especialmente, por un tema de recursos. En aquel momento, hace 10 años, disponía del tiempo suficiente para ser de nuevo un estudiante de tiempo completo como lo exigía el Posgrado de Excelencia al que aspiraba y, también, por la oportunidad de estabilizar mis ingresos en caso de obtener una beca. En resumen: porque disponía de tiempo y porque necesitaba ingresos (Maestro sin plaza, 34 años).

No obstante, este pensamiento económico —aseguraron— cambió cuando descubrieron dentro de los posgrados su vocación como investigadores

y/o docentes, esto propició en ellos un cambio que, en la mayoría de los casos, los llevó de la maestría al doctorado. En este sentido es probable que el motivo para entrar fuera solamente económico, pero su permanencia en los posgrados y la definición de su vocación se consolidaron a través del contacto con el mundo académico, aunque este presentara las mismas condiciones laborales adversas para ellos.

Obstáculos para el desarrollo profesional

Si las razones para estudiar un posgrado estaban delineadas por el desarrollo profesional y por una mejora en lo económico, muchos de los entrevistados a través de sus múltiples experiencias rápidamente se dieron cuenta que la situación laboral dentro del mundo académico no era ajena a la realidad socioeconómica del país, así que los principales obstáculos a los que se enfrentaron fueron: 1) no conseguir un empleo bien remunerado donde poner en práctica la investigación y, 2) no encontrar este espacio, debido al poco reconocimiento de la comunicación como una disciplina o campo de estudio dentro de las ciencias sociales, ambas circunstancias están presentes tanto entre aquellos con plaza o sin ella.

Creo que mi principal preocupación ha sido la instrumentalidad que gana cada vez más terreno en los programas de estudio de comunicación que privilegian enfoques pragmáticos y técnicos, y menos a la reflexión crítica y profunda de los procesos de comunicación y los medios masivos. No es ajeno sólo a la comunicación, ya que los recortes a los presupuestos o apoyos a los programas de las ciencias sociales y humanas marcan una tendencia utilitarista muy peligrosa para estas disciplinas y que a la postre restringe espacios laborales para quienes estudiamos a la comunicación desde una perspectiva crítica, no mercadológica (Doctor con plaza, 41 años).

La falta de empleo, la falta de estímulos para la inclusión de jóvenes investigadores, la falta de certeza, mi adscripción marginal al campo institucionalizado de la comunicación, la pervivencia de la generación fundadora del campo en México que excluye y acapara (Maestro sin plaza, 35 años).

Interesante es que los miedos u obstáculos no sólo estén correlacionados al mundo laboral sino también al mundo académico/disciplinar porque en su mirada está que el hecho de haberse especializado en la comunicación hace aún más grande el reto a futuro, lo cual no aleja ni elimina las pocas oportunidades laborales que ellos vislumbran en el mundo académico, aunque ya cuenten con alguna plaza o algún empleo:

Actualmente me encuentro estudiando el posgrado de maestría en comunicación de la Universidad de Guadalajara y poseo una plaza definitiva como técnico de investigación en El Colegio de la Frontera Norte. Sin embargo, los riesgos y retos de continuar la formación académica implican alejarse de cierta estabilidad económica y, en determinado momento, renunciar al puesto de trabajo que tengo actualmente puesto que al no existir condiciones (programa) para apoyar la formación académica al interior de mi institución debo jugar con las reglas y licencias de tipo laboral (Estudiante de maestría, con plaza, 31 años).

La famosa sobrecalificación para encontrar un trabajo. El hecho de estudiar un doctorado te cierra puertas en el campo profesional, y si bien estuve siempre más interesada en la academia, el no tener la opción de cambiar de opinión da miedo. El reto más grande fue conseguir una planta en una universidad, y eso —al menos— ya lo logré (Doctora con plaza, 31 años).

Sobrevivir a la precariedad: Las propuestas de los investigadores

Los 26 encuestados describieron los miedos y obstáculos que identificaron al estudiar un posgrado vinculado a la comunicación, pero también plantearon

algunas propuestas que, a su parecer, podrían ayudar a superar dichas problemáticas. Éstas incluyeron crear redes de investigadores que asuman el reto de generar conocimiento desde la independencia institucional, pero no así de la disciplinar, porque consideran que tienen la responsabilidad de ser ellos quienes den continuidad al desarrollo y fortalecimiento del campo de la comunicación.

Conjuntar el conocimiento académico con las actividades de comunicación, fortalecer la divulgación de las investigaciones y productos que generan las investigaciones en instituciones públicas, y lograr un mensaje claro para la sociedad sobre lo que hacemos como comunicólogos y estudiosos de la comunicación (Maestro sin plaza, 34 años).

Trabajar duro, ir a eventos, hacer relaciones públicas. Lo más importante, no querer colaborar con todos, elegir aquellas personas más cercanas y que realmente deseas trabajar con ellos. Ir paso a paso, saber que es una carrera de largo aliento y no una carrera de velocidad. A veces cuesta trabajo, frustra, pero vale la pena (Doctor con plaza, 37 años).

No obstante el empuje de una buena parte de los jóvenes investigadores, en su mayoría domina el pesimismo ante el panorama poco alentador respecto a la escasa apertura de plazas laborales, razón por la cual una solución a futuro sería que el Conacyt generara políticas para incorporar al mercado académico a los estudiantes que el mismo sistema educa y profesionaliza:

Aunque pude encontrar oportunidades buenas sigo en ciertas condiciones de no contar con el paquete integral como investigador universitario, tales como la categorización como ‘docente’ y no propiamente como ‘investigador’ y otras similares; ahí no hay nada que pueda hacer, es cuestión de esperar las oportunidades (Doctor con plaza, 36 años).

Una alternativa sería que las universidades y las empresas colaborarán en programas de asistencias de investigación para posgraduados, similares a los que existen para prácticas profesionales o posgrados con la industria (Maestra sin plaza, 29 años).

En el plano estructural, creo que Conacyt debería conseguir recursos para ofrecer prestaciones ajustadas a la temporalidad de su modelo de cátedras y posibilitar la transición a las instituciones para contrataciones definitivas (Maestra sin plaza, 30 años).

En cuanto a la pregunta “¿Qué posibilidades de incorporación en la academia y/o encontrar un empleo consideras que tienes?”, la cual concatena los miedos de los jóvenes investigadores y sus propuestas de cambio, se observa que muchos de ellos identifican que su incorporación al mundo académico como investigadores —y no sólo como docentes— dependerá de qué tanto decidan seguir edificando su conocimientos y mirada teórica, pero también del “nunca dejar de estar”, es decir, el buscar permanecer como profesor de asignatura para esperar la oportunidad de ganar alguna plaza. También identifican que deben aprender “otras gramáticas” del campo de la comunicación, lo que implica la combinación del conocimiento teórico con el ejercicio práctico de la comunicación y lo comunicacional. No obstante, esto no elimina los obstáculos como ellos mismos lo definen:

En virtud de las políticas de empresas privadas que muchas universidades están adoptando, veo más posible encontrar un empleo que incorporarme a la academia. Sin embargo, por mi experiencia y la de mis compañeros de posgrado, veo que los empleos que nos esperan después de la maestría y/o doctorado, fuera de las universidades, son igual de precarios que para los egresados de licenciatura y ofrecen pocas oportunidades de aplicar lo aprendido (Maestra sin plaza, 29 años)

La incorporación a través de clases por asignatura es plausible; pero entrar con una plaza de investigador parece bastante complicado. Entrar a otra área también es posible, pues creo ser capaz de realizar otros trabajos (producción de audio y video, por ejemplo), pero en realidad quisiera seguir en la academia (Doctor sin plaza, 30 años).

Afortunadamente conseguí un espacio como docente en una muy buena universidad, eso me hace formar parte de la academia, por otro lado, considero que las posibilidades para obtener una plaza dentro de la universidad (ésta u otra) son muy bajas... hay gente formada desde hace tiempo, esperando que se abra una plaza. Aun así, ya me puse al final de la cola (Maestro sin plaza, 34 años).

Actualmente me considero parte de la academia, desde mi institución he podido vincularme a proyectos, grupos y redes de investigación. También he podido fortalecer mi experiencia en investigación y publicar textos académicos. Eso de alguna manera me ha permitido sumar cierta trayectoria curricular, sin embargo, la pregunta no sólo debe ser por las posibilidades de obtener un empleo, que en mi caso tengo, sino las condiciones para tener movilidad laboral en función del incremento de la formación académica (Maestro sin plaza, 31 años).

En *La emergencia de un campo académico*, Fuentes (1998) identificaba diferencias entre el contexto de los años setenta —en los cuales se desarrolló la “utopía comunicacional”— y el de los años ochenta —en los cuales se percibía cierta debilidad en el campo—, que derivó en la búsqueda de institucionalización. En estos años, el contexto de crisis globales políticas, económicas y sociales, presentó nuevos desafíos al campo, visibles en la precarización laboral de los nuevos investigadores, así como en la falta de vinculación entre buena parte de ellos y los problemas asociados a la diversidad de objetos de estudio. Con los años la “triple marginalidad” se mantuvo firme en el campo de la comunicación (Fuentes, 2007) e, incluso, a través del conocimiento teórico de la misma, muchos de los encuestados refieren que esa triple marginación no sólo sigue existiendo sino que se ha incrementado conforme persiste la propia indefinición del campo de la comunicación, ahora también de cara a lo tecnológico-digital.

El campo de la comunicación

Uno de los resultados más alentadores del acercamiento con jóvenes investigadores de campo de la comunicación es que mucho del futuro que ellos vislumbran en torno al campo pasa por la definición que hacen del mismo, ya que en esta reconstrucción descansa la responsabilidad que ellos asumen al concebirse como parte del “vuelco generacional” de la investigación de la comunicación en México, situación que entienden y afrontan independientemente de las condiciones desfavorables que enfrentan en lo laboral-institucional. En este sentido, los jóvenes investigadores encuestados entienden el campo de la comunicación, principalmente, como un campo interdisciplinario. Esta condición es entendida en distintas lógicas:

- 1) como una necesidad de interacción con otras disciplinas — como la sociología, la ciencia política, la economía, la antropología, la historia, la filosofía, entre otras— para abordar la producción de sentido como un objeto de estudio complejo,
- 2) como el reconocimiento de los orígenes de la comunicación a partir de otras disciplinas,
- 3) como el entendimiento de la comunicación en tanto eje que puede dar coherencia epistémica a las otras ciencias sociales.

Entre los investigadores, persiste la visión de un campo en consolidación, con problemas de auto-definición e, incluso, con problemas de credibilidad frente a las otras ciencias sociales.

En algunos casos se reconoce el campo de la comunicación en México a partir de los nodos que lo integran —por ejemplo: Guadalajara y la Ciudad de México—, o bien de los investigadores reconocidos.

Como un campo cada vez más fortalecido, muy nutrido precisamente por las nuevas generaciones de investigadores y con la base sólida de los pioneros del campo (Maestra con plaza de tiempo parcial, 42 años).

El campo de la comunicación es entendido también como un campo político, más enfocado en las relaciones y las posiciones de los investigadores en el campo que en la discusión sobre los objetos de estudio.

Caótico, desorganizado, unido en un marbete por cuestiones políticas e ideológicas, pero para nada objetuales o epistemológicas (Doctor con plaza, 36 años).

También genera sectarismos y grupos cerrados, cuando creo que es un campo multidisciplinar que debería tender a la integración y no al revés (Doctor con plaza, 37 años).

Algunos de los participantes incorporan dos o más de las lógicas antes señaladas en su definición del campo de la comunicación.

Desde el ejercicio profesional: como un escenario abierto, con múltiples caminos y con terrenos aún indómitos para laborar, donde urge una especialización técnica que vaya de la mano con una preparación humanista más sólida. Desde lo académico: como un campo en construcción epistemológica que se alimenta de aportes especialmente de las escuelas europeas y norteamericanas, pero del cual los investigadores nacionales construyen una identidad latinoamericana (Maestro sin plaza, 34 años).

Como un conjunto de tensiones entre lo académico, la profesionalización técnica y la posibilidad de intervención política desde la producción social de sentido (Maestro sin plaza, 31 años).

En este sentido, el campo no es algo ya definido, sino una construcción continua que se ve afectada por el avasallante desarrollo tecnológico que potencializa las tradicionales maneras de comunicarnos, pero también el rol de los grandes medios masivos de comunicación y su relación con las

audiencias. De ahí que la búsqueda de la interdisciplinaridad sea una de sus principales preocupaciones, no para redundar el campo sino para terminar de definirlo.

Conclusiones

Las generaciones jóvenes de investigadores en el campo de la comunicación en México comparten la experiencia de haberse incorporado a una comunidad académica relativamente joven, donde algunos pioneros del campo siguen siendo investigadores activos y, en buena parte de los casos, han sido formadores de las siguientes generaciones mediante el posgrado. Esta agrupación por generaciones corresponde, más que a la edad, a la etapa en la cual los investigadores se han ido incorporando al campo académico.

Los estudiantes y egresados de posgrados enfrentan desafíos en el plano laboral, ante la escasez de plazas académicas de tiempo completo. En la búsqueda de oportunidades, parte de esta generación ha optado por trabajar temporalmente como profesores de asignatura de tiempo parcial, o bien, en áreas de producción periodística y/o audiovisual. Estas posiciones precarias trascienden el campo académico mexicano, pueden entenderse como parte de las condiciones estructurales de la era global.

A futuro, ellos aprecian condiciones cada vez más precarias de trabajo en las universidades y centros de investigación, pero para ello vislumbran diversas salidas, tales como: 1) aprovechar las opciones —interesantes, aunque insuficientes— de Conacyt y otras instancias de fomento a la investigación en éste y otros países; 2) apostar por la investigación independiente y —en esa lógica— formar redes de trabajo entre investigadores jóvenes; 3) mantener más de un empleo en más de una área,

lo cual —aseguran— obliga a que incorporen a su proceder profesional “otras gramáticas” propias de la comunicación y no únicamente aquella vinculada a la investigación académica.

Sobre este último punto, y pese a las adversidades que ellos mismos identifican, todos los entrevistados para este texto asumen el reto y la responsabilidad de ser quienes encabezan el “vuelco generacional” en los estudios e investigación de la comunicación en nuestro país identificando, por una parte, que la lucha por la legitimación de la comunicación —como ciencia, campo o disciplina— frente a otras ciencias está aún vigente y que les toca a ellos hacer prevalecer el conocimiento y la historicidad que el campo de la comunicación ha ido ganando con el tiempo. Por otro lado, no niegan que es la propia indefinición del campo la que incrementa sus retos, ya que concuerdan en que pese a la actual condición comunicacional (Orozco, 2014), la comunicación, como área investigativa, sigue estando al margen de las políticas públicas y de investigación. De ahí que los jóvenes investigadores asuman el reto de investigar la comunicación no sólo desde “el hacer-hacer” sino desde “el hacer-saber”, acción que de acuerdo a Martín-Barbero (2005) es uno de los valores centrales del oficio del comunicador.

Este texto mostró al lector una exploración de cómo miran, entienden y afrontan diversos jóvenes investigadores de la comunicación la situación actual de este campo de estudio. La identificación de sus problemas, pero aún más las soluciones y propuestas que éstos esgrimen quedan ahí para generar nuevos debates que ayuden a entender cómo es que pioneros y jóvenes investigadores de la comunicación (sí, afortunadamente ambos) somos parte de este sinuoso camino tan lleno de incertidumbres, pero tan cargado de fortuna.

Referencias

- Carmo, R. M., Cantante, F. y Alves, N. A. (2014). Time projections: Youth and precarious employment. *Time & Society*, 23(3), 337-357.
- Consejo Mexicano de Estudios de Posgrado. (2015). *Diagnóstico del posgrado en México*. Disponible en: <http://www.comepo.org.mx/>
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). (2015a). *Indicadores de actividades científicas y tecnológicas*. México: Conacyt.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). (2015b). *Programa Nacional de Programas de Posgrados de Calidad*. Disponible en: <http://www.conacyt.mx/index.php/becas-y-posgrados/programa-nacional-de-posgrados-de-calidad>
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). (2015c). *Padrón de Beneficiarios del Programa Cátedras, Segundo Trimestre 2015*. México: Conacyt.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). (2015d). *Programa de Enlace Laboral*. Disponible en: <http://www.conacyt.mx/index.php/becas-y-posgrados/enlace-laboral>
- Fernández Massi, M. (2014). Dimensiones de la precariedad laboral: Un mapa de las características del empleo sectorial en la Argentina. *Cuadernos de Economía*, 33(62), 231-257.
- Fuentes, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Tlaquepaque: ITESO.
- Fuentes, R. (2007). La triple marginalidad de los estudios sobre comunicación en México: una revisión actual. *Culturales*, 3(6), 27-48.
- Fuentes, R. y Sánchez, E. (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. Tlaquepaque: ITESO.
- Guadarrama, R., Hualde, A. & López, S. (2012). Precariedad laboral y heterogeneidad

- ocupacional: Una propuesta teórico-metodológica. *Revista Mexicana de Sociología*, 74(2), 213-243.
- International Labour Organization. (2014). *World of Work Report 2014. Developing with jobs*. Geneva: ILO.
- Kalleberg, A. & Hewison, K. (2013). Precarious work and the challenge for Asia. *American Behavioral Scientist*, 57(3), 271-288.
- Martín-Barbero, J. (2005). Los oficios del comunicador. *Co-herencia*, (2), 115-143.
- Oliveira, O. (2006). Jóvenes y precariedad laboral en México. *Papeles de Población*, (49), 37-73.
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Perspectivas sociales y del empleo en el mundo. El empleo en plena mutación. Resumen ejecutivo*. Geneva: ILO.
- Orozco, G. (2014). *Televidencias, comunicación, educación y ciudadanía*. México: Universidad de Guadalajara.
- Secretaría de Educación Pública. (SEP) (2015). *Sistema Nacional de Información Estadística Educativa*. Disponible en: http://www.sniesep.gob.mx/estadisticas_educativas.html

La investigación sobre la formación de comunicadores: reflexiones, discusiones y aportes

Vanesa del Carmen Muriel Amezcua¹

Introducción

La formación profesional de comunicadores en México es, sin duda, un tema que a lo largo de 50 años ha sido pretexto, provocación y motivación para plantear la necesidad de hacer un diagnóstico que permita reconocer qué estamos formando, cómo estamos formando, para qué estamos formando y qué perfiles profesionales estamos privilegiando. En muchas ocasiones este interés está inmerso en la lógica de buscar referentes que permitan comprender las identidades profesionales que se van configurando a partir de las propuestas curriculares que las instituciones educativas diseñan y, del reconocimiento del contexto en el cual la comunicación, como profesión, tiene un papel fundamental.

¹ Doctora en Educación. Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI-Candidata. vanemuriel@hotmail.com

La historia misma del campo, así como la comprensión de su estructuración, ha permitido delimitar, sin lograr con ello una articulación, los espacios para las diversas actividades que dan sustento al quehacer científico, académico y profesional de la comunicación, mismas que están objetivadas a través de sus respectivas prácticas.

Los modos y grados de articulación del campo académico (entre las prácticas de “investigación”, “profesionales” y de “formación de profesionales”, que a su vez se estructuran en subcampos científicos, profesionales y educativos), sirven como parámetro de contrastación externa de la estructuración consistente del campo académico, al proporcionar indicios de su “ajuste” a las condiciones de desarrollo de las prácticas (y las agencias) sociales que toma como objetos, y en consecuencia, al otorgar reconocimiento y legitimidad en grados variables a las prácticas académicas institucionalizadas de manera diferencial. (Fuentes, 1998, pp. 70-71)

El hacer un recorrido sobre la historia del campo de la comunicación, para efectos de este trabajo, nos invita a ubicarnos en dos escenarios, que sin el propósito de ser determinista, han marcado fuertemente sus fronteras: el subcampo educativo y científico. A pesar de que en sus inicios la vinculación entre ambos permitió que se establecieran las pautas para la configuración del campo, poco a poco fueron creciendo los vacíos que, hasta la fecha, impiden su complementación.

Por un lado el desarrollo y origen de las escuelas de comunicación, proceso que da inicio a finales de la década de los cuarenta cuando se funda la primera escuela de periodismo en México. En este contexto se plantea lo que se conocería como los modelos fundacionales (Fuentes, 1997), modelos curriculares (Gargurevich, 2001), o modelos de formación que también plantea Cantarero (2002-2003); mismos que fueron marcando referentes formativos y profesionales sobre el ser y hacer del periodista y del comunicador.

Por otra parte, en la década de los setenta inicia, de manera organizada, la configuración académica del campo (Galindo, 2004), enmarcada por cruces ideológicos, políticos y sociales, en un escenario sociocultural complejo.

La investigación académica de la comunicación emergió en los años setenta en alguna universidad como un proyecto articulado por la utopía; atravesó la crisis de los años ochenta sentando paradójicamente las bases de su institucionalización, y enfrenta, en los noventa, los retos de su consolidación como práctica académica profesionalizada y legitimada. (Fuentes, 1997, p. 28)

Es a mediados de la década de los ochenta, principios de los noventa cuando se da el despliegue acelerado de escuelas de comunicación y aunado a ello, pero construyendo su propia historia, la investigación empieza a establecer sus propios referentes, y su propio proceso de estructuración y consolidación, esto a partir de los programas de posgrado y redes de investigación.

En 1976 nace CONEICC, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. Y en 1979 nace AMIC, la Asociación Mexicana de Investigadores de las Ciencias de la Comunicación. Y ahí empieza otra historia y se continúa la anterior. El movimiento de institucionalización va más allá de esta etapa hasta nuestros días (...) Con este elemento de reconfiguración el mundo académico de la comunicación se hace visible para sí mismo, e inicia un largo camino de visibilidad hacia el exterior (...). (Galindo, 2004)

A manera de provocación: un primer acercamiento a la producción académica sobre la formación de comunicadores

La presente propuesta se inscribe precisamente en el reconocimiento de estos dos referentes constitutivos del campo: la formación y la investigación.

Por una parte la investigación considerada como una práctica social cuya finalidad es la producción de conocimiento, y que en sí misma es “una práctica sociocultural y comunicacional determinada histórica y estructuralmente” (Fuentes, 1994, p. 64), la cual se encuentra inmersa en condicionamientos y mediaciones sociales, culturales, económicas, entre otras (Sánchez, 1995). Así como la formación profesional, inmersa en un proceso de enseñanza-aprendizaje el cual de acuerdo con Chávez, Covarrubias, Gómez, Rocha, Uribe y Zermeño (2008), refiere a un sistema complejo en el cual se generan múltiples canales de interacción entre los diversos actores principalmente profesores y alumnos. Todo proceso de formación implica el reconocimiento de una disciplina, los conocimientos teórico-metodológicos y la apropiación de saberes objetivados en diversas prácticas profesionales.

La ampliación de la exigencia social de satisfactores informativos y comunicacionales, el desarrollo acelerado de los medios de difusión, el surgimiento de nuevas tecnologías, la incorporación del creciente número de egresados a nuevas prácticas y ámbitos de ejercicio profesional son sólo algunos de los factores que inciden directamente en la urgente necesidad de revisar nuestra concepción académica de la profesión. (Chávez *et al.*, 2008, p. 364)

Es en este contexto se desarrolla el estado del arte que se presenta a continuación, el cual tiene la finalidad de dar cuenta de la producción académica sobre la formación de comunicadores, generada en los primeros quince años del siglo XXI. En una primera revisión (Muriel, 2009, 2015) se documentó la discusión en torno a la formación de comunicadores durante la década de los ochenta hasta el 2010. De los 64 documentos analizados, mismos que fueron seleccionados tras la revisión del catálogo de Documentación en Ciencias de la Comunicación (CC-DOC), se pudieron identificar artículos de revistas especializadas en comunicación o áreas afines, reportes de investigación, capítulos de libros, libros y tesis; todos ellos publicados

en distintos medios de divulgación como: Diálogos de la Comunicación (FELAFACS), *Revista Mexicana de Comunicación* (Fundación Buendía), Chasqui (CIESPAL), *Signo y Pensamiento* (Universidad Javeriana), revista electrónica *Razón y Palabra* (ITESM Campus Estado de México), así como *Cuadernos de la AMIC* (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación) y *Cuadernos de Comunicación* (editados por Comunicología Aplicada de México) (Muriel, 2009, 2015).

Cuadro 1. Producción académica sobre formación de comunicadores

Tipo de producción / Año	1980-1989	1990-1999	2000-2010
Artículos	9	13	8
Capítulos de libro	3	15	6
Libros	2	5	1
Tesis	0	2	
Total	14	35	15

Fuente: Elaboración propia (Muriel, 2009-2015).

La revisión, sistematización y análisis permitió, en ese primer acercamiento, reconocer los aportes de la investigación al tema de la formación profesional de comunicadores. En este sentido, durante la década de los ochenta, época en la cual se da el crecimiento acelerado de ofertas educativas en comunicación y periodismo, la reflexión y discusión generada permite dar cuenta del interés por plantear los criterios básicos para la enseñanza, así como la reflexión sobre el qué se quería formar y para qué.

Entre los temas de mayor interés se pudieron identificar los siguientes:

1. Análisis relacionados con la planeación y diseño curricular.

2. Estudios descriptivos sobre los procesos de revisión de planes de estudios en algunas Universidades del país.
3. Acercamientos al tema de la formación y las tecnologías de la información.

No obstante, es en la década de los noventa cuando la producción se diversifica, destacando documentos que abordaban las siguientes temáticas:

1. Análisis sobre los nuevos escenarios profesionales.
2. El papel de la institución educativa en la definición de perfiles profesionales emergentes.
3. Estudios sobre los procesos y demandas de la formación, así como propuestas de configuración de nuevos saberes y prácticas.
4. Propuestas de diseño de planes de estudio.
5. Se visualiza una tendencia de estudios sobre la crisis que enfrentaba y enfrenta la formación.
6. El papel de las tecnologías de la información en la formación profesional.

Estos estudios permitieron dar cuenta de los referentes a partir de los cuales se habían configurado los modelos de enseñanza en el campo de la comunicación y, aportaron elementos para analizar la formación desde conceptos básicos como: currículo, proceso de enseñanza, relación enseñanza-mercado laboral-práctica profesional (Muriel, 2009, 2015).

La formación de comunicadores en los albores del siglo XXI

Ahora bien, qué estado guarda la producción académica sobre la formación de comunicadores en la época actual: 2000-2015. Primeramente y como resultado de la revisión de 48 textos² (31 artículos y 17 capítulos de libros) se pudieron identificar cinco ejes temáticos que agrupan los diferentes textos desarrollados durante el periodo señalado.

Cuadro 2. Ejes temáticos

Experiencias sobre diseño curricular
Análisis de la oferta educativa
Trayectorias sobre el desarrollo del subcampo educativo
Formación profesional en el contexto de las TIC
Retos y perspectivas

Fuente: Elaboración propia.

Cada uno de estos ejes está conformado por trabajos realizados en diversos contextos, los cuales definitivamente aportan experiencias específicas que permiten en algunas circunstancias la generalización.

Experiencias sobre diseño curricular

Entre los aportes más significativos que ha dado la investigación a esta área, encontramos los trabajos que abordan, como estudio de caso, los procesos

² Una primera búsqueda fue a través del catálogo de Documentos de Ciencias de la Comunicación (CCDOC), posteriormente y tras la clasificación temática se procedió a la obtención de los textos en formato digital. Cabe destacar que no todos han sido documentados en este trabajo dado que no se pudieron obtener física ni digitalmente.

de reestructuración de los planes de estudios. En este sentido García, Peñalosa y Martínez (2009) en “El modelo educativo de la universidad como estructura fundamental de la enseñanza de la comunicación” plantean los fundamentos teóricos que dan sustento al modelo educativo de la institución, haciendo especial énfasis en cómo a partir de los postulados institucionales, se configura el plan de estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. De acuerdo con los autores, el aspecto fundamental en la formación de los estudiantes de Cuajimalpa, es el dominio y aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en distintas áreas como: comunicación organizacional, comunicación política, comunicación y divulgación de la ciencia y comunicación educativa.

Otro proyecto de reestructuración curricular documentado es el de González, León y Serrano (2006) quienes plantean en el artículo “La formación en comunicación en Tijuana: apuntes sobre un modelo de plan de estudios de la licenciatura en comunicación de la UABC, Tijuana”, los elementos contextuales, disciplinares y profesionales para el diseño e implementación de un plan de estudios basado en un modelo por competencias. Los autores resaltan la importancia de reflexionar sobre la formación en un contexto específico como es el de la zona fronteriza. Ello llevó a un análisis sobre el contexto sociocultural, las dimensiones políticas e institucionales de la universidad, así como la realización de un diagnóstico sobre las dimensiones internas (alumnos y profesores) y externas (egresados y empleadores), a partir del cual se pudieron plantear las bases para el modelo educativo a implementar.

En este mismo eje, se ubica el texto “Mirada al campo académico de la comunicación desde el diseño curricular de la licenciatura en comunicación

y periodismo de la Universidad de Colima” en el cual los autores Chávez *et al.* (2008) realizan un recuento del proceso que se siguió para llevar a cabo la sexta reforma al plan de estudios de los programas de la Facultad de Letras y Comunicación. Al igual que los documentos anteriores, las autoras y los autores de este texto, documentan las diez fases que les permitieron diseñar la nueva propuesta.

Parte importante en la implementación de un plan de estudios es el trabajo de diseño y administración de una institución educativa, ambos aspectos dan soporte y permiten la operacionalización de los objetivos planteados para efectos de la formación profesional. Es en este sentido que Cardona (2003) en el artículo “Diseño y administración de la carrera de comunicación en una universidad privada de la Ciudad de México. Universidad Intercontinental”, expone el análisis realizado sobre el mercado educativo y laboral, para posteriormente plantear la propuesta para el diseño del plan de estudios.

El diseño de la carrera tiene que responder a los principios que rigen a la Institución, a la demanda laboral, a las posibilidades reales de la Universidad, al perfil de los alumnos, a las características de la planta docente, pero también a la propuesta académica que el grupo directivo desee lanzar como medio de trabajo, como parte de una responsabilidad ética de quien se dedica a la formación de profesionistas. (Cardona, 2003, p. 349)

El documentar experiencias sobre el diseño y reestructuración de planes de estudio, ha estado presente en la producción académica generada a partir de los ochenta hasta la actualidad, no obstante son pocos los trabajos que han sido divulgados. En muchas ocasiones, al ser documentos institucionales, estos son resguardados en las áreas administrativas y/o académicas de las universidades.

Análisis de la oferta educativa

Uno de los temas que cada vez está teniendo mayor presencia en los estudios sobre formación profesional, es el de la comunicación organizacional, en “La formación profesional del comunicador organizacional: un análisis comparativo de planes de estudio”, Paz (2004) hace un comparativo del plan de estudios de la Universidad Autónoma de Baja California con otras universidades, con la finalidad de encontrar elementos comunes que permitan establecer la tendencia formativa sobre esta área de conocimiento. Otros autores que han hecho aportes a la discusión son Nosnik, Rincón y Sierra (2005).

Autores como Fuentes (2005) aportan a este eje un análisis sobre la oferta de programas de comunicación en México, en donde a partir del estudio de las diversas denominaciones otorgadas a los programas de comunicación que se imparten en el país, hace una reagrupación que permitió identificar un modelo con un núcleo central: Ciencias de la comunicación; y cinco núcleos periféricos: Periodismo, Diseño, Publicidad, Relaciones Públicas y Educación.

La reagrupación de los datos permite sostener que a pesar de la existencia de 56 denominaciones diferentes para la carrera de “ciencias de la Comunicación” en México, hay una tendencia fuerte hacia la unificación, pues 67.9 % de los programas detectados, que atienden al 66.5% de los estudiantes (es decir, más de dos tercios del conjunto), queda claramente centrado en el “núcleo central” (Fuentes, 2005, p. 25).

Otro trabajo que da cuenta de un panorama amplio sobre la enseñanza de la comunicación es “México, fragmentación de la oferta educativa” en el cual Rebeil (2009) hace un diagnóstico de los procesos de enseñanza que se llevan a cabo en 74 escuelas de comunicación en el país, y a partir

de ello, analiza las tendencias actuales de la formación. Este trabajo forma parte de un proyecto más amplio convocado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) denominado *Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe*, en el cual participaron las cinco regiones que conforman la FELAFACS. Cabe resaltar la serie de interrogantes que plantea la autora a manera de provocación para seguir buscando respuestas al vertiginoso desarrollo de la comunicación y su impacto en los procesos de formación.

A partir de este mismo estudio, Rebeil, Arévalo y Moreno (2013), en el artículo intitulado “Perspectiva de los programas educativos de comunicación y periodismo de América Latina” presentan un análisis empírico en el cual comparan los planes de estudio de licenciaturas en Comunicación y Periodismo que se ofrecen en América Latina. Entre los resultados obtenidos se puede observar:

- 1) La misión de las escuelas y facultades, entre las que se destacan: las habilidades profesionales, la mejora de la sociedad y la investigación.
- 2) Las áreas de conocimiento en donde se privilegia por su frecuencia: el periodismo, la comunicación, humanidades, enseñanza de la investigación y análisis del contexto.
- 3) Las áreas de especialidad que a partir del análisis de contenido de los planes de estudio se pudieron identificar: producción de medios y comunicación organizacional. (Rebeil, Arévalo y Moreno, 2013, pp. 99-103)

Trayectorias y desarrollo del subcampo educativo

Entendiendo las trayectorias como los recuentos históricos enmarcados en un tiempo y espacio determinado, Hernández (2004) plantea en el texto “La formación universitaria de periodistas en México”, una reconstrucción de la trayectoria de la enseñanza del periodismo en México, desde el origen de las escuelas de comunicación, el crecimiento acelerado de ofertas educativas, la población estudiantil y los egresados, las orientaciones predominantes en las escuelas, la distribución de los programas educativos, para concluir con una reflexión sobre el lugar que ha tenido la enseñanza del periodismo en la formación profesional universitaria.

(...) como se ha señalado, la enseñanza del periodismo en México no ha obedecido ni a un modelo de formación de periodistas, ni a un perfil profesional deseable, en el sentido de que mantiene la ambigüedad o polivalencia de las ofertas educativas. No obstante es ilustrativo saber que en los planes de estudio las asignaturas relacionadas específicamente con el periodismo son muy escasas, y además es vigente uno de los reproches más fuertes que hacen los periodistas a estas escuelas: muy pocos de los maestros que enseñan periodismo lo ejercen o lo han ejercido, y algunos ni siquiera conocen una sala de redacción. (Hernández, 2004, p. 132)

Uno de los autores que ha aportado un gran número de reflexiones en torno al campo de la comunicación y, en este caso, sobre la formación de profesionales, es Jesús Martín Barbero; en este sentido, Martínez (2005), en “Historia, crítica y propuesta de renovación. Las escuelas de comunicación según Jesús Martín Barbero”, presenta un acercamiento a las distintas reflexiones sobre la historia de las escuelas de comunicación en Latinoamérica, así como las críticas y propuestas que Martín Barbero ha expuesto en diversos espacios y publicaciones.

Tratando de agrupar trayectorias, Ortiz (2009), en “La enseñanza de la comunicación en la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California, 1986-2006”, realiza toda una reseña sobre la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UABC, haciendo especial énfasis en los actores del proceso educativo: profesores y alumnos; y en tres de las actividades que toda universidad debe incentivar: la investigación, extensión y vinculación. De igual forma Méndez y Espinoza (2009), en “El subcampo profesional de la comunicación en Mexicali. Una visión desde las prácticas periodísticas y organizacional”, y Muriel (2011), en “La formación y práctica profesional del comunicador en Querétaro”, plantean respectivamente, un análisis retrospectivo sobre dos prácticas en específico: periodismo y comunicación organizacional; y un primer acercamiento al subcampo educativo y profesional de la comunicación, en donde se da cuenta del desarrollo histórico de las escuelas que ofrecen licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y Periodismo, así como los perfiles profesionales que las instituciones educativas están privilegiando: periodismo, medios audiovisuales, comunicación organizacional y comunicación social.

En este mismo orden de ideas pero en un contexto más amplio, Punín y Muriel (2013), a partir de un esquema cronológico, reseñan el origen y desarrollo de la formación de comunicadores y periodistas en México y Ecuador.

Las trayectorias particulares o con un fundamento más generalizado permiten reconocer los avances, aciertos y desaciertos que ha implicado emprender proyectos de formación, sin duda insumo importante al momento de plantearse el interés por reconocer el desarrollo del subcampo educativo de la comunicación.

Formación profesional en el contexto de las nuevas tecnologías

Sin duda uno de los temas que empezó a tener relevancia al momento de analizar el estatus de la formación profesional en el campo de la comunicación, es el de las TIC. Por un lado se ha generado toda una discusión en torno al uso de las TIC en el ámbito educativo; por otro lado el tema de las redes sociales ha dado pauta para que se empiece a plantear el andamiaje teórico que permita entender y explicar los cambios generados a partir de la llamada convergencia y cultura digital.

La presencia de las TIC ha modificado muchas estructuras sociales en donde se demandan nuevas destrezas, habilidades y conocimientos que permitan su uso para favorecer el desarrollo de los sujetos en distintos entornos, en este sentido, la formación profesional de comunicadores, ante el panorama de las TIC, enfrenta un reto importante, mismo que ha sido estudiado por autores como Benassini (2001), García y Andi3n (2004), entre otros, quienes plantean la importancia de analizar el campo social a la luz de la dinámica de las TIC, para así repensar las necesidades académicas y profesionales que actualmente requieren los profesionales de la comunicaci3n.

Retos y perspectivas

El 3ltimo eje sobre el cual versa parte de la producci3n acad3mica generada en los 3ltimos quince a3os, es precisamente el de los retos que enfrenta la comunicaci3n en el 3mbito educativo y profesional. Muchos son los an3lisis que han permitido dar pautas significativas para comprender la estructuraci3n del campo.

Entre los investigadores que han llevado a las mesas de discusión y reflexión el tema sobre los retos, desafíos y perspectivas de la formación de profesionales de la comunicación encontramos a Fuentes (2001, 2002, 2005), Crovi (2002) y Chong (2008), quienes han planteado algunos desafíos, los cuales parecen vigentes a la luz de la revisión de la producción académica generada:

1. La importancia de regresar al análisis de la formación profesional, pero desde una perspectiva ética que conlleve a la renovación del proyecto social de la formación de comunicadores (Fuentes, 2001).

Hay fuertes razones para hacerlo desde una dimensión que a pesar de estar presente invariablemente en los discursos y debates al respecto desde hace varias décadas en el campo, no parece haberse consolidado como fundamento efectivo de las variadas y complejas prácticas universitarias involucradas, sobre lo que ha pesar de los esfuerzos desarrollados, hay muy poco conocimiento sólido disponible: aún no sabemos dar cuenta de los procesos de formación de comunicadores. (Fuentes 2001, p. 23)

2. Repensar el curriculum:

Que delimita los procesos de formación de muchos de los profesionales de ese campo, y establece los parámetros académicos para la comprensión de las prácticas de la comunicación y sus relaciones con otras prácticas y sistemas sociales. De ahí su carácter de mediación de un proyecto social. (Fuentes, 2002, p. 59)

3. Reconsiderar el carácter de las universidades como instituciones sociales (Fuentes, 2005).

Pensar un proyecto formativo para los comunicadores universitarios, es un reto que exige la recuperación práctica y crítica de la universidad como instancia social para la educación superior, una institución capaz de actuar al mismo tiempo como agente político y como espacio reflexivo donde

sea posible la formación de ciudadanos-profesionales o profesionales-ciudadanos que incidan en la transformación estructural de la sociedad. (Fuentes, 2005, p. 75)

4. Reflexión profunda y crítica sobre la vinculación educación-trabajo (Crovi, 2012).

En la revisión de los programas educativos es imprescindible una reconsideración de los supuestos básicos sobre las profesiones de la comunicación, que va más allá de las condiciones del mercado. (Chong, 2008)

5. Considerar el contexto actual en el que se da la formación de comunicadores (Chong, 2008).

6. Ante la necesidad de repensar qué estamos formando, cómo estamos formando y para qué estamos formado comunicadores y periodistas, es un hecho que debemos voltear la mirada hacia los actores del proceso de formación: profesores y alumnos.

Discusión no agotada

Si bien la producción académica sobre el tema no ocupa el primer lugar en los intereses de la investigación generada en el campo de la comunicación, sí mantienen una presencia constante. Investigar, documentar, reseñar y analizar las experiencias sobre la formación y la práctica profesional de comunicadores no es un tema menor. Los aportes han sido significativos aunque hace falta identificar convergencia entre los trabajos que llevan a una dimensión completamente teórica la discusión, y los que plantean evidencias empíricas sobre los diversos procesos formativos. En la medida que logremos mirarnos a través de estos dos espejos, podremos construir

trayectorias, distintas dados los contextos en los cuales están inscritos los proyectos educativos, pero convergentes en la argumentación disciplinar.

Este trabajo, que no pretende ser exhaustivo -los estados del arte nunca tienen un fin-, sí tiene la intención de dar cuenta del quehacer y devenir del subcampo educativo de la comunicación.

Referencias

- Cantarero, M. (2002-2003). Plano General: Formación de Comunicadores Sociales. Modelos Curriculares, Ostracismo Académico, Rutas Sociales y Esperanza. *Revista Electrónica Razón y Palabra*, (30). Recuperado de <http://razonypalabra.org.mx>
- Cardona, D. (2003). Diseño y administración de la carrera de comunicación en una universidad privada de la Ciudad de México. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (10), 333-352.
- Chávez, M. G., Covarrubias, K. Y., Gómez, E., Rocha, A., Uribe, A. B. y Zermeño, A. I. (2008). Mirada al campo académico de la comunicación desde el diseño curricular de la licenciatura en comunicación de la Universidad de Colima. En Chávez, M.G. y Karam, T. (Coords.), *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica* (pp. 361-429). México: Universidad de Colima / Editorial Praxis.
- Chong, B. (2008). Los retos en la formación de los comunicadores en México, *Códigos*, 1(1), 16-23.
- Crovi, D. (2002). Los periodistas como intelectuales. Retos y perspectivas de su formación profesional. *Animus, Revista Interamericana de Comunicação Mediática*, 1(1), 107-126.
- Fuentes, R. (2005). La configuración de la oferta nacional de estudios superiores

- en comunicación. Reflexiones analíticas y contextuales. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (12), 15-40.
- Fuentes, R. (2005). La universidad como instancia educativa y la comprensión de la comunicación como proyecto social. *Comunicação e Sociedade*, (44), 69-84.
- Fuentes, R. (2002). Re-pensar el currículum en Comunicación como mediación de un proyecto social. *Animus, Revista Interamericana de Comunicação Mediática*, 1(1), 57-67.
- Fuentes, R. (2001). La renovación del proyecto social de la formación universitaria de profesionales de la comunicación. *Renglones*, (48), 23-33.
- Fuentes, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/Universidad de Guadalajara.
- Fuentes, R. (1997). Campo académico de la Comunicación: Desafíos para la construcción de futuro. *Signo y Pensamiento*, (31), 41-50.
- Fuentes, R. (1994). La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones. En Galindo, J. y Luna, C. (Coords.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva* (pp. 45-78). México: ITESO/CNCA.
- Galindo, J. (2004). *Hacia una comunicología posible en México. Notas preliminares para un programa de investigación*. Material de trabajo del Seminario hacia una comunicología posible, Red de Estudios en Teoría de la Comunicación. Recuperado de www.oocities.org/seminariocomunicologia_archivo/lecturagalindo02.htm
- García, C., Peñalosa, E. y Martínez, R. (2009). El modelo educativo de la universidad como estructura fundamental de la enseñanza de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 6(10), 124-135.
- Gargurevich, J. (2001). *Qué periodismo y cómo enseñarlo: una reflexión urgente*.

Recuperado de [http:// www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org).

- González, D., León, G., y Serrano, A. (2006). La formación en comunicación en Tijuana: apuntes sobre un modelo de plan de estudios de la licenciatura en comunicación de la UABC, Tijuana. *Anuario de Investigación CONEICC*, (13), 429-441.
- Hernández, M.E. (2004). La formación universitaria de periodistas en México. *Comunicación y Sociedad*, (1), 100-138.
- Martínez, S. (2005). Historia, crítica y propuesta de renovación. Las escuelas de comunicación según Jesús Martín Barbero, *Anuario de investigación de la Comunicación CONEICC*, (12), 129-166.
- Méndez, H., y Espinoza, S. (2009). El subcampo profesional de la comunicación en Mexicali. Una visión desde las prácticas periodísticas y organizacional. En Méndez y Vizcarra (2009), *Huellas compartidas. Ensayos sobre el Campo Académicos de la Comunicación en Baja California* (pp. 81-98). México: UABC-Gobierno del Estado de Baja California.
- Muriel, V. (2015) *La divulgación científica sobre la formación de comunicadores en México*. Ponencia presentada en el XXVII Encuentro Nacional AMIC, Querétaro, México.
- Muriel, V. (2011). La formación y práctica profesional del comunicador en Querétaro. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (18), 193-207.
- Muriel, V. (2009). La discusión en torno a la formación de comunicadores en México: Una revisión documental. *Documentos de trabajo del Centro de Estudios de la Comunicación*, (6), 38-51. Recuperado de <http://www.icei.uchile.cl/centro-de-estudios-de-la-comunicacion/articulos-academicos/57246/documentos-de-trabajo-n-6-primavera-de-2009>
- Nosnik, A., Rincón, J. A., y Sierra, M. (2005). La investigación de la comunicación organizacional en México. En Lozano, J.C. (Ed.), *La comunicación en*

México: diagnóstico, balances y retos (pp. 327-367). México CONEICC/ITESM.

Ortiz, M. (2009). La enseñanza de la comunicación en la Facultad de ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California, 1986-2006. En Méndez, H. y Vizcarra, F. (Coords.). *Huellas compartidas. Ensayos sobre el campo Académico de la Comunicación en Baja California* (pp. 17-52). México: UABC/Gobierno del Estado de Baja California.

Paz, G. (2004). La formación profesional del comunicador organizacional: un análisis comparativo de planes de estudio. En L. Martell (Coord.), *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004* (pp. 445-460). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Punín, M. I. y Muriel, V. (2013). Algunos apuntes históricos: la formación de comunicadores y periodistas en México y Ecuador. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (20), 83-94.

Rebeil, M. A., Arévalo, R. I. y Moreno, M. (2013). Perspectiva de los programas educativos de comunicación y periodismo en América Latina. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, (20), 95-114.

Rebeil, M. A. (2009). México: fragmentación de la oferta educativa. En *Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe* (pp. 69-87). UNESCO-FELAFACS.

Sánchez, R. E. (1995). La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades. En Galindo, J. y Luna, C. (Coords.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva* (pp. 79-91). México: ITESO/CNCA.

Mirada y voz sobre la importancia de la investigación en la enseñanza de la comunicación en la Universidad de Colima, México

Ma. Guadalupe Chávez Méndez¹
Armando Castañeda Morfín²
Beatriz Paulina Rivera Cervantes³

Introducción

En su momento, Carlos Luna (1995a) analizó la situación pedagógica que enfrenta la enseñanza de la comunicación y la planteó como un problema de investigación emergente dentro del campo académico de la comunicación, entendido éste como “conjunto de instituciones de educación superior

1 Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Colima, UCOL. Profesora e investigadora de la UCOL. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel I, CONACYT. lupita_chavez@uocol.mx

2 Maestro en Pedagogía por la Universidad de Colima, UCOL. Profesor e investigador de la UCOL. acastamor@gmail.com

3 Maestra en Educación por la Universidad Autónoma de Guadalajara. Directora de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, UCOL. riverap@uocol.mx

destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación” (Vasallo, 2005, p. 44). Con base en ello, se podría entender que dentro del campo de la comunicación se encuentran intrínsecamente relacionados tres subcampos definidos de manera particular por las prácticas que en cada uno de ellos se desarrollan: el de producción (investigación), el de reproducción (docencia) y el profesional (aplicación del conocimientos). Planteamiento coincidente con lo analizado por Raúl Fuentes, estudioso del campo académico de la comunicación, quien señala tres modalidades de prácticas académicas: “las prácticas de producción del conocimiento (cuyos agentes son los que conforman la investigación académica), las prácticas de reproducción del conocimiento (la formación universitaria) y las prácticas de aplicación del conocimiento (el ejercicio profesional)” (Fuentes, 1998, p. 68).

En ese sentido, entonces, queda claro que las instituciones (escuelas, facultades e institutos) académicas de comunicación, tengan como objetivo principal la formación de estudiantes con las prácticas reconocidas y comunes que respondan a su perfil académico, formativo y profesionalizante, y de manera idónea, con aquellas prácticas vinculadas con la investigación académica, enfatizándose en la reproducción del conocimiento y no en la producción del mismo (Macías y Cardona, 2008).

Por lo anterior, se puede observar que las prácticas de producción de conocimiento están vinculadas con todo lo relacionado al ejercicio de la investigación.

Carlos Luna (1995a) considera pertinente ubicar a la investigación como una práctica de enseñanza importante en el proceso formativo del profesional en comunicación, a tal grado, que la integró dentro de los cuatro ejes o áreas

del terreno pedagógico que comprendía: las relaciones de la enseñanza de la comunicación en el mercado de trabajo, el diseño curricular y los planes de estudio, la insuficiencia de los recursos (humanos, técnicos y documentales) así como el tema que nos convoca: la importancia de la investigación en la enseñanza de la comunicación.

La gran pregunta que nos hacemos consiste en comprender ¿cuál es la importancia que ha tenido la investigación en el perfil formativo del profesional de la comunicación? Derivándose de este planteamiento, el objetivo general de este trabajo que radica en conocer la importancia conferida a la investigación en la formación del perfil que ha definido históricamente al profesional de la comunicación a partir de dos vertientes analíticas: la representación social de los estudiantes y la interpretación del pensamiento de algunos estudiosos del campo académico de la comunicación.

En lo específico nos preguntamos: ¿qué piensan los estudiantes sobre el papel de la investigación en su formación profesional como comunicadores?, ¿cómo entienden la carrera que estudian y la profesión que aspiran ejercer?, ¿qué importancia le conceden y qué utilidad le encuentran a la investigación como componente de su plan de estudios? y, en todo caso, ¿cuáles significados ponen en juego los estudiantes a la hora de pensar su carrera y la forma en que experimentan la investigación en su proceso formativo?

Para responderlas se diseñaron dos objetivos particulares: Interpretar el sentido que tiene para los estudiantes la presencia de la investigación en su proceso formativo como licenciados en comunicación; y conocer qué se enuncia en el discurso expresado al respecto por expertos del campo académico de la comunicación.

Luna (1995b) reconoce que la investigación se ha venido generalizando como objeto de aprendizaje prácticamente en todos los planes de estudio

de las escuelas de comunicación, y el caso de la Universidad de Colima no es la excepción. Advierte de la problemática acerca de “la insuficiente claridad sobre las articulaciones posibles y deseables de la investigación con la enseñanza profesional de la comunicación” (p. 150).

El mismo autor señala que, en el ámbito nacional, entre los principales desafíos relativos al papel de la investigación en la formación de comunicadores, es posible identificar los siguientes: poca correspondencia entre las prescripciones curriculares sobre la formación para la investigación y la percepción de los estudiantes al respecto; desarticulación de la investigación en relación a los demás componentes de la formación; desinterés de los estudiantes para apropiarse de la investigación como herramienta de y para su formación profesional; y poca claridad entre los estudiantes sobre la utilidad de la investigación en la formación académica del comunicador y en el ejercicio de la profesión.

Es claro que tales problemas se presentan con variadas diferencias y similitudes en los diferentes contextos particulares en que se analice el papel de la investigación en la formación de comunicadores.

Más allá de lo que se prevé en los planes y programas, se busca hacer una aproximación al sentido, la importancia y la utilidad de esta área formativa a partir de la mirada de los alumnos que son, en última instancia, en quienes se logran en mayor o menor medida las intenciones educativas plasmadas en el currículo.

Cabe señalar que hasta ahora, en el contexto particular en que se inscribe este trabajo, la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, no se han realizado estudios

a profundidad sobre el área de formación relacionada con la investigación en los distintos planes de estudio que ha tenido la carrera de comunicación. También es cierto que los procesos y prácticas orientados a la formación y desarrollo de los saberes y competencias de investigación no han sido revisados a la luz de las previsiones académicas del currículo ni a partir de la significación que tienen para los distintos actores de la comunidad escolar, menos aún en relación con el sentido y utilidad en el ejercicio profesional de los egresados. Estos aspectos constituyen, sin duda, temas y posibles problemas de investigación relevantes que podrían ser atendidos.

De tales posibilidades, en este trabajo se intenta contribuir a la comprensión de una de las dimensiones centrales de esta problemática, ya que se trata de hacer un acercamiento sistemático a las representaciones sociales⁴ de los estudiantes de comunicación acerca de la investigación en su proceso de formación profesional. Esto supone tratar de comprender las percepciones, significados, actitudes y valoraciones que los estudiantes construyen en relación a su carrera en general y la investigación en particular. Razón por la que diseñamos una estrategia teórica y metodológica de tipo cualitativa y con enfoque fenomenológico al implementar la técnica del grupo de discusión.

Para responder nuestras inquietudes decidimos estructurar nuestra exposición en cuatro apartados: Antecedentes, perspectiva teórica y metodológica, resultados y conclusiones.

⁴ Este concepto, desarrollado por Serge Moscovici en 1961 para formular su teoría de las representaciones sociales, se refiere a las producciones mentales colectivas que les permiten a las personas y grupos apropiarse de las cosas y los acontecimientos de la vida cotidiana, a partir de elementos de carácter social y de naturaleza simbólica como las imágenes, los valores, las informaciones, las actitudes, las opiniones y las creencias, que enfatizan la importancia de los significados y la actividad interpretativa de los sujetos (Moscovici, 1986).

Antecedentes: una mirada al contexto situacional de la inserción de la investigación en la formación de comunicadores

La formación universitaria de comunicadores surgió formalmente en la segunda mitad del siglo XX, cuando la hoy denominada sociedad de la información y la comunicación empezaba ya a perfilarse en el mundo, en América Latina y en México.

Los estudios universitarios en el campo de la comunicación iniciaron en nuestro país en el año de 1960, a raíz de la apertura de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana. Buscaban cubrir un vacío profesional a través de un egresado dotado de una formación intelectual y humanista que pusiera sus conocimientos al servicio de los medios de difusión colectiva (Benassini, 1996).

Veinte años después, en 1980, cuando había en México 33 escuelas de comunicación con una población total estimada en más de 10 mil estudiantes, surgió en Colima la entonces Escuela de Letras y Comunicación con un proyecto de formación profesional que se denominó Licenciatura en Literatura y Comunicación (Universidad de Colima, 1994).

Es decir, se trata de una carrera de reciente incorporación al espectro de carreras universitarias con 65 años de existencia formal en México y más de un tercio de siglo en Colima, que refiere a un campo educativo, una disciplina académica y una profesión que aún hoy en día están en proceso de consolidación, precisamente por el poco tiempo transcurrido en comparación con otras opciones de estudios universitarios de fuerte tradición.

Desde mediados de los ochenta, muchas de las escuelas de comunicación intentaron dejar atrás el teoricismo y se encaminaron a dar una formación

de tipo practicista, más instrumental y técnica, con menos peso de la teoría y el análisis. Lo que ha requerido esta formación no es la aplicación de un modelo humanista, racionalista o crítico, sino un re-posicionamiento del enfoque tecnicista, caracterizado por la fragmentación de las disciplinas y los saberes, por la inclinación a la especialización y por enfatizar la tendencia a valorar las técnicas de aprendizaje y el desarrollo de saberes instrumentales (Martín Barbero, 1990; Fuentes, 2001).

Actualmente predomina la orientación a formar comunicadores productores de medios y mensajes, especialistas y técnicos en razón de los requerimientos del mercado por encima de las aspiraciones anteriores de formar intelectuales humanistas y científicos sociales críticos.

La investigación en el campo académico de la comunicación

El papel de la investigación como un componente fundamental en la formación de comunicadores ha sido objeto de atención y análisis al menos desde hace tres décadas, tiempo en el que distintos profesionales de la comunicación han apostado al compromiso serio con la investigación y su relación con la enseñanza profesional (Luna, 1995; Fuentes, 2001; Martín Barbero, 1990; Pineda, 2002 y Rizo, 2004).

Carlos Luna (1995a) considera que la reproducción de las comunidades científicas es competencia del nivel de doctorado y de que las exigencias de la investigación implican el desarrollo de ciertas competencias especializadas que superan los alcances de una carrera profesional. Por ello, se cuestiona sobre el sentido, las finalidades y el tipo de investigación que cabe realizar en las escuelas de comunicación.

A su vez, el autor plantea que aunque el nivel de licenciatura no es el espacio para la formación de investigadores, se reconoce la importancia que esta práctica formativa tiene en el ejercicio profesional de los comunicadores, en tres orientaciones: *investigación para la planeación*, como base para la elaboración de diagnósticos de necesidades y problemas de comunicación que permitan fundamentar estrategias de intervención; *investigación para el diseño y producción de mensajes*, como recolección y organización de la información que servirá para la realización de productos comunicacionales; e *investigación para la evaluación*, como recurso de retroalimentación de la ejecución de planes de intervención comunicacional.

Este planteamiento coincide con lo expresado por Raúl Fuentes (2001), en el sentido de considerar que la investigación, antes de ser una tarea especializada, es una competencia para que el profesional de la comunicación desarrolle una postura crítica, profunda y racional ante los retos a enfrentar, tanto en su vida académica como en la personal.

De la integración de la investigación en la enseñanza de la comunicación, Fuentes propone tres orientaciones no excluyentes entre sí: *orientación académica* para “producir” un profesionista como investigador especializado; *orientación en el diseño de comunicación* en aras de un profesionista especialista en planeación o diseño de estrategias de comunicación; y *orientación profesional* con la idea de una investigación que sirve de fundamento de la práctica laboral del comunicador (Fuentes, 2001, p. 59).

En el contexto latinoamericano, una de las figuras más relevantes en el campo académico de la comunicación, Jesús Martín Barbero, ha venido sosteniendo que la enseñanza de la comunicación descansa en los ejes fundamentales de la teoría, la investigación y la producción, que el hecho de concebir los pregrados como lugar de formación del *comunicador-productor*

de comunicación, no implica abandonar ni la reflexión teórica ni dejar fuera la investigación. Plantea una investigación que ayude a que la producción responda a las necesidades sociales de comunicación y que transforme la docencia en un espacio de *experimentación social*, entendida como “una estrategia de encuentro de la escuela con la realidad comunicacional del país y la región, esto es la articulación de la docencia y la investigación a proyectos de formulación de demandas sociales y de diseño de alternativas” (Martín Barbero, 1990, p. 73).

La investigación, para Martín Barbero, es una mediación del pensamiento, entre otras, que debe ser trabajada para que el análisis y la crítica puedan vincularse creativamente al trabajo productivo del comunicador. Afirma que “existe hoy un amplio consenso en las escuelas de comunicación en torno a la necesidad de que la investigación supere el nivel de la generalidad denunciante para pasar a ser un ingrediente renovador de cómo y con quién hacer comunicación” (Martín Barbero, 2001, p. 9).

Pineda (2002) hace una revisión de los modos de enseñanza y de hacer investigación que han predominado en el campo de la formación de comunicadores en Latinoamérica. Advierte que:

Una de las principales desvirtuaciones que se ha introducido en la enseñanza de la comunicación es la tendencia a pensar que la investigación es una actividad que se puede impartir en cátedras específicas del plan de estudios y no un proceso continuo de formación y adiestramiento que debiera atravesar a lo largo de toda la carrera universitaria y en el cual debieran verse implicados todos los docentes y estudiantes por igual. (Pineda, 2002, p. 9)

Por su parte, Rizo (2004) reflexiona en torno a los conceptos básicos que hay que tomar en cuenta para pensar la pedagogía de la investigación, establece distinciones entre investigar y enseñar a investigar, así como la

importancia de que desde el ámbito de la pedagogía se analicen las estrategias de enseñanza-aprendizaje que se están poniendo en práctica en las materias relacionadas con la investigación. Advierte la necesidad de superar la idea de que enseñar metodología equivale a enseñar a investigar y considera que “la enseñanza del quehacer investigativo, por su carácter eminentemente práctico, puede ser fuente de motivación para los estudiantes de pregrado, que, no en pocas ocasiones, consideran excesivamente teórica la formación que reciben” (Rizo, 2004, p. 6). A su vez, esta autora se suma a la idea compartida con otros investigadores y profesores de que *a investigar se aprende investigando*.

Diseño metodológico

Este trabajo parte de una visión fenomenológica (Merleau-Ponty, 1997; Berger y Luckman, 1998; Schwartz y Jacobs, 1984; Marx, 1991; Weber, 2006; Goffman, 1993; Wright Mills, 1986) para mostrar las condiciones en las que se produce el conocimiento a partir del diálogo establecido entre la interpretación teórica y el referente empírico, por lo cual, se eligieron dos vertientes: las representaciones sociales (Moscovici, 1986; Jodelet, 1986; Giménez, 2005) como lupa teórica/conceptual y el uso y aplicación concreta del grupo de discusión como técnica de investigación.

En lo referente a la técnica implementada en este trabajo, mencionaremos que el grupo de discusión propicia la construcción de sentido colectivo (consenso) partiendo de una situación discursiva específica mediante la enunciación de detonadores (Ibáñez, 1992; Chávez, 2004 y 2007).

Reconocemos que esta técnica constituye un dispositivo metodológico diseñado para producir, fijar, ordenar e interpretar el discurso social común

sobre un determinado *campo semántico*⁵ en una situación de grupo, basado en la participación activa de los sujetos en una dinámica conversacional o, propiamente, discursiva (Chávez, 2004 y 2007); conviene señalar aquí que la interpretación que del discurso se hace no es más que una lectura de la realidad que se construye –como si la realidad hablara–. El análisis resulta ser un ejercicio de abstracción lógica que configura información para entender *representaciones sociales* o modos de percepción; entonces, si queremos introducirnos al estudio de los fenómenos ideológicos y de representación social, no hay nada más apropiado que el *grupo de discusión*. Si queremos captar los sistemas de representaciones simbólicas nada como una técnica que reproduce discursos (relaciones entre elementos, estructuras) como lo hace la del *grupo de discusión*.

La utilización de la técnica de grupos de discusión, cuyo carácter es eminentemente cualitativo, nos permitió incorporar “la voz de los participantes, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal y como son expresadas por ellos mismos” (Sandín, 2004, pp. 125-128). De este modo, la comprensión a profundidad de las voces –y discursos– de estos actores exige ir más allá de la mera descripción e interpretación de los datos.

En el caso de la técnica de grupo de discusión la muestra se determinó siguiendo criterios estructurales –no estadísticos–, que incluyen la forma de agrupamiento, el número y la composición de los grupos que se instrumentaron con los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación.

En este sentido, se optó por diseñar dos sesiones de grupo de discusión: una con estudiantes de 1º y 3º, que hemos categorizado como *fase inicial de*

5 Se entiende el *campo semántico* como lo propone Covarrubias (citada por Chávez, 2004, p. 111): “el centro organizador de significado que delimita el corazón de la investigación”.

formación, y otra con alumnos de 5° y 7°, que hemos denominado como *fase avanzada de formación*. Se consultaron a expertos para analizar los criterios de agrupamiento y las condiciones de homogeneidad y heterogeneidad que deben considerarse en la composición de las sesiones de grupo. El grupo lo integraron seis estudiantes, número adecuado para propiciar un escenario de diálogo y escucha grupal.

El criterio de reclutamiento fue por conveniencia e intencional: alumnos de ambos sexos que, a juicio del reclutador, se caracterizaran por ser reflexivos y con clara capacidad expresiva para hablar y comunicar sus ideas.

De esta manera, las sesiones de grupo se diseñaron y llevaron a cabo con una composición mixta, respetando la proporción de mujeres y hombres que se aprecia en la población estudiantil de la Licenciatura en Comunicación y en cada uno de los grupos, que es de dos a uno, respectivamente. Por ello, las sesiones se conformaron con cuatro mujeres y dos hombres, es decir, con dos mujeres y un hombre de cada grupo de la carrera.

También se tuvo el cuidado de que todos los participantes fueran alumnos regulares y que en cada sesión hubiera al menos dos estudiantes con alguna experiencia en proyectos de investigación en el transcurso de su carrera, preferentemente en iniciativas coordinadas por profesores de la Licenciatura en Comunicación.

La elaboración del instrumento implicó realizar un ejercicio de operacionalización de variables que sirviera de base para generar una estrategia metodológica orientada a caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en la formación de los comunicadores. Este ejercicio retoma las tres dimensiones o componentes fundamentales de una representación social: la información, la actitud y el campo de representación.

Para generar el material discursivo o conversacional que se requiere para organizar, analizar, interpretar y comprender las representaciones sociales de los estudiantes de la carrera de comunicación acerca de la investigación en su formación profesional, se elaboró un diseño operativo para realizar sesiones con la técnica de grupo de discusión. Los elementos de este diseño son:

- A) El campo semántico: el sentido de la investigación en la formación profesional de los comunicadores.
- B) Las categorías de análisis o tópicos globales, mismas que consistieron en indagar el significado de la investigación como componente curricular, como forma de enseñanza, como forma de aprendizaje, como forma de integración y articulación, así como alternativa de desarrollo profesional.
- C) Los detonadores permitieron generar discurso sobre: el ser comunicador, el significado de la investigación, la relación o sentido que tiene la investigación en su formación profesional como comunicadores, la importancia de la investigación como componente de su plan de estudios, la relación de la investigación con sus intereses académicos, la relación de la investigación con sus expectativas profesionales y sus experiencias concretas de investigación desde que entraron a la carrera.

Para el proceso de sistematización y análisis del discurso producido por ambos grupos se decidió utilizar el enfoque técnico conocido como *análisis argumentativo*⁶ porque posibilita acceder al conocimiento de las representaciones sociales de los sujetos de la investigación, a partir de lo que piensan y dicen en una situación de conversación grupal.

El procedimiento a desarrollar en el análisis argumentativo, siguiendo tres pasos del esquema de trabajo adoptado y descrito por Chávez (2004, p.

⁶ Utilizado y probado empíricamente por Galindo (1992, p. 183) y por Chávez (2004, pp. 171-312).

171), consistentes en: A) Transcripción literal del discurso conversacional producido por cada grupo; B) Calificación del texto discursivo e identificación del consenso grupal (entendido como los acuerdos a que arriban los participantes en las sesiones y que plasman en el discurso grupal); y C) A partir del consenso seleccionado en el texto se procede a la identificación de los objetos (de lo que se habla) y los predicados (qué se dice de los objetos).

Con base en la información empírica generada, se procedió a su análisis e interpretación que se expone en el siguiente apartado.

Resultados

En este apartado caracterizaremos las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en el proceso de formación profesional de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

Posteriormente, analizaremos la valoración manifestada por los estudiantes participantes en su fase de formación inicial (1° y 3°) y avanzada (5° y 7°) acerca del significado, la actitud e importancia conferida a la investigación en el contexto de la formación de los comunicadores.

El discurso del grupo de estudiantes en fase de formación inicial (1° y 3°) permitió identificar 9 objetos y 91 predicados que reflejan el sentido de la investigación como práctica formativa en su profesión de comunicadores.

La representación social del grupo respecto al significado, importancia y actitud de la investigación en su carrera pone el acento en la convicción de los estudiantes de que tienen una gran responsabilidad ante la sociedad

porque se preparan para fungir como mediadores socioculturales, como vínculo entre personas, grupos, organizaciones, gobiernos y comunidades. Consideran que su formación les permitirá poder mostrar su capacidad para diseñar e instrumentar procesos de comunicación y flujos de información de manera eficiente y óptima, así como con sentido ético para lo cual la práctica de la investigación resulta ser importante para resolver problemas prácticos, plantear preguntas que interroguen a la realidad social desde el punto de vista de la comunicación, y, con ello, saber plantear problemas de comunicación con métodos, técnicas e instrumentos *ad hoc* a las necesidades de información que la sociedad demande como profesionales de la comunicación con competencias y habilidades incorporadas para diseñar y desarrollar proyectos de investigación en comunicación.

El alcance de esa responsabilidad los lleva a asumir que como profesionales de la comunicación serán los encargados del sistema nervioso de la sociedad, lo que se traduce en atender la necesidad imperiosa de modificar la orientación actual de los medios de difusión masiva que, al verlos determinados por la lógica del mercado y por intereses minoritarios, precisan pugnar por darles un enfoque más social y por encontrar mejores fórmulas para manejar la información y producir los mensajes.

Los participantes advierten que existen representaciones sociales acerca de la carrera que, al manifestarse como fama pública de ser una opción educativa enfocada a trabajar en los medios de difusión y que no exige muchos esfuerzos ni demasiadas capacidades en quienes la cursan, hacen necesario enfrentar esa imagen distorsionada de la profesión que aspiran a desempeñar.

Para ellos, la carrera que estudian les abre la posibilidad de trabajar tanto en medios como en una gama diversa de organizaciones sociales, empresariales, gubernamentales y hasta comunitarias, gracias a que les

permite apropiarse de un cúmulo de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que les serán de suma utilidad en su futura actuación profesional, en donde la investigación resulta ser indispensable en los procesos formativos del comunicador. Por ello reconocen y valoran muy positivamente algunos aspectos de su carrera, como las altas dosis de lectura, manejo de información y actividad reflexiva, que se traducen en bases firmes para hacer de su formación profesional una apuesta por la calidad, la creatividad, la innovación, por ser emprendedores y realizar proyectos de investigación que beneficien a todos los involucrados.

Con esta visión de su carrera, los participantes en este grupo perciben la *investigación* como un factor de gran importancia para su formación académica como comunicadores. De entrada la califican con adjetivos que le otorgan condición de primer y esencial orden (primordial, elemental, básica y fundamental), que dista mucho de la idea que se formaron de ella antes de ingresar a la carrera, cuando la investigación era vista como una materia de relleno, de nula importancia, como actividad favorecedora de la simulación, la mediocridad y hasta la complicidad entre maestros y alumnos, particularmente en el nivel del bachillerato.

Los estudiantes expresaron el reconocimiento de que la universidad y, particularmente, su ingreso a la carrera de comunicación los hizo tomar conciencia de la importancia y utilidad de la investigación en el nivel personal, en el académico y en el profesional.

En el plano personal consideran que gracias a ella se ha modificado la manera de percibir la realidad, le encuentran aplicación en su vida cotidiana, les ayuda a alcanzar sus objetivos y a entender lo que esperan los demás.

En lo académico enfatizan que la investigación les permite desarrollar la capacidad para entender los fenómenos socioculturales y complementar sus

prácticas y productos comunicacionales en beneficio tanto de la profesión como de la sociedad. Incluso estiman que ésta representa la posibilidad de trascender el paradigma de los medios y acceder a un modelo de profesión que dé cabida a campos alternativos de formación e intervención.

En lo profesional, además de una mayor comprensión de la realidad, anticipan que la investigación les ayudará a abrir espacios de acción y a determinar sus alcances y posibilidades, entre las cuales la identifican como una opción viable para ejercer la profesión, sea como dedicación exclusiva o como complemento de otra área de desempeño laboral.

En el discurso del grupo de estudiantes en fase de formación avanzada (5° y 7°) se trabajaron 11 objetos y 111 predicados. La representación social de este grupo respecto de su carrera parte de la aseveración común de formar parte de una carrera bastante amplia y una profesión muy general que conduce a la imagen de un comunicador que aprende y hace de todo, la nada nueva expresión del *todólogo* que remite a la idea de un profesional que desarrolla múltiples actividades y, por lo mismo, sabe o debe saber de todo, incluyendo el oficio de la investigación. Lo mismo se espera que sepa diseñar una campaña publicitaria que hacer un programa de radio o televisión, lo mismo se convierte en vocero de una entidad gubernamental que en documentalista audiovisual independiente, lo mismo se perfila como organizador de la comunicación interna de una empresa que como investigador social dedicado a hacer estudios de la cultura.

Frente a la enorme diversidad de posibilidades de aprendizaje y la compleja gama de opciones de desarrollo profesional, los estudiantes parecen atrapados entre las bondades de la multihabilidad y las ventajas de la especialización: ser alguien que sabe y hace de todo o aquel que opta por un ámbito, un medio, un tipo de práctica o producto de comunicación.

Los estudiantes de este grupo estuvieron de acuerdo en haber sufrido una transformación en su manera de ver la carrera. La visión optimista e ilusionada con que ingresaron a ella, así como sus intereses y expectativas originales, va dejando lugar al desencanto y a la desilusión en muchos de ellos. Les causa molestia advertir que la profesión que aspiran ejercer está siendo desempeñada, en muchos casos, por personas que no cursaron la carrera. Más aún, en la medida que se acercan al final de sus estudios profesionales, a muchos los asalta la preocupación y la incertidumbre por no saber qué van a hacer al egresar de la escuela.

En el mismo sentido, los estudiantes coinciden en advertir el problema relativo al muy pobre reconocimiento social a la labor del comunicador y al desconocimiento casi generalizado de sus funciones y potencialidades. Una de las causas que explica la escasa importancia social del comunicador es que muchas actividades y funciones de su campo de acción profesional no son ejercidas por quienes se formaron con ese perfil.

A esa problemática identificada en el exterior de la escuela añaden la poca valoración que de su proceso de formación manifiestan los mismos estudiantes de la escuela. La gente de comunicación, es decir, sus propios compañeros, lo caracterizan de común acuerdo como muy pasivo, desinteresado y flojo; son muy pocos los que muestran iniciativa personal para involucrarse en proyectos o en opciones que les brinda el plantel para hacer investigación, creación audiovisual, producción de video, de radio o de televisión. En suma, concluyen que la importancia que se conceden a sí mismos como comunicadores en formación es, en general, tan pobre como la que perciben en el exterior o peor aún.

Aunado a lo anterior, el discurso generado aborda marginalmente el papel de los medios de comunicación, que de una manera muy difusa

-seguramente porque ese no constituyó un detonante de la discusión-, perciben como espacios poco propicios para desarrollar procesos creativos e innovadores, en virtud de que los ven atados a rutinas y fórmulas de producción que, o dejan poca oportunidad para las intenciones de innovar, o de plano las reprimen.

A pesar de todo lo anterior, en ellos prevalece el acuerdo de que lo mejor que pueden hacer es aprender a entender y desarrollar sus capacidades para realizar procesos de comunicación que optimicen la apropiación y socialización del conocimiento, eligiendo las mejores vías y definiendo sus públicos. Asimismo, coinciden en reconocer la importancia de la innovación para mejorar las prácticas y los productos comunicacionales que deben realizarse con un claro sentido social.

Para este grupo de estudiantes, la investigación es importante porque constituye un componente de su formación que se aplica en todos los ámbitos de la comunicación. Perciben su importancia en virtud de la omnipresencia de la investigación durante toda la carrera y advierten su utilidad por cuanto consideran que la pueden aplicar en prácticamente todo lo que hacen o lo que aspiran a hacer en el futuro.

Conciben que la lógica de integración curricular con que se presenta la investigación en su proceso de formación va de la teoría a la metodología y del diseño de proyectos a la realización de una tesis.

En cuanto a la importancia que la escuela y el plan de estudios de la carrera le otorgan, los estudiantes la consideran *vital* porque en el plano de la formación se vive en investigación constante, lo que la convierte en *su modo de vida* y la erige en el *argumento del comunicador* que posibilita sustentar sus prácticas y productos.

En relación con su utilidad, los estudiantes encuentran que les sirve principalmente en el área organizacional, en los medios de comunicación, en las relaciones públicas, en la mercadotecnia y en los proyectos de producción. Contribuye en todos ellos introduciendo una *lógica metodológica* para diseñar, presentar y desarrollar procesos, que se nota en los productos, mejora los resultados y les otorga valor.

En su dimensión social, los estudiantes de este grupo acuerdan en la idea de que la investigación debiera ser un atributo de un comunicador ansioso por comprender lo que sucede en su entorno, por ir al fondo de los cambios, problemáticas y necesidades sociales e identificar formas de atenderlas y satisfacerlas.

Sin embargo, este grupo también es sumamente crítico al reconocer que no a todos les gusta la investigación, que muy pocos la vinculan con sus ideales académicos y que puede resultar excesiva la formación para la investigación cuando ésta entra en desequilibrio con los demás componentes formativos, es decir, cuando el énfasis se pone en la investigación y se subordinan otras áreas como la comunicación organizacional, la producción de medios o, inclusive los proyectos de vinculación.

La representación que los estudiantes tienen acerca de la investigación está íntimamente ligada con la imagen y la visión que se han construido de los docentes que se relacionan con este componente curricular, particularmente el grupo de profesoras que por estar adscritas al Centro Universitario de Investigaciones Sociales son conocidas y nombradas como las *Chicas CUIS*. Aunque su papel docente y su competencia profesional como investigadoras quedan fuera de todo cuestionamiento, los estudiantes las vinculan con una *investigación de orientación académica* que les produce diversas insatisfacciones que van desde la incertidumbre y el miedo, que la

hacen apenas tolerable, hasta la desesperación por lo complicado que les resulta y que la hacen insoportable.

La dimensión más concreta de la investigación académica la ilustran con la forma en que experimentan la realización de su proyecto de tesis que, igual que aquella, les complica la vida, les trauma y los mantiene alterados.

Coinciden también, sin embargo, en que este tipo de investigación y la investigación en general pueden despertar gusto en unos y complicación en otros. Frente a la visión de lo complicado oponen el sentido práctico que hace preferible lo sencillo, rápido y fácil. Además, consideran que el tema que se investigue debe vincularse profundamente a su interés de modo tal que les guste y apasione.

Por último, este grupo coincidió en identificar dos formas que deben fortalecerse para estimular a los estudiantes a hacer investigación: por un lado la vinculación profesional con empresas, instituciones y centros de investigación a través de la realización de proyectos específicos y, por otro, el Verano de la Investigación que, junto con el programa de movilidad estudiantil, ofrecen oportunidades para experimentar otras formas de investigar y ver un panorama diferente.

Conclusiones

Una de las constantes, en este proceso de formación universitaria de comunicadores, es que las carreras han tenido en los medios de difusión colectiva su principal objeto de atención, interés, estudio, reflexión y acción, tanto desde la óptica de la enseñanza formalizada en planes de estudio como desde la concreción de la práctica profesional. Esto ha provocado una mayor

dedicación al desarrollo de competencias relacionadas con las prácticas de producción de comunicación –la lógica de los medios– y una menor atención a la formación de otros saberes para la apropiación y transformación de realidades comunicacionales que rebasan el ámbito de los medios –la lógica de la investigación y la planificación.

En general, la apropiación y desarrollo de los saberes y competencias necesarios para investigar y planificar, no parecen formar parte del perfil dominante que caracteriza a la profesión en la percepción de quienes han cursado la carrera, la están cursando o, más aún, de quienes pretenden estudiarla. Tales competencias parecen más bien estar subordinadas al interés principal de estudiantes y egresados por todo aquello que se relaciona con el *saber-hacer* que requiere el mercado de trabajo que está determinado por la atracción abrumadora que ejercen en ellos los medios de comunicación social, en general, y los medios electrónicos (radio, televisión y nuevas tecnologías), en particular.

Sin embargo, los conocimientos y habilidades para la investigación y la planificación de la comunicación juegan un papel muy importante. De las prácticas basadas en tales procesos se han desprendido perfiles emergentes y prácticas profesionales alternativas al modelo tradicional o predominante de comunicadores que son identificados sólo como productores de medios y mensajes.

Aquí es preciso aclarar que en el campo de la comunicación, la investigación y la planificación constituyen dos procesos diferentes pero complementarios. Ambos procesos comienzan con un problema a resolver, la investigación pone el énfasis en el conocimiento y la planificación en la intervención. Es decir,

investigación y planificación surgen de una situación conflictiva que exige respectivamente, o una explicación-respuesta o el logro de un objetivo; tienen su origen también en la curiosidad humana que, insatisfecha, da lugar a un problema de conocimiento o a una necesidad por resolver, que exige definir acciones y recursos para resolverla. (Corrales, 1991, p. 35)

Los proyectos de investigación enfatizan en la indagación y el descubrimiento de conocimientos nuevos de una determinada realidad, con el fin de explicarla, anticiparla o controlarla. En cambio, los proyectos de planificación persiguen el logro de un objetivo determinado que se relaciona con la transformación de una situación, para lo cual es necesaria la acción organizada (Corrales, 1991). Investigar y planificar son procesos constitutivos de conocimientos y habilidades que se complementan, articulan y retroalimentan en la realización de proyectos de comunicación, tanto cuando se realizan en forma independiente, como cuando se llevan a cabo de manera integral, es decir, cuando intencionadamente se pretende el conocimiento para la transformación de situaciones comunicacionales de muy diversa índole y no sólo en relación a los medios de difusión colectiva. Caben aquí, entonces, proyectos y prácticas profesionales emergentes, alternativas e innovadoras que justamente se orientan a una necesaria renovación de la profesión. De allí su importancia.

Sin embargo, también hay que considerar aquellas concepciones integradoras de la investigación y la planificación como parte de un mismo proceso, como los enfoques de la investigación-acción, de generación de conocimiento como base de la transformación, la dialéctica teoría – práctica, entre otras, que consideran tanto el énfasis en la generación de conocimiento como la orientación a la intervención en un sólo constructo: la *investigación*, que es considerada como un importante componente del diseño curricular en muchas carreras universitarias y en las distintas áreas del conocimiento.

La forma de aproximación teórica, metodológica y técnica en que se basó este trabajo permitió efectivamente caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en el proceso de formación profesional de los comunicadores en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

La comprensión teórica del objeto de estudio desde la perspectiva de las representaciones sociales fue muy útil porque permitió comprender la forma en que los estudiantes conciben la investigación como componente de su formación. Más específicamente permitió analizar el contenido de sus representaciones, la información y conocimientos de que disponen, las actitudes y valoraciones que asumen y las imágenes o esquemas de percepción que dan cuenta del significado global de su representación.

La técnica de grupos de discusión permitió recopilar una gran cantidad de material discursivo y conversacional que al ser procesado y analizado posibilitó una más completa y nítida comprensión de las representaciones sociales de los estudiantes.

Respecto de los resultados del análisis del discurso generado en las sesiones de grupos de discusión cabe destacar algunos de los más significativos hallazgos.

Se ha podido constatar que el grupo conformado por estudiantes en fase de formación inicial (1° y 3°) posee una representación sumamente optimista de *ser comunicador* que es consistente con la importancia central de la *investigación* en la formación del comunicador: les satisface a nivel personal, en el plano académico y en lo profesional.

El grupo conformado por estudiantes en fase de formación avanzada (5° y 7°) posee una representación más crítica de *ser comunicador*. Conciben

la carrera como demasiado amplia y general; advierten que la carrera transforma las ideas y expectativas originales de los estudiantes hacia la profesión, incluso afirman que muchos se desilusionan y decepcionan; califican a la gente que estudia comunicación como pasiva, floja y desinteresada y sólo reconocen en muy pocos estudiantes iniciativa y verdadero deseo por aprender y formarse; consideran que los medios de comunicación no son espacios propicios para desarrollar habilidades expresivas y la capacidad de innovar.

Para este segundo grupo, la *investigación* es también muy importante porque está en todo y en todo se aplica, desde el plan de estudios hasta todos los ámbitos de la comunicación que son capaces de identificar y explicitar. La consideran *vital*, su *modo de vida* y *argumento del comunicador*, pero ese relevante papel que le asignan no ha logrado permear en el gusto de los estudiantes que, por el contrario, expresan insatisfacciones y temores relacionados con su sentir hacia la investigación, particularmente la investigación académica en la que, la mayoría, no encuentra ningún atractivo desde el punto de vista personal y de la profesión. Plantean abrir la investigación a los proyectos de vinculación con espacios reales de acción profesional y a los programas de movilidad e intercambio que posibiliten conocer otras experiencias y ampliar su mirada.

En suma, los resultados del análisis e interpretación de los grupos de discusión también hicieron evidente la utilidad de esta técnica para generar los mapas de la representación social de los estudiantes acerca de la investigación y de su carrera.

De este modo, la estrategia metodológica seguida con el uso de la técnica dio cuenta de la riqueza discursiva con que los estudiantes

construyen sus representaciones sobre objetos sociales con los que están fuertemente implicados.

Sin duda, en el contexto que se analizó, la investigación desempeña un papel con un alto reconocimiento como componente curricular de la formación de comunicadores. Sin embargo, paralelamente tiene un muy bajo reconocimiento como opción de desarrollo profesional para quienes están cursando la carrera.

Para finalizar, es preciso señalar que el papel de la investigación en la formación de los comunicadores constituye sólo uno de los múltiples objetos que es pertinente conocer desde la perspectiva de las representaciones sociales. Otras áreas de formación, componentes curriculares o temas afines al perfil y al campo de acción del comunicador, podrían ser abordados para entender el significado, las actitudes, la importancia y la utilidad que tienen los estudiantes sobre los más diversos aspectos de la carrera.

Pero específicamente sobre el papel que juega la investigación es necesario tomar en cuenta las representaciones sociales de otros actores como son los profesores de la carrera, en particular los que están relacionados directamente con este componente curricular; igual de interesante sería considerar a los egresados para conocer el sentido de la investigación en la formación del comunicador desde la óptica del ejercicio profesional.

En una aspiración más amplia, tales posibilidades podrían enriquecerse si nuevos estudios contemplan generar información empírica de varios contextos escolares y sus diversos actores. Esto posibilitaría comparar las representaciones sociales de objetos relacionados con la formación del comunicador.

Referencias

- Benassini, C. (1996). *¿Desde dónde se enseña la comunicación en México?* México: Universidad Iberoamericana.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1998). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrourtu.
- Macías, N. y Cardona, D. (2008). Transformación de conceptos y reglas del juego en el campo de la comunicación. En Chávez, G. y Karam, T. (Coords). *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*, (pp. 454). México: Universidad de Colima/Praxis.
- Corrales, C. (1991). Proyectos de comunicación: una estrategia en la práctica profesional de comunicación. *Cuadernos Huella*, (20), 19-26.
- Chávez, G. y Karam, T. (2008). *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*. México: Universidad de Colima / Praxis.
- Chávez, G. (2004). *De cuerpo entero... Todo por hablar de Música. Reflexión técnica y metodológica del grupo de discusión*. México: Universidad de Colima.
- Chávez, G. (2007). *El grupo de discusión. Una estrategia metodológica útil para generar conocimiento reflexivo en la investigación social desde la perspectiva cualitativa*. México: Universidad de Colima.
- Fuentes, R. (2001). *Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción (1980-1996)*. Guadalajara: ITESO.
- Fuentes, R. (1980). El papel de la investigación dentro de la enseñanza de la comunicación en México. *Revista Estudios del Tercer Mundo*, 3(3) 131-141.
- Galindo, J. (1992). *Ideología y comunicación. El estado y la hegemonía y la difusión masiva*. México: Premia.
- Giménez, G. (2005). *La concepción simbólica de la cultura. En Teoría y análisis de la cultura*. México: CONACULTA.
- Goffman, E. (1993). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina:

Amorrourtu Editores.

Ibáñez, J. (1992). *Más Allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici. *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.

Luna, C. (1995a). Enseñanza profesional de la comunicación: estrategias curriculares y mediaciones metodológicas. En J. Galindo y C. Luna (Coords.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO / CONACULTA.

Luna, C. (1995b). Enseñanza de la comunicación: tensiones y desencuentros. En J. Galindo y C. Luna (Coords.). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO / CONACULTA.

Martín Barbero, J. (1990). Teoría / investigación / producción en la enseñanza de la comunicación. *Revista Diálogos de la Comunicación*, (28), 1-18.

Martín Barbero, J. (2001). Los oficios del comunicador. *Revista Renglones*, (48).

Mills, C.W. (1986). *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.

Marx, K. (1991). *El Capital. Crítica de la economía política*. México: Siglo XXI.

Moscovici, S. (1986). *Psicología social I. Influencia y cambio de actitudes. Individuos y grupos*. Barcelona: Paidós.

Moscovici, S. (1986b). *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós.

Pineda, M. (2002). Sociedad de la Información y Ciencias de la Comunicación: modos de enseñanza e investigación. Venezuela: Universidad del Zulia. Recuperado de <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>

Rizo, M. (2004). Hacia una pedagogía de la investigación en comunicología.

Reflexiones desde la práctica. México: Universidad de la Ciudad de México.

Recuperado en: <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>

Weber, M. (2006), *Conceptos sociológicos fundamentales*. Madrid: Alianza Editorial.

Merleau-Ponty, M. (1997). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona. Ediciones Península.

Sandín, M.P. (2004). *Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y tradiciones*. México: Mc Graw-Hill.

Schwartz, H, y Jacobs, J. (1984). *Sociología cualitativa*. México: Editorial Trillas.

Universidad de Colima. (1994). *Manual del Curso Propedéutico de las licenciaturas en Comunicación Social y Letras y Periodismo*. Colima- México: Facultad de Letras y Comunicación.

Vasallo de López, M. y Fuentes, R. (2005). *Comunicación: campo y objeto de estudio*. México: ITESO / UAA / UC / Universidad de Guadalajara.

El quinto perfil de la enseñanza universitaria.

Actualizando el concepto del profesional en comunicación

Tanius Karam Cárdenas¹

Entrada: que 10 años no es nada

Hace poco más de diez años postulamos en un texto la existencia de cuatro modelos de enseñanza de la comunicación en los estudios y formación del comunicador o más propiamente del perfil de egreso en el profesional de la comunicación (Karam 2005), a veces también nombrado con el término “comunicólogo”.² Con nuestra reflexión intentamos precisar los significados sobre el profesional de comunicación, que puede conllevar, entre otros

1 Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor-Investigador de la Academia de Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel I, Conacyt. tanius@yahoo.com, tanius.karam@uacm.edu.mx

2 El término suele referir a una persona o profesional versado con la comunicación, pero esto es muy inexacto. Entendemos por “comunicólogo” el científico, académico que tiene como objeto central de su reflexión a la comunicación y usa los métodos de las ciencias, de las humanidades y las ciencias sociales para generar un conocimiento básico sobre los problemas y asuntos vinculados a la comunicación.

beneficios, pensar otros aspectos del “campo de la comunicación”,³ las interrelaciones de las escuelas, centros de estudios o de investigación, espacios laborales y profesionales, así como un espacio para repensar las teorías de comunicación a la luz no de objetos o problemas básicos, sino de las implicaciones dentro del estudio de la profesión y sus espacios laborales.

Para este año 2015 la convocatoria del Anuario AMIC nos ha invitado a sus miembros a reflexionar sobre los acuerdos y la discusión del núcleo disciplinario. En ese sentido aunque este texto no es centralmente sobre teorías de comunicación, las supone desde un análisis aplicado a la reflexión sobre plan de estudios y perfil profesional. A nivel más amplio esta discusión se ubica dentro del concepto diseño curricular, lo que es algo que no vamos a realizar en detalle.⁴

El propósito de este trabajo es revisar el concepto de profesional de la comunicación; para ello en primer lugar proponemos vincularlo a la idea

3 Como es ampliamente conocido el concepto de “campo” proviene de la sociología de Bourdieu. Fuentes Navarro comenzó a adaptarlo desde los noventa al estudio de las escuelas de comunicación; para este autor, el campo es un “espacio socio-cultural específico, en el que concurren actores sujetos a las determinaciones y condicionamientos que definen su identidad y sus funciones sociales desde marcos mucho más amplios que los académicos por una parte y los comunicativos por la otra, pero que con su actividad, socialmente legitimada e institucionalizada, mantienen una cierta *autonomía relativa*” (Fuentes, 1992, pp. 16-26).

4 El diseño curricular es un espacio transversal de reflexión que va de las nociones básicas para definir la comunicación a las prácticas de la comunicación aplicada con toda la complejidad que ello tiene porque se organiza en torno a cuestiones estructurales y a los rasgos específicos del trabajo. Ello permite ajustar y revisar la idea de investigación en comunicación al menos en tres sentidos: la investigación curricular, la vinculada a la comunicación aplicada, y la de relaciones entre la situación del país, las instituciones proveedoras de servicios comunicativos y las características de las prácticas sociales donde se desarrolla la profesión. Cabe subrayar que de todos estos aspectos que incluye la noción currículo en comunicación, aquí nos centraremos en uno solo de sus componentes, el perfil de egreso, o perfil profesional como un ejercicio obligado de delimitación.

weberiana de “tipo ideal” que confrontamos en primer lugar por lo ya dicho por Fuentes (2001) con respecto a su tres modelos fundacionales de enseñanza de la comunicación. Por otra parte vale también la pena considerar, como prueba de la actualización del profesional de la comunicación, el estudio coordinado por Rebeil (2011), en el que señala la existencia, sólo en México, de más de 1000 programas de estudios. No conocemos si esos programas han sido objeto de alguna sistematización, balance o análisis que permita detectar más precisamente tendencias curriculares, perfiles o análisis de ejes formativos. Resulta difícil realizar este trabajo porque supone contar con un banco en planes y programas de estudio, información no siempre accesible.

Del perfil profesional como “tipo ideal”

El concepto de perfil profesional en comunicación lo vinculamos al de “modelo curricular”,⁵ concepto que si bien no desarrollamos en este texto, contiene al de perfil profesional, ya que le da fundamento y permite articularlo con otros niveles de la formación del profesional en comunicación. La concreción de dicho “modelo” es un documento que se puede conocer como “plan de estudios”, y una de sus funciones principales es que las escuelas-facultades logren el reconocimiento necesario —por la Secretaría de Educación Pública (SEP) o la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)— para impartir la licenciatura. Más aún este documento tiene que actualizarse. En algunos casos ciertas universidades ya tienen

5 Conjunto de estructuras que organizan premisas pedagógicas, su distribución de unidades de aprendizaje y las posibles agrupaciones derivados de ellos. Este modelo fundamenta el diseño curricular, es decir “el conjunto sistematizado de conceptos, objetivos, contenidos, series de asignaturas, metodologías y criterios de evaluación que definen una carrera universitaria y orientan la práctica educativa, la organización de los recursos pedagógicos de la institución, los procesos de enseñanza aprendizaje y el sentido de la práctica profesional de los egresados” (Fuentes Navarro, 1991, p. 49).

instaurados diagramas para este trabajo, pero por lo general no es así y los procesos pueden ser muy diversos. En nuestra concepción proponemos ver este “plan de estudios” como una “ruta de trabajo” de los equipos encargados de llevarlo a cabo. Por ello creemos que toda reflexión sobre el perfil de ingreso-egreso en comunicación, malla curricular, estado del conocimiento, discusión sobre campo académico tiene un valor estratégico no solo en la ejecución operativa de dicho plan o en el conjunto de actividades administrativas (conseguir maestros, llevar las rutas curriculares de los estudiantes, emitir calificaciones, certificados, etc.), sino que se convierte en un insumo para articular equipos de trabajo que aparte de solamente “dar clases” generen conocimiento y conectividad a partir de las tareas académicas y universitarias sustantivas.

Dentro de nuestra caracterización del profesional en comunicación, proponemos señalar a cada “perfil” mediante una noción metodológica que, si bien existen varias conceptualizaciones de este término,⁶ proponemos acuñar el concepto desde la sociología comprensiva de Max Weber y en concreto de su exposición en *La ética protestante y la formación del capitalismo* (2009) a partir de los tipos ideales. Así como uno de los papeles del sociólogo para Weber era generar instrumentos conceptuales que pudieran ser utilizados tanto por historiadores como sociólogos; los “tipos ideales” son uno de esos instrumentos que permiten agrupar en una noción distintos puntos de vista o la síntesis de fenómenos concretos difusos que se colocan a partir de una construcción analítica unificada, que es puramente conceptual (Weber, 2009).

Este “tipo” es una organización de relaciones inteligibles propias de una

6 Dentro de la literatura sobre diseño curricular hay una gran cantidad de fuentes. Quizá una de las autoras más conocidas sea Frida Díaz Barriga. En la Unidad 3, etapa 2, Díaz Barriga, Lule, Rojas-Drummond y Saad (2000) realizan una caracterización detallada del concepto tradicional de perfil profesional y los problemas asociados a este concepto.

serie de acontecimientos sociales. En Weber el concepto de “tipo ideal” es un instrumento que nos ayuda a explicar aspectos de la realidad social que se quiere abstraer; este concepto ayuda a unificar partes de esa realidad compleja, diversa y heterogénea, y permite una ordenación a través de seleccionar lo que desde una perspectiva dada se considere para los fines de la investigación. El contenido de dicho “tipo ideal” depende de cómo se posicione, de qué posición vital, qué cosmovisión, qué cultura, qué ideas guarde el sujeto frente al fenómeno. Con el concepto de “tipo ideal” se trata de conferir inteligibilidad a la materia, en nuestro caso en la compleja definición que relaciona la evolución del ejercicio de la comunicación, las necesidades sociales, las características del contexto (un diagnóstico, perfil de ingreso y egreso, unidades de aprendizaje, materias o asignaturas), un concepto curricular de comunicación como organizador (horizontal, vertical y transversal) de unidades de contenidos, materias, conjuntos de saberes; y finalmente un perfil de egreso que contiene la información básica del perfil de profesional. El reto principal es vincular —siguiendo la propuesta que aplicamos de Weber— la abstracción de los perfiles profesionales con el estudio empírico que pudiera hacerse en algunas escuelas o centros de estudios.

Hay que señalar que, así como en el mundo real no hay formas en estado “puro”, en el campo profesional no hay perfiles “puros”. El “ideal” en el profesional de la comunicación se realiza con base en las funciones sociales que se le confieren, el tipo de sociedad, a los contextos de trabajo, al valor en el tipo de conocimiento que se considera especializado para realizar funciones específicas. El objeto de una reflexión sobre la que intentamos promover es que ayude a generar nuevas ideas en la articulación del diagnóstico propio de todo plan de estudios, las tendencias educativas, las características del ejercicio laboral de la comunicación en relación al contexto y a la sociedad donde se presupone ese profesional se podría insertar.

Si bien creemos que la sociología comprensiva de Weber tiene una visión muy amplia y su proyecto teórico era mucho más extenso, quizá algunos de los “tipos ideales” que el autor generó y configuró pueden servir como puntas de lanza para cuestionamientos y preguntas; por ejemplo el “tipo ideal de acción” señalado por Weber y basado en las actuaciones de un actor determinado, como la acción de la influencia, puede ayudarnos en la identificación dentro del perfil de egreso en comunicación, para aislar algunos comportamientos y acciones particulares dentro de niveles de abstracción más básicos.

Si queremos recuperar dentro de lo que Fuentes (2001) ha llamado “modelos fundacionales” para la formación de comunicación, y dentro de éstos el “modelo de la formación de periodistas”, el ejemplo aplicado a nuestra lectura de Weber supondría no constituir un modelo único, sino reconstruir un tipo de profesional (“difusionista”) a partir de ciertos caracteres que parecen típicos y permiten una definición funcional.

Weber (2009) señalaba que los tipos no debían ser ni muy generales ni muy específicos, así que aboga por construcciones intermedias. Los “tipos” deben derivarse del “mundo real”, pero no son imágenes especulares del mundo; mejor, han de ser “exageraciones” (comillas nuestras) para que su utilidad sea mayor al vincularlo con datos históricos específicos. Los “tipos ideales” deben tener sentido en sí mismos, y el significado de sus componentes debe ser compatible y nos deben ayudar a dar sentido, en nuestro caso, a los perfiles profesionales de comunicación. Ahora bien, como la sociedad o el ejercicio profesional de la comunicación cambia, los tipos que identifiquemos a propósito de los modelos curriculares también; más aún, como ya lo sugerimos, estos “tipos-modelos” pueden ser instrumentos teóricos que nos ayuden a ubicar una cierta historia comprensiva de cómo ha evolucionado el ejercicio de la comunicación, su conceptualización y el

llamado campo académico de la comunicación, tanto a nivel de licenciatura o pregrado —que es el caso de nuestra reflexión— como el de los cada vez más frecuentes postgrados en comunicación que desde hace 30 años comenzaron una diversa proliferación en México y que en ocasiones no se les diferencia de las ciencias sociales.

Con frecuencia, al problematizar sobre perfiles profesionales en comunicación, se reprocha que la licenciatura tenga limitaciones a ser atendidas en estudios de postgrado. Es cierto que la función en el siglo XXI de las “licenciaturas” pide matices, así como las especificidades que en México tienen los programas de licenciatura —a diferencia muy claramente de lo que pasa en otros países como EE.UU.— muy preocupados por el vínculo laboral. Abundan los programas, se multiplican los estudiantes, los profesores con postgrado, los académicos que vienen con doctorados en comunicación de las universidades españolas y que tiene una incidencia en el campo mexicano.

Recuento y transformaciones

Desde Karam (2005) partimos de la división hecha por Fuentes (2001) y sus “modelos fundacionales” para la formación de profesionales en comunicación que de alguna manera articulan en el currículo los saberes de acuerdo a diversos perfiles y ciertas determinaciones socio-profesionales. Si bien no es el único que ha propuesto una especie de segmentos dentro de la historia de la profesión, sí es —o no tenemos noticia de que alguien más lo haya hecho para el caso mexicano— quien propone esos modelos y de alguna manera, aunque no los nombre así, establece una hipótesis para la construcción de “tipos ideales” dentro, no sólo de una representación, sino

—y somos cuidadosos con este manido concepto durante algún tiempo— un “imaginario”⁷ del profesional de la comunicación.

El primer modelo señalado por Fuentes Navarro era el de la *formación de periodistas*, se trata de una caracterización centrada idealmente en el manejo de técnicas y en cuyo horizonte de desarrollo se encontraban las industrias mediáticas; su época se vincula al desarrollo de industrias de televisión sobre todo, en donde la noción de comunicación se asocia al concepto de lo masivo y al *broadcasting* (un emisor, muchos receptores) con una perspectiva en la producción de mensajes. El segundo modelo es el del *comunicador como un intelectual* (2001, p. 141), aquí el “tipo ideal” se mueve sobre el “imaginario” de una persona “culto” que va poder transformar a los medios desde dentro, así en su formación se da peso a la filosofía, historia y literatura, al sentido ético de la comunicación, y a un uso de los medios que favorezca el desarrollo de la sociedad; la hipótesis del “tipo” radica en la incidencia que una persona con información y visión amplia puede generar en los espacios laborales donde se encuentre.

Finalmente el del comunicador como “científico social”, el cual se deslinda claramente de la “formación instrumental” (de hecho se coloca en franca oposición a ella), pone énfasis en las preocupaciones estructurales y

7 Es importante hacer una breve mención sobre este término que durante algún tiempo se uso no siempre sin la debida caracterización, cabe señalar que el concepto imaginario se introduce a las ciencias sociales desde la antropología vía el filósofo y psicoanalista de origen griego Cornelius Castoriadis (2001), quien señala que el imaginario no es “la imagen de”, sino un proceso más complejo, una “creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórica y psíquica) de figuras/ formas / imágenes, a partir de las cuales solamente puede referirse a algo”.

Importante subrayar que este concepto no se asocia con funciones representacionales cognitivas, sino con características psicológicas dentro de las cuales figuran deseos, imágenes, recuerdos, anhelos, estados de ánimo.

le da mucho peso a la sociología y la política como disciplinas vertebradas. Le preocupa la denuncia, la organización social, pero basado también en las técnicas que dan las ciencias sociales.

Hasta aquí, nuevamente de forma muy esquemática, se plantea lo dicho por Fuentes Navarro, en la idea central de cada “modelo de enseñanza”. En nuestra reflexión (Karam, 2005 y 2005b) propusimos la presencia de un “cuarto modelo”; ello tenía como contexto nuestra participación en una experiencia de diseño curricular en el que se hacía énfasis en la perspectiva cultural de la comunicación. De tal manera que encontramos elementos para caracterizar al profesional de la comunicación como un *mediador socio-cultural* y cuya definición tal vez se encuentra en eso que en los ochenta uno de sus ideólogos más identificables, Martín Barbero (1984), señalaba con respecto a que la tarea de los comunicadores era pensar “antropológicamente” en el sentido que los desplazamientos del capital y las innovaciones tecnológicas le estaban imponiendo a la cultura cotidiana de las mayorías. La tarea por tanto era diseñar estrategias de comunicación que vincularan mundos “separados”; para decirlo de manera casi poética: era necesario un profesional que hiciera “habitables” las paradojas, es decir, armonizar lo urbano con lo rural, lo popular con lo masivo, lo público con lo privado, lo local con lo regional, etc.; vincular lenguajes opuestos, como el discurso de la publicidad con el de la religión, el lenguaje de la política con el del amor; con el desafío de integrar las contradicciones entre vida pública y vida privada y estudiar sus interrelaciones.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, la evolución de las ciencias cognitivas, las investigaciones sobre el cerebro, y ya en los noventa las investigaciones que para las ciencias sociales realizaron la “Comisión Gulbenkain” (Wallerstein, 1996) y la UNESCO en los noventa, dieron un marco de referencia casi enteradamente distinto para pensar la comunicación

y al posible profesional derivado de este nuevo enfoque. Las ciencias sociales y las humanidades entraron a una nueva etapa; de hecho ya desde los ochenta, sociólogos como Pierre Bourdieu o Anthony Giddens apelaban a una integración más dinámica entre lo macro y lo micro, lo objetivo y lo subjetivo de la reflexión sociológica; las propias ciencias sociales se habían de alguna manera “antropologizado” con la entrada de nuevas perspectivas como el gran desarrollo que tuvieron los estudios culturales. Los cambios a nivel político impactaron severamente los paradigmas de las ciencias sociales, y se sobrevino un aluvión de intentos con ánimos muy distintos, que más bien parecían algo característico de esas épocas de cambio. Con estas transformaciones hubo conceptos que emergieron lentamente como potenciales de nuevos objetos en la comunicación académica, como el caso de las redes (Nachmanovich, 2007) que suponen un proceso de metáfora muy distinta a las que la comunicación disponía para explicar algunos fenómenos.

Para el caso de la comunicación académica hay cambios particulares que conviene considerar. El primero de ellos fue la evolución tecnológica no solo como una realidad física de las mediaciones comunicativas, sino una revolución en sí misma. La tecnología (o más propiamente los nuevos medios, los celulares, las pantallas, etc.) dejó de estar en una parte específica y aislada de nuestra vida cotidiana, para convertirse en una mediación total presente en el mundo del trabajo, el ocio, las relaciones sociales, las finanzas, la política, el consumo y los afectos. Si alguien hubiera pensado de manera conservadora que la comunicación era necesariamente una hija directa de la sociología o que los medios tradicionales podían analizarse usando únicamente modelos sociológicos, las nuevas mediaciones tecnológicas interpellaron a estos juicios y llevaron necesariamente a la aceptación e incorporación de conceptos, nociones, procedimientos y métodos provenientes de otros saberes, tradiciones y metodologías que hoy se utilizan, por ejemplo, en la

etnografía de los usos del chat, en la tipología de usuarios de alguna red social o en las consecuencias cognitivas que promueve una tecnología educativa. Por otro parte, el concepto “medio de comunicación social” (con todo el listado de sinónimos que podemos reconocer) no puede aplicarse tal cual al de “nuevos medios”, “nuevas mediaciones” o “hipermediaciones” (Scolari, 2008). Las industrias, los flujos y las identidades generados por los consumos se han modificado sustancialmente, y si bien ciertamente es posible aplicar algunos conceptos de las teorías clásicas de comunicación social (la misma noción de “uso social”, “efecto” o “gratificación”), es necesario incorporar nuevas nociones y métodos para su estudio actual.

Estos cambios se pueden comprobar en movimientos al interior de los marcos de referencias. Por ejemplo, a partir de los noventa reaparece el pensamiento de Marshall McLuhan y los homenajes póstumos de los que empieza a hacer objeto en los noventa. Pero en el fondo de este cambio hay algo más que la reaparición del canadiense y revela un signo igualmente de redefinición de lo político en el campo de reflexión de las teorías de la comunicación, al menos en México. Se trata de reconocer la centralidad de los nuevos medios en el concepto de comunicación, y las prácticas de comunicación, cuando ya aparecen —aunque en este siglo XXI— nuevas profesiones y se suman competencias a las que otrora socialmente se le demandaban al profesional de la comunicación.

Visto a la distancia, a más de 20 años de la popularización del Internet o el desarrollo de la industria de telefonía móvil, contra lo que inicialmente pensábamos, en tanto que no era posible conciliar la evolución de las nuevas tecnologías con los modelos curriculares identificados por Fuentes Navarro o los perfiles profesionales “clásicos”, proponemos considerar las nuevas tecnologías y medios más que como un nuevo perfil en sí mismo (por ejemplo el del comunicador digital), como una especie de horizonte que ha

inter-penetrado los perfiles y modelos clásicos, y ello obliga más que a darlos por muertos, a revisarlos —como intentamos hacerlo— o actualizarlos. En este sentido, quizá esos “modelos clásicos” podrían verse no sólo como etapas dentro de una historia lineal de la carrera, la institucionalización de la comunicación o la profesionalización, sino estructuras o moldes que asoman acentos a lo que al menos en América Latina, dentro de una etapa de la Guerra Fría en el siglo XX, se le identificó como “profesional de la comunicación”.⁸ Si la hipótesis fuera cierta, eso podría reivindicar otro estatuto heurístico de dichos modelos y la recuperación de un modelo de profesional que no se supera o deja atrás, sino que integra una concepción más compleja dentro de entornos y ecologías específicas que ahora estamos viviendo.⁹

Un cambio, a nivel más amplio, tiene que ver con lo que ya hemos anunciado en tanto una recuperación de las ciencias cognitivas. La década de los noventa es considerada como las ciencias del cerebro, es decir, la información que sabemos sobre este órgano crece exponencialmente, al grado de contar con datos, investigaciones sobre cómo los seres humanos sentimos, percibimos, procesamos información; la manera como consideramos algo bello, deseable, cercano o verdadero. El cerebro nos permite también tener una perspectiva más compleja y diversa de la pedagogía y el aprendizaje, de las relaciones sociales y el amor, de los estilos

8 Conviene diferenciar claramente lo que entendemos por “comunicólogo” y la diferencia con “profesional de la comunicación”, en donde el primero es necesariamente alguien que reflexiona sistemáticamente y usa algún método para probar, constatar sus asunciones o principios; en cambio, el segundo es un actor que eventualmente podría coincidir con el primero, pero por lo general no, ya que es sobre todo quien se desarrolla dentro de lo legítimamente considerado como campo dentro de la comunicación en tanto espacio laboral.

9 Aquí generalmente puedo explicar la diferencia entre la “Generación X” y los “Millenium” (Generación Y) como consumidores que responden a necesidades contextuales distintas.

de gobernar y la forma como nos organizamos para resolver problemas. Claro, tener más información no supone resolver viejos problemas que aquejan a sociedades como la mexicana en el terreno de la corrupción, la inseguridad y la debilidad de sus instituciones, entre otras.

Las hoy famosas “ciencias del cerebro” tienen como deudor, entre otros al matemático y filósofo Norbert Wiener,¹⁰ quien daría las bases para aplicar las neurociencias a la comunicación humana. A ello, claro, hay que sumar la teoría de Claude Shannon y Stephen Weaver,¹¹ que facilitó la difusión lineal de la comunicación, y en los sesenta al tremendo *boom* de la teoría de sistemas con su impronta biológica. En este mínimo recuento es necesario evocar ese reinvento de la ciencia de la comunicación que hizo la Escuela de Palo Alto con Paul Watzlawick a la cabeza y el padrinazgo intelectual de

10 El conocido matemático y filósofo es padre de una de las principales tradiciones de estudio en la comunicación. Su preocupación no fue centralmente “comunicológica”, pero sus principios y supuestos fueron muy importantes no sólo para los enfoques lineales o ingenieriles donde a veces se le ubicaba, sino y sobre todo para los enfoques sistémicos. Su obra data de los inicios de la segunda postguerra, y su obra más citada es *Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas* (1948); dos años después él mismo tiene que precisar, extender y aclarar en una obra donde procura hacer un puente con los estudios sociales (*The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*, 1950) y de ahí una veta que por la traducción de Gregory Bateson hizo para la antropología, y la Escuela de Palo Alto para la comunicación humana.

11 Como es ampliamente conocido, esta referencia remite al celeberrimo modelo de comunicación, que surge en una publicación hecha por estos dos ingenieros en 1948, (*A Mathematical Theory of Communication*) y que tiene influencia de la cibernética de Wiener quien había sido maestro de Shannon. A esta teoría de corte ingenieril se le dio después el nombre de teoría matemática de la información y de alguna manera siembra las bases para esa caracterización lineal de la comunicación tecnológica, o mediada tecnológicamente. Esta teoría quería ofrecer elementos para medir los errores de la transmisión, la cantidad de información que soporta un canal, las formas para eliminar el ruido en la transmisión de comunicaciones electrónicas entre otros. Nada que ver con la comunicación humana de la que frecuentemente se volvió modelo y al que los científicos sociales que comenzaron a estudiar la comunicación se acogieron o reprodujeron.

Gregory Bateson; pero esto a nivel más amplio tiene el contexto de la “segunda cibernética”¹² y la obra de Heinz Von Foerster. En torno a este conjunto podemos identificar la influencia y presencia de autores cognitivistas que dieron una nueva concepción al peso del conocimiento como construcción y como operaciones que guardan una relación dinámica con la idea de realidad, es el caso del trabajo de Jean Piaget acerca de las relaciones entre las regulaciones orgánicas y los procesos cognoscitivos; o de Lev Vygotski en torno a los reflejos del cerebro como reacción ante los estímulos externos al organismo. En estos se tenían presente la comparación del sistema nervioso central humano con el de la máquina, pero subrayando diferencias que toman en cuenta el intercambio de sustancias en el tejido vivo cerebral. En los setenta los biólogos Maturana y Varela acuñaron el término “autopoiesis” para referirse a la química de automantenimiento de las células que iría a redundar en una concepción mucho más dinámica de la naturaleza.

En realidad, las posibilidades del pensamiento sistémico-constructivo de la comunicación se abren a las neurociencias e interpelan una visión necesariamente “multi” o, si se quiere, “transdisciplinaria” de las prácticas comunicativas; en ese sentido existe la posibilidad de un diálogo teórico de la comunicación con otras áreas o espacios conceptuales como por ejemplo la socio-biología, la biosemiótica propuesta por Thomas

12 Entendemos por la expresión la continuidad a la cibernética que hizo desde finales de los cincuenta Heinz Von Foerster, y que se distingue de la “primera cibernética” de Wiener de 10 años atrás. Una diferencia importante consiste en la separación que la “primera cibernética” realiza entre el sujeto que observa y la realidad observada; mientras que en su actualización, el sujeto que observa es parte de la realidad observada. Para Jiménez (2002, p. 73) la cibernética de segundo orden pretende investigar sistemas que incluyen aspectos tanto objetivos como subjetivos. Son sistemas en los cuales es la subjetividad la productora de la objetividad y, viceversa, es la objetividad la que genera la subjetividad. En tales sistemas, el objeto puede incluir sujetos que, a su vez incluyen objetos, y viceversa.

Sebeok,¹³ la socio-sistémica de Niklas Luhmann,¹⁴ o el pensamiento complejo de Edgar Morín.¹⁵ Todo este saber no puede ser abandonado en la definición del nuevo profesional de la comunicación, o por oposición, creemos debe estar integrado como un requisito para definir más sólidamente este “perfil-tipo-ideal” con respecto de lo que antes se *imaginaba* como un “profesional de los medios”.

¿Asomando un “quinto perfil” profesional en comunicación?

Existe una convicción extendida en muchos académicos de que hoy nuestros problemas son más grandes que nuestros conceptos y que la organización

13 Autor húngaro que hizo muchas aplicaciones a la semiótica; acuñó el término zoo-semiótica para dar una aplicación más amplia de los sistemas de signos por lo que se le considera el creador de la bio-semiótica que no suele estudiarse dentro de los estudios de comunicación, pero que para algunos como Carlos Vidales (2013) tiene derecho de pertenencia para el estudio de la comunicación humana. La referencia en nuestro texto viene en Sebeok un caso de diálogo abierto entre estudios sociales, humanísticos, biológicos y lingüísticos donde los fenómenos de la significación vertebran el origen de las grandes preguntas en torno no solo a la vida humana, sino al mundo natural.

14Luhmann es un autor, como frecuentemente sucede dentro de las teorías de comunicación, más citadas o referidas que propiamente analizado o aplicado a nuestras teorías. En *Veinte formas...* (Karam y Cañizalez, 2010) ya hicimos una aproximación a la originalidad sistémica de ese autor y al peculiar concepto de sistema comunicativo. A diferencia de otros autores, varios de los discípulos de Luhmann han generado distintos instrumentos, como diccionario y ensayos especializados donde explican aspectos de esta obra que supera mucho por mucho la visión de los medios y se erige como una teoría de lo social, en donde lo comunicativo juega un papel articulador fundamental.

15 Más que un filósofo, este famoso autor francés es una especie de “metodólogo” y epistemólogo que le ha preocupado las formas para nombrar y conocer la realidad. A su manera intenta dar una respuesta a la necesidad de conocimiento de la ciencia. Un ejemplo de esa respuesta lo tenemos en Morin (2005) publicado en 1990 y que refleja la necesidad de otro tipo de pensamiento, ciencia y organización de los saberes, y que constituye una introducción y fundamentación necesaria para esta nueva idea de perfil que desarrollamos en el texto.

tradicional para separar el conocimiento limita el dar cuenta de dichos problemas. La idea que la comunicación ya no es vista como un proceso lineal, masivo, y que los conceptos que teníamos para conceptualizar las prácticas de comunicación no operan dentro de las propias industrias ni de las prácticas sociales de comunicación, nos cuestiona hacia una perspectiva, que en el campo de las teorías de la comunicación no puede ser exclusivamente mediática. Ello no significa erradicar este objeto, sino que es necesario verlo de manera distinta, ponerlo en contacto con otros campos de saber.

Por tanto, este quinto perfil que queremos presentar a manera de hipótesis, ofrece diferencias con los anteriores. A nivel conceptual, este perfil es deudor de una concepción más “sistémico-constructivista”¹⁶ de la comunicación, donde éste no es solamente un medio de difusión. Creemos que la concepción del perfil del profesional en comunicación debe suponer nuevos conceptos y métodos para atender las demandas de la realidad social. No bastan las intuiciones sobre la realidad laboral o el recuento de experiencias sobre el trabajo en el aula —que muchas veces se convierte en el único insumo para renovar los planes de estudio—, pero tampoco la reflexión sin estar alimentada de datos, cuadros, gráficos e insumos cuantitativos y cualitativos. Veamos tres propuestas en lo general, donde avizoramos este perfil y para el cual la comunicación estratégica, la visión sistémica, compleja de la comunicación, los aportes de las ciencias cognitivas, se convierten en un insumo importante.

16 Entendemos por ello la tradición académica y científica de la comunicación de corte cibernético, cognitivista, y que parte una visión más integral, holística y sintética. Aquí tenemos una definición más “compleja” de la comunicación. Para Von Foerster (citado por Galindo, Karam y Rizo, 2005) la sistémica era el arte de ver, averiguar y especialmente reconocer conexiones entre las entidades observadas; se usa el término “arte”, para diferenciarla de la ciencia y su orientación positivista. La sistémica hace énfasis en las conexiones, o más propiamente en la multi-conexión entre elementos percibidos, como se resume emblemáticamente en los cinco axiomas de la comunicación de la Escuela de Palo Alto. A nivel epistemológico se quiere hacer una diferencia con una perspectiva más positivista y hermenéutica de la comunicación.

En primer lugar vemos la propuesta de J. Galindo denominada “ingeniería de la comunicación” y que promueve desde el Grupo de Ingeniería en Comunicación (GICOM). Galindo es un investigador particular en la meta-teoría de la comunicación y su relación con los perfiles curriculares (por ejemplo Galindo, 2008) y de los métodos de enseñanza (Galindo, 1985).¹⁷ Este autor fue de los primeros académicos, al menos en la producción biblio-hemerográfica mexicana, quien desde los noventa advertía ya de la necesidad sistémica, cognitiva (ver Galindo, 1994), constructivista en diálogo con la biología y la neurología, la teoría de memes y la ingeniería. Al mismo tiempo ha intentado, quizá como pocos, construir una teoría de la comunicación propia: “comunicología posible”, como el propio Moragas (2011) lo reconoce, así como las redes-grupos que organiza y coordina.

Galindo (2005) había acuñado un término extenso “comunicometodología” que recupera la idea de etnometodología” de Harold Garfinkel;¹⁸ este término es centralmente la articulación de los niveles “teoría / práctica” resumidos en la imagen de la intervención fundamental en este enfoque, de la visión altamente estratégica que supera por mucho el referente difusionista y se asoma hacia todas las formas sociales que puede asumir la comunicación y a su profesional.

17 En las referencias de la extensa bibliografía de este autor, proponemos ver Galindo 2008, 2005, 1985; además la importante compilación para el estudio del campo académico mexicano en Galindo y Luna, 1995, y el primer texto publicado con el grupo “Hacia una Comunicología posible” en Galindo, Karam y Rizo, 2005.

18 El enfoque de “etnometodología” (EM) es de corte fenomenológico e interpretativo. El concepto fue utilizado por primera vez por Harold Garfinkel (*Studies in ethnomethodology*. New Jersey: Prentice Hall, 1967) para denominar la forma de trabajo psicosociológico. La EM pretende describir el mundo social tal y como se está continuamente construyendo, emergiendo como realidad objetiva, ordenada, inteligible y familiar. La EM recomienda no tratar los hechos sociales como cosas, sino considerar su objetividad como una realización social. Considera además, que esta auto-organización del mundo social no se sitúa en el Estado, la política o cualquier superestructura abstracta sino en las actividades prácticas de la vida cotidiana de los miembros de la sociedad.

De unos años a la fecha, Galindo ha abogado con insistencia por un comunicólogo que es un “ingeniero social”, de la que quiere —creemos con razón— reivindicar una dimensión más del *saber-hacer*, que del *saber-saber*; es decir, una diferencia entre el hacer cosas con lo que se sabe, y otra, muy distinta —y más frecuente— es decir las cosas que se saben, con poca vinculación, con cierto poder transformador en las relaciones sociales. La ingeniería en Galindo surge así como un concepto que quiere superar esa connotación negativa que tuvo, y tiene en algunos ambientes, para señalar cómo este nuevo profesional es alguien sobre todo que restituye el “*communis*” y la impronta comunicológica, ahí donde se disuelven vínculos, relaciones, relatos, historias. La metáfora del ingeniero aplica a un profesional que justamente sabe generar “vínculos” y restablecer los flujos de información, contacto, asociación y afecto ente grupos y espacios. Lo que Galindo busca con su perspectiva es un modelo “científico”¹⁹ que permita entender a la comunicología como una ingeniería que pretenda diagnosticar y resolver problemas en la construcción de lo social. Se trata de un enfoque que toma distancia de cualquier pretensión difusionista, técnica, instrumental de la comunicación colectiva para estudiar ahora las estructuras complejas como redes sociales y sus tipos de vínculos. Aquí se recupera una noción más amplia del comunicólogo como un especialista de la comunicación humana, que pueda interconectar más fácilmente principios, teorías y enfoques que respondan a los grandes problemas de la comunicación en cada uno de sus niveles (interpersonal, grupal, institucional, social, hiper-mediático) y ámbitos (producción, difusión, expresión e interpretación).

19 O con información procedente de la ciencia desde una perspectiva más sintética que analítica. Justamente en su texto de 2005 ubicado en las referencias, que es una compilación de textos en torno a lo que por entonces era su proyecto original de comunicología posible, insiste en esta dimensión de un conocimiento más abierto pero sintético, más organizado y en diálogo con otras áreas y espacios conceptuales.

En sus “Apuntes de Ingeniería Social”,²⁰ Jesús Galindo (citado en Macías y Cardona, 2007) ve al profesional de la comunicación desde la ingeniería social, ve a la vida social como permanentemente constructiva, por ello se requiere un profesional que pueda realizar este objetivo con más elementos formales y técnicos, formado en una lógica de visión anticipada de los acontecimientos, a partir de una sistematización del pasado en conceptos y operaciones precisas. Galindo (citado en Macías y Cardona, 2007) la define como “la aplicación de conocimiento específico a lo social, sobre lo social, y para lo social, la invención, perfeccionamiento y utilización de reglas prácticas para construir formas de compañía, de asociación y comunidad” (p. 150) y para ello el profesional tiene que aplicar principios científicos a la construcción y diseño de comunidades en grupos sociales.

A diferencia de los otros perfiles del profesional, quizá con la ligera excepción del “humanista”, el “mediador socio-cultural”, en los que pudo haber existido una relativa visión programática de estos perfiles,²¹ el caso del “ingeniero social”, parte de una mirada más compleja de la realidad y no sujeta a una valoración moral *a priori* de los actores de la comunicación. Igualmente, a diferencia de los otros perfiles, en este contamos con una investigación y reflexión llevada por Macías y Cardona (2007) quienes a raíz de una experiencia de rediseño curricular en una institución donde laboraban, realizaron un texto en donde fundamentaban dicha perspectiva;

20 Hasta donde entendemos, Galindo no ha publicado esas notas y apuntes y solamente tenemos la referencia de Cardona y Macías, discípulas de Galindo, y ambas dirigidas en su tesis doctoral por él. Lo que sí ha publicado Galindo son distintos textos sobre ingeniería social aplicada al deporte sobre todo desde redes y grupos que analizar al deporte como práctica social y comunicativa. Dentro de los muchos textos se puede ver el número 69 de la revista electrónica Razón y Palabra dedicado a “Deporte, cultura y Comunicación” (<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>).

21 Nos referimos para el modelo humanista, en la célebre carta del jesuita Sánchez Villaseñor, y en el cuarto, a las reflexiones de Jesús Martín Barbero que hiciera durante su trabajo en la Universidad del Valle de Cali, en Colombia.

para ello desglosan y realizan una relectura de la propuesta de Galindo para sugerir al comunicador-comunicólogo como alguien con capacidad de intervenir y modificar sistemas de información-comunicación. Ello implica revisar los sentidos de investigación, los referentes de la comunicación y la idea misma de actividad de un profesional con competencias para *intervenir* (temporalmente aceptamos el sinónimo de “resolver”, “mediar”, “generar”) en dichos sistemas. Así tenemos una perspectiva no únicamente desde la planeación de la comunicación, si queremos ver un significado organizacional o gerencial, a menos aceptemos las metáforas sistémicas, la caracterización necesariamente cibernética, estructural-sistémica, cognitiva de los procesos que se quieren conocer e intervenir.

En las respectivas tesis doctorales de Macías (2013) y Cardona (2013) se han acuñado y desarrollado conceptos como “comuniconomía” para nombrar o vincularla con modelos estratégicos para la Ingeniería en Comunicación Social. Se trata de que el profesional sepa no sólo producir mensajes o evaluar sus efectos, sino realizar diagnósticos de problemas sociales, a partir de un inventario de estrategias para resolverlos, y que después pueda reportar una evaluación que expone el nivel de una mejora sistémica, una vez implementadas las soluciones. En estos tres autores se considera central una visión estratégica en el “imaginario” profesional de la comunicación, en el cual la figura “*ingeniero*” parece una buena metáfora de lo que se espera que este profesional de la comunicación realice: intervenir en las visiones del mundo, para ello la base de la comunicación no son los modelos de comunicación, sino los rebautizados “modelos comuniconómicos” que brindan una posibilidad de análisis de la realidad. El profesional ya no es solamente un analista e intérprete de la realidad que estudia, comprende y eventualmente actúa, sino un agente que interviene, trascodifica lo complejo de la realidad en programas metodológicos y luego lleva éstos a “formas tecnológicas” de acción que tienen incidencia en las interacciones sociales específicas.

De manera adicional a lo que hemos comentado, ayuda a precisar lo que Massoni (2013) ha desarrollado en su concepto de “comunicación estratégica”, y si bien su contribución curricular es para estudios de postgrado y no de licenciatura, algunas de sus definiciones y planteamientos pueden sernos útiles para aclarar los rasgos de este perfil que presentamos. Cuando hablamos de comunicación estratégica, el adjetivo para Massoni (2013) supone una idea de resolver problemas situados, impulsar una nueva visión de la problemática y un concepto que el conocimiento “enactúa”²² para restituir el fluido comunicacional entre los actores.

Massoni (2013) ofrece explicaciones de procesos implicados en la comunicación estratégica y que incluyen tareas (generar una versión técnica del problema, hacer mapas y clasificaciones, generar árboles de soluciones) en los que trata de recuperar un punto de vista comunicativo de los problemas de relación e interacción dentro de cualquier entorno, es decir, ahí donde hay seres humanos queriéndose poner de acuerdo para resolver problemas e interactuar en un sentido particular.

La autora argentina ha realizado mucho trabajo de consultoría a organizaciones, oficinas de gobierno, por tanto en ocasiones su lenguaje no se distancia del desarrollo organizacional o la administración de recursos humanos, con la diferencia —y aquí un rasgo básico de la planeación estratégica en comunicación— que aquí se imprime una “epistemología

22 La palabra tiene relación con el verbo en inglés “to enact”, que quiere decir que algo existe y es determinante para el presente. El término se conoce desde la neurología a partir del famoso biólogo chileno Francisco Varela quien habla del carácter no tanto representacional como enactivo del conocimiento (Cf. Ojeda, 2001); es decir el conocimiento como medio de interacción con el mundo. Este conocimiento está construido, al cumplir una práctica, sobre las habilidades puestas en juego por quienes adquieren tal conocimiento.

comunicativa”.²³ Massoni (2013) parece concebir al profesional de la comunicación como alguien vinculado al conocimiento de esa especie de “fenomenología de la solución” en la cual los actores se mapean, se jerarquizan, se realizan tipologías de los tipos de problemas comunicativos y se generan estrategias en cuanto al manejo de flujos, medios, relaciones y entornos para hacer los espacios más habitables, más interconectados, o si quiere, dentro de un lenguaje que no es lejano, más complejos.

A manera de propuesta

Lo que llamamos el “quinto perfil” no es algo propiamente nuevo que emerge de la nada, sino una actualización de algunos rasgos ya señalados en perfiles anteriores, como el caso del *mediador socio-cultural*, quien ya deja ver aspectos de “estratega” y es cercano al concepto que manejamos de “ingeniero”.

El nuevo perfil que podemos llamar “estratega” o “ingeniero de la comunicación” pone más acento en el diseño, en la generación de instrumentos de planeación, que propiamente en generar mensajes, o bien estudiar el efecto de ellos en la audiencia; ve más el continente —la forma de la comunicación— que el contenido —el mensaje o sus técnicas para producirlos. Así, estos perfiles definidos como “tipos ideales” se pueden ver con acentos en algunas de las actitudes, habilidades, herramientas o

23 Entendemos el concepto en los términos de lo expuesto por Karam (2007) o Becerra (2004) de ver a la comunicación como un punto de vista, y no sólo como un objeto o herramienta. La contribución particular de los estudios de comunicación podría ser el desarrollo de este punto de vista que implica naturalmente el estudio de los modelos de comunicación, sus componentes y presupuestos, su desarrollo y aplicaciones, así como de los aportes que las teorías de comunicación hacen a los grandes problemas de la comunicación.

competencias tradicionales a las que ahora se suman o redefinen algunas vinculadas a una definición más técnica en la reorientación de patrones de interacción en espacios sociales.

De las diferencias que vemos en este quinto perfil con relación a los anteriores, es en primer lugar las disciplinas y saberes con los que dialoga, las genealogías dominantes de su reflexión, el concepto de comunicación que va más allá de aquellos desarrollados en nuestras teorías de la comunicación de corte más psicológico o politológico.

Consideramos que la claridad que se pueda ganar, a partir de problematizarlos o ponerlos a prueba, de los perfiles profesionales, puede tener, entre sus beneficios, avanzar en otro debate: ya que la teoría de la comunicación es un “subcampo”²⁴ que de alguna manera no puede presentarse de manera global o extensa dentro de un plan de estudios, es necesario tomar decisiones que delimiten cuáles son las teorías, escuelas, corrientes o enfoques más pertinentes de acuerdo a los énfasis que se señalen en el perfil de egreso. Es cierto que no existen perfiles puros y frecuentemente, al conversar con directivos y profesores en las distintas escuelas, reconocen que sus planes de estudio tienen un poco de todos los perfiles. Si bien esta información sería objeto de otro debate, reconociendo la presencia de diversos perfiles, creemos recomendable que los equipos

24 En la escritura teórica de la comunicación en México quizá quien más ha problematizado este aspecto y ha radicalizado algunos de sus hallazgos es Vidales (2013), quien señala que la teoría de la comunicación es un sub campo aparte, y de hecho es algo que al tradicional campo de la comunicación no le interesa. Más aún, dicho subcampo se realiza “por encima”, “a un lado” o de manera distante de ese amplio espacio de escuelas, centros de investigación, etc. De hecho, el problema entre el fenómeno de la comunicación, las teorías, la investigación es irrelevante, ya que como señala Vidales lo que llamamos investigación de la comunicación no tendría únicamente relación con lo que sucede dentro del campo de la comunicación, sino que se extendería a todo lo relacionado con el fenómeno y objeto de la comunicación.

de trabajo encargados de la definición de dicho plan de estudio, precisen, a través de cuadernos de trabajos, instrumentos de análisis o insumos, los aspectos relevantes de ese perfil o cómo se interrelacionan sus distintos componentes con la malla curricular, las asignaturas o los ejes formativos.

Creemos que las carreras de comunicación no tienen como obligación principal “enseñar todas las teorías” dentro de un perfil específico y, suponiendo que una de las finalidades de este tipo de cursos es dar el cuerpo básico de conocimientos a ese profesional con respecto a los problemas, conceptos, respuestas y métodos de la comunicación básica y aplicada, es necesaria esa reflexividad para lo cual proponemos generar equipos de trabajos que periódicamente realicen esa definición y establezcan los vasos comunicantes entre los elementos dispersos del plan de estudios. Entre las muchas tareas de esos equipos de trabajos está la definición del cuerpo de teorías dominante para resolver la pregunta sobre esos saberes básicos y aplicados. Por otra parte, estos grupos tendrían que alimentar su reflexión de insumos, datos, generados empíricamente por redes de investigadores coordinadas deseablemente desde instituciones como AMIC o CONEICC, pero también de grupos o redes que desde otras instancias se generen.

Un ideal de plan de estudios en comunicación podría ser aspirar a presentar todas las teorías agrupables bajo el membrete de “comunicación”. Matizamos la hipótesis. Sin dejar de reconocer el valor de los clásicos en el pensamiento académico en comunicación, una ubicación más sistemática y organizada de las teorías con relación a los perfiles permitiría tomar mejores decisiones curriculares sobre aspectos y áreas de los currícula en comunicación e ir más allá de modas o tendencias sin que éstas se problematicen o estudien.

Hace varios años Sánchez Ruiz (2002) realizó un texto interesante en el que intentaba zanjar el dilema de la teoría-práctica en la enseñanza y ejercicio

de la comunicación, y propuso algunas rutas que podrían intercomunicar de manera más fluida la enseñanza-aprendizaje, la producción-difusión del conocimiento científico y los usos, aplicaciones y modos de presencia del conocimiento científico en los espacios laborales, profesionales y productivos. La pregunta que intentó responder el célebre investigador tapatío es cómo generar pertinencias mutuas y correspondencias entre todos estos subcampos (enseñanza, investigación básica y aplicada, y campos profesionales), para ello Sánchez Ruiz enumera algunas interacciones posibles que por razones de límites de espacio ahora no desarrollamos. Creemos que este quinto perfil atiende de otra manera lo señalado por Sánchez Ruiz en el texto citado.

En realidad, el famoso dilema entre la teoría y la práctica de la comunicación parte de un planteamiento falso, ya que se ven como opuestos cuando son dimensiones de una misma realidad. Comunicación básica y comunicación aplicada, son así espectros de un continuum que requieren un criterio curricular más amplio, flexible y complejo al mismo tiempo, para interconectarlos por encima de una supuesta oposición entre un “concepto de” versus “aplicación de”.

Estos “perfiles ideales” o “tipos”, en el sentido weberiano antes descrito, son receptáculos de un conjunto de teorías que pueden ser centrales en los currícula de cada perfil y también acentos en el ejercicio de la comunicación. Ninguno es superior o inferior, responde a contextos, situaciones e incluso niveles de institucionalización o del desarrollo del propio campo académico de la comunicación.

El llamado documento que la escuela o facultad entrega a la SEP para su aprobación frecuentemente se realiza como una tarea administrativa, carente a veces de método y organización. Por ello, proponemos encuadrar

y redefinir estas tareas de revisión y actualización curricular como un tipo de actividad intelectual que realizan equipos de trabajo, donde al definir un perfil de egreso, éste funciona como un organizador de la “enacción” de los agentes que participan en la elaboración del plan. Nuestra hipótesis del “cuarto” o “quinto” perfil profesional tiene sentido si entre los agentes del campo, o de un espacio universitario acotado, se alimenta y facilita el diálogo, la investigación curricular, la generación de conocimiento sobre los espacios de la comunicación aplicada y productiva, y por tanto permite que dichos agentes generen una representación más dinámica y organizada de las relaciones entre el plan de estudios y el ejercicio laboral del profesional en comunicación, para abonar lo que creemos en parte tienen que hacer los investigadores: hacer que este mundo sea más complejo, o dicho en otros términos, denso, in-formado, intercomunicado o conectado a la manera que los “ingenieros sociales de comunicación” aspiran restituir la impronta del *communis*, ahí donde hay desfase o desconexión.

Referencias

- Aguirre, R. (2006). Cibernética, Neurociencias y Comunicación. *Revista Comunicología@: indicios y conjeturas*, (5). Recuperado de http://issuu.com/luly/docs/revista_comunicolog_a_-no5_cibernetica__neurocien
- Becerra, J. (2004). La comunicación: de objeto a categoría. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 10(19), 53-65.
- Cardona D. y Macías N. (2004). La formación del comunicólogo desde la ciencia aplicada. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XI*, 73-83
- Cardona, N. (2013). *Comunicología y relaciones de pareja en mujeres del Distrito Federal*. (Tesis de Doctorado). UADEC / UNAM, Saltillo.

- Castoriadis, C. (2001). *Figuras de lo pensable (Las encrucijadas del laberinto VI)*. México: FCE.
- Díaz Barriga, F., Lule, M., Pacheco, D., Rojas-Drummond, S. y Saad, E. (2000) *Metodología de diseño curricular para educación superior* (1ª ed., 8ª reimp.). México: Trillas
- Fuentes, R. (2003). *Nueva sistematización académica del campo de la comunicación*. Guadalajara, ITESO.
- _____ (2001). Investigación y utopía de la comunicación. En *Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980-1996* (pp.139-145). Guadalajara, México: ITESO.
- _____ (1992). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. *Diálogos de la Comunicación* (32), 16-26.
- _____ (1991). *Diseño curricular para las escuelas de comunicación*. México: Trillas.
- Galindo, J. (2008). Hacia una comunicología posible en México. Los planes de estudio, la bibliografía y las teorías de comunicación. En Chávez G. y Karam T. (Comp.), *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica* (pp. 81-108). México: Universidad de Colima / Universidad Autónoma de Baja California / PRAXIS.
- _____ (2005). *Hacia una comunicología posible*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- _____ (1994) De comunicación y ciencia cognitiva. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VI, N° 17, pp. 3-16
- _____ (1985). La universidad y la enseñanza de la comunicación. El caso de la Universidad Iberoamericana. En *Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva N° 37 (TICOM)*, México: UAM-X.
- Galindo, J. y Luna, C. (Coords.) (1995). *Campos académicos de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: CONACULTA.

- Galindo, J. Karam, T. y Rizo M. (2005). *Cien libros. Hacia una comunicología posible*. México: UACM.
- Rebeil, M. y Portillo S. (2011). Tendencias Generales de la enseñanza de la comunicación en México. *Revista ALAIC*, (11).
- Karam, T. y Cañizalez, A. (2010). *Veinte formas de nombrar a los medios. Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación*. San Cristóbal, Táchira Venezuela: Universidad de Los Andes. <http://www.cienciared.com.ar/posgradounlz/karamycañizales2010.pdf>
- Karam, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Andamios*, 4(7), 97-124.
- _____ (2005). El cuarto modelo de la enseñanza en las ciencias de la comunicación. *Global Media Journal*, 1(2).
- _____ (2005b). Dos Debates para un Currículo en Comunicación y Cultura: El caso de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. *Razón y Palabra*, (47). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Macías, N. y Cardona, D. (2007) *Comunicometodología, Intervención social estratégica*. México: Universidad Intercontinental.
- Macías, N. (2013). *Ingeniería en comunicación social. Hacia la construcción de modelos comuniconómicos en las relaciones de pareja a partir del programa narrativo*. Tesis de Doctorado. Saltillo, México: UADEC / UNAM
- Martín Barbero, J. (1984). *Comunicación popular y modelos transnacionales*. Seminario. Movimiento popular y modelos transnacionales. España: CSUCA.
- Massoni, S. (2012). Mesa de Debate nº 1: Comunicación, sí: pero ¿de qué Comunicación estamos hablando? *Elogio de la comunicación estratégica como algoritmo fluido...* (17), 37-65. FISEC-Estrategias – Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Recuperado de <http://www.fisec-estrategias>

- _____ (2013). *Metodología de la comunicación estratégica. Del inventario al encuentro sociocultural*. Buenos Aires, Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Morin, E. (2005) *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona. Gedisa.
- Nachmanovich, D. (2007) *La organización en redes de redes y de organizaciones*. México. UNAM (Colección Conceptos Fundamentales de Nuestro Tiempo 9).
- Ojeda, C. (2001). Francisco Varela y las ciencias cognitivas. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 39(4), 286-295. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-92272001000400004
- Sánchez Ruiz, E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social. Notas para una agenda. *Diálogos de la Comunicación*, (64). Lima: FELAFACS. Recuperado de <http://www.alaic.net/santa-cruz/enrique-sanchez.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.
- Vidales, C. (2013). *Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación*. Salamanca, España: Comunicación Social.
- Wallerstein, I. (Coord.) (1996). *Abrir las Ciencias Sociales*, México: Siglo XXI/UNAM.
- Weber, M. (2009). *La ética protestante y el espíritu capitalista* [Trad. Luis Legaz]. Madrid: Reus (Colección Clásicos del Derecho).

Comentarios en torno a las historias generales del periodismo en México con las que hemos formado a los comunicadores profesionales en nuestras aulas

Iñigo Fernández Fernández¹

A manera de introducción

Cuando la Universidad Iberoamericana fundó la primera carrera de Ciencias y Técnicas de la Información en el año de 1960 (Hernández, 2004), no sólo hizo historia, también dio inicio a un proceso continuo de formación de comunicadores profesionales que ha ido creciendo paulatinamente hasta alcanzar, en el año 2012, la cifra de 67,128 estudiantes (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 2014).

¹ Doctor en Documentación por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor-investigador y encargado de la Jefatura de Comunicación y Sociedad en la Escuela de Comunicación de la Universidad Panamericana, campus Ciudad de México. infernan@up.edu.mx, inigus2002@gmail.com

Más allá de las cuestiones numéricas, lo cierto es que quienes nos dedicamos a la docencia en el campo de la comunicación nos enfrentamos al reto de formar semestre tras semestre a jóvenes estudiantes con el deseo de que lleguen a convertirse en profesionistas comprometidos con la sociedad y su transformación.

Si bien esta tarea se nos manifiesta a través de distintos rostros, cada uno de ellos con sus matices y claroscuros, en este texto queremos referirnos tan sólo a uno: la historia del periodismo en México, saber que lejos de limitarse a los listados de fechas y nombres de periódicos y de periodistas, aspira a dar a los alumnos una perspectiva analítica de cómo la prensa ha ido interactuando con los entornos cultural, económico, político, social... en México a lo largo de los siglos y de cómo ésta es un producto de su tiempo a la par que su reflejo. Una manera de trabajar lo anterior es a través de las historias generales del periodismo en México, obras que sacrifican los detalles y especificidades de las épocas, textos y protagonistas en aras de compartir una visión panorámica y sintética de la materia.

Como consecuencia de lo anterior, aquí nos proponemos presentar una revisión cronológica-crítica que dé cuenta de las once historias del periodismo nacional escritas entre 1928 y 2003 y con las que hemos formado, y seguimos haciéndolo, a varias generaciones de estudiantes de comunicación y periodismo dentro de las aulas. Nuestro propósito es plantear un panorama general en el que hagamos patentes las continuidades y las rupturas al interior de este universo que compartimos con nuestros alumnos en el aula, pongamos de manifiesto los aportes que estos brindan al estudio de la temática y respondamos a las preguntas: ¿de qué manera abordan el periodismo como ocupación y proceso de producción?, ¿enseñan una forma de hacer periodismo?, ¿legitiman unos valores profesionales sobre otros? y, por último, ¿es necesario seguir escribiendo este tipo de historias en nuestro país?

Las historias generales del periodismo mexicano

En su artículo “Historiografía de la prensa regional en México”, Del Palacio (1998) afirma que los primeros intentos por escribir una historia del periodismo mexicano se remiten al año 1889 cuando Luis González Obregón publicó en la *Revista de Nacional de Ciencias y Letras* un texto de cinco cuartillas llamado “Apuntes para una historia del periodismo en México” (p. 12).

A reserva de lo anterior, la primera obra que logró este objetivo fue escrita por Henry Lepidus. En enero de 1928, la Universidad de Missouri publicó *The history of mexican journalism*, texto que había sido su tesis de licenciatura y que fue traducido y publicado en México ese mismo año como parte del segundo volumen de los Anales del Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía bajo el título de *Historia del periodismo mexicano*.

Es importante hacer mención que en los años treinta Lepidus dejó la academia para dedicarse al ejercicio del periodismo, actividad en la que destacó como redactor en la CBS durante la Segunda Guerra Mundial y, más importante aún, como reportero y corresponsal de varios medios norteamericanos en Centroamérica entre los años treinta y sesenta del siglo pasado (Fernández, 2013).

Un aspecto que nos ayuda a entender el texto de Lepidus es que lo escribió en el tiempo en el que las relaciones entre Estados Unidos y México pasaban por un buen momento, situación que, a su vez, contrastaba con lo ocurrido en el mandato de Álvaro Obregón (1920-1924), donde el tema de su reconocimiento por parte del gobierno norteamericano generó tensiones diplomáticas entre ambas naciones hasta el 13 de agosto de 1923 con la firma del *Tratado de Bucareli*.

Así, Lepidus (1928) se sumó al espíritu de su tiempo al afirmar que “este autor desea que su estudio ayude a los lectores americanos a hacerse una idea más completa de los logros que México ha obtenido en el pasado y de las condiciones en las cuales se está desarrollando en el presente” (p. 3).

La historia del periodismo mexicano destaca por su carácter exhaustivo en virtud del número de publicaciones decimonónicas que Lepidus cita en sus páginas –varias de ellas sólo las conocemos hoy por nombre–, por estar bien escrito y estructurado, por tomar como hilo conductor al tema del ejercicio de la libertad de expresión en México, y por hacer énfasis en los vínculos que mantuvieron las publicaciones periódicas de los siglos XIX y XX con la literatura de su tiempo.

A reserva de lo anterior, Del Palacio (1998) asume que es posible atribuir el éxito del texto entre los historiadores, y aquí podríamos incluir también a los docentes de comunicación, por la cercanía temporal con el objeto de estudio, lo cual tampoco debe ser tomado como garantía de precisión pues la misma autora advierte que la obra posee varias imprecisiones.

Poco tiempo después, entrada la década de los años treinta, Fortino Ibarra publicó dos volúmenes dedicados al estudio de la actividad periodística en nuestro país. El primero, aparecido en 1934, se llama *El periodismo en México (Primer Tomo): Lo que es y lo que debe ser: un estudio del periodismo y del periodista mexicanos y de las posibilidades de ambos para el futuro*; en tanto que el segundo, de 1937, se intitula *El periodismo en México (Segundo Tomo): Las mexicanas en el periodismo*.

Ibarra fue un hombre que desde su juventud se dedicó a la actividad periodística, en la cual destacó como articulista en diversos periódicos y como redactor de *El Nacional* y *El Universal*. Otras facetas menos conocidas de él fueron los estudios en la lengua náhuatl, entre los que se encuentra

su *Geonimia indígena mexicana* (León-Portilla, 1998), la creación literaria (*Cuentos de Antaño y Hogaño*, 1939) y la novela histórica (*Carlota: Infidelidades de Maximiliano*, 1958).

El primer tomo navega entre el pasado y el presente del periodismo, pues hace una revisión histórica de esta actividad a partir de cuatro épocas: de la llegada de la imprenta hasta 1809, durante la Independencia, desde 1821 hasta fines del siglo XIX, y el periodismo “actual” (del Porfiriato hasta 1934). En este último aboga por el periodismo industrial, da cifras sobre tiraje y número de periódicos, y critica tanto al gobierno como a los burócratas, a los periodistas y a los lectores, si bien reconoce la importancia de éstos últimos al señalar que “los periódicos no los hacen los redactores, sino los lectores” (1934, p. 82).

Lo interesante de este libro es que, si bien Fortino Ibarra lo escribió para compartir su postura ante la situación que guardaba el periodismo de su tiempo, con el paso de los años se convirtió en un testimonio histórico de esta actividad en las primeras décadas del siglo XX. Entre sus páginas encontramos reflexiones sobre las desventajas de ser un periodista asalariado, los conflictos de intereses entre el gremio y la empresa, y la inviabilidad del puritanismo intelectual en algunos periodistas; también nos remite a las clases de periódicos, describe cómo son los periodistas, las condiciones de las redacciones, cómo deberían ser las notas informativas y editoriales y cuestiona la exaltación de la violencia, la utilización de historietas extranjeras y la falta de originalidad de las mexicanas. De igual manera, ofrece consejos para mejorar el estilo, para obtener noticias, para hacer entrevistas y para mantener la ética personal.

En 1934 publicó el segundo tomo, que llevaba por nombre *Las mexicanas en el periodismo* y que inicia con una revisión de la evolución de los periódicos

y revistas dedicadas al “bello sexo” en tres momentos: la época virreinal, la etapa comprendida entre Leona Vicario y el fin del siglo XIX y la que abarca desde el inicio del siglo XX y culmina el año de 1935.

En este sentido, Ibarra no se limita a decir lo obvio –lo difícil que resultó a las mujeres entrar al medio periodístico mexicano–, más bien centra su interés en explicar sus contribuciones como periodistas, dueñas de imprentas o directoras de publicaciones periódicas, labor que le lleva lo mismo a reconocer a Leonora Vicario como la primera periodista mexicana que a hacer un recuento de periodistas de su tiempo o, bien, a reconocer a las mujeres que tuvieron influencia en el desarrollo del periodismo en México y dieron a conocer al país en otras partes del mundo mediante artículos, libros, estudios académicos... A partir de esta perspectiva, no debe resultarnos extraño que Ibarra acusara que en la prensa de su tiempo hubiese una escasa participación femenina, problema que a su parecer podría remediarse haciendo “un periodismo popular, de tendencias sociales, es decir, de tendencias no basadas, no fincadas, en la política” (1934, p. 160).

El ejercicio de Ibarra resulta innovador por “darle voz” a un grupo que, por lo general no la había tenido en el medio periodístico. Sin embargo, tampoco podemos considerarlo como un ejercicio disruptivo pues ya desde las postrimerías del Porfiriato, las mujeres habían ido aumentando su presencia social y política, tendencia que se vio fortalecida con la Revolución y los gobiernos que emanaron de ella. Al respecto, Cano (1996) comenta que en los treinta se dio una contradicción, pues mientras que esta década fue:

De auge para las organizaciones políticas de mujeres. Paradójicamente, en esos años el término feminismo cayó en desuso, probablemente a causa del predominio del lenguaje político marxista que descalificaba al feminismo por considerarlo como un asunto de mujeres burguesas ajeno a los intereses del proletariado”. (p. 352)

Desconocemos hasta qué punto Ibarra pudo estar influenciado por este cambio en el discurso oficial, pero lo cierto es que en su obra jamás utiliza el término “feminismo”.

Después del esfuerzo realizado por Ibarra, pasaron 20 años en los que no se publicó una historia general de la prensa en México. Fue una época en la que los historiadores parecían estar más interesados tanto en el estudio de temas relacionados con la Revolución como en el debate historiográfico entre el cientificismo y el historicismo (Moctezuma, 2005). En el ámbito de la comunicación se consolidó y fortaleció la radio, particularmente la comercial, pues se fundó la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMERC) que, a partir de 1941, se transformaría en la Cámara Nacional de la Industria. Para la prensa, en cambio, fueron tiempos un tanto difíciles pues Lázaro Cárdenas creó la Productora e Importadora de Papel, S. A., (PIPSA), con la que el gobierno se aseguraba un control de facto sobre la libertad de expresión, en general, y sobre las publicaciones periódicas, en particular. De igual forma, a mediados de los años cuarenta el coronel José García Valseca inició su famosa cadena de periódicos que no sólo destacó por su alcance y las innovaciones tecnológicas, también por acuñar una nueva forma de hacer periodismo en México que, para Carlos Monsiváis (1985), se construyó...

Sobre chantajes a gobernadores, adulación al aparato político, habilidad para negociar la diaria compra de las adhesiones y las ocho columnas. La PIPSA condona con regularidad las grandes deudas de la Cadena y el apoyo a cada candidato a la Presidencia se cobra implacable y crecidamente. (pp. 64-65)

En 1955 Miguel Velasco Valdés publicó su *Historia del periodismo mexicano*. Velasco fue el primer historiador que trabajó el tema, si bien sus intereses iban más lejos pues también se adentró en el campo de la lingüística,

lo que le llevó a publicar en 1957 el *Vocabulario popular mexicano*, en 1961 su *Refranero mexicano* y en 1967 el *Repertorio de voces populares en México*.

En el libro encontramos una notoria influencia del trabajo de Lepidus, de tal manera que parece que Velasco (1955) busca enriquecer y actualizar el ejercicio realizado por el autor norteamericano al dar cuenta del “opulento acervo de nombres de periodistas y títulos de periódicos que en ella [la hemerografía mexicana] figuran, gran parte de los cuales ningún tratadista había consignado hasta ahora” (p. 6).

Velasco cumplió con su objetivo pues su obra da cuenta de un gran número de nombres de periódicos y de periodistas que, en los años cincuenta del siglo pasado, se desconocían por hallarse perdidos en los acervos o entre las páginas de libros de historia.

De igual forma, y como si quisiera seguir el ejemplo de Fortino Ibarra, Velasco (1955) se tomó el tiempo para escribir una serie de reflexiones en torno a los factores adversos y favorables que en ese tiempo incidían en el periodismo mexicano moderno. En ese sentido, destaca su llamado a estudiar un fenómeno relativamente nuevo pero que tenía un gran potencial en una nación donde el índice de analfabetismo en 1950 rondaba el 42% (INEGI, 2012): el periodismo radiofónico.

Un aspecto relevante de la obra, que en su momento probablemente pasó inadvertido, es que Velasco cita la tesis de licenciatura de María del Carmen Ruiz Castañeda, joven estudiante que con los años se convertiría en uno de los referentes para el estudio de la historia de la prensa en nuestro país.

El siguiente libro apareció en 1962, cuando Rafael Carrasco Puente publicó *La prensa en México: datos históricos*. Carrasco es una figura esencial

para el estudio de la historia de la prensa mexicana pues no sólo fue uno de los bibliotecarios más importantes de su tiempo, también fue el primer director de la Hemeroteca Nacional (Carrasco, 1973).

Este perfil tan peculiar dejó su impronta en el texto pues, a diferencia de los comentados, ni posee un carácter monumental ni tampoco aspira a reflexionar en torno al quehacer periodístico. En su calidad de prologuista, María del Carmen Ruiz Castañeda señala que el libro presenta “los hitos que han ido marcando en su trayectoria la evolución periodística nacional” (p. 14); es decir, se trata de un texto que está centrado sólo en aquellos momentos que han sido importantes en la historia del periodismo mexicano.

En ese sentido, Carrasco realiza una labor de contextualización por la que sitúa a los lectores en los distintos marcos históricos en los que se publicaron los periódicos y, a continuación, explica de manera sucinta los contenidos de éstos. Así, presenta a las publicaciones periódicas como creaciones que responden a las necesidades, problemas y requerimientos de su tiempo, otorgándoles de este modo una historicidad que va más allá de la mera cronología.

Como consecuencia de lo anterior, se entiende que el libro también contenga seis conferencias que Carrasco impartió en la Hemeroteca Nacional de México entre 1944 y 1948. Cada una de ellas versa sobre los diversos tipos de prensa que se dieron en México –la científica, la militar, la opositora, la obrera y la caricaturesca–, el contexto en el cual se desarrollaron, los criterios bajo los cuales fueron publicados y los autores que escribían en ellos.

A manera de complemento, la última parte del libro cuenta con biografías breves de los sesenta periodistas que, al entender de Carrasco, fueron los más importantes de México desde inicios del siglo XVIII y hasta mediados del

XX, y por facsímiles de las portadas o páginas principales de los periódicos en los que trabajaron.

Tres años más tarde, en 1965, Jesús Romero Flores publicó *El periodismo en México: síntesis histórica*. Romero Flores fue un político mexicano que destacó por tener varios cargos públicos, entre ellos el de diputado en el congreso constituyente de Querétaro que promulgó la Constitución de 1917. Según el Centro de Estudios sobre la Cultura Nicolaita, una de sus pasiones fue la historia y, como consecuencia de ello, entre otras tantas obras, publicó *Historia de la Civilización Mexicana* [en 1926], colaboró en los Anales del Museo Nacional y participó con su obra *Los Gobernadores de Michoacán durante un siglo en los festejos por el Primer Centenario de la Constitución Federal* [en 1925].

El texto está compuesto por 40 páginas y, al igual que sucede con el de Carrasco, es un esfuerzo por contextualizar la historia del periodismo nacional, si bien su punto de partida no es propiamente México sino Europa y los orígenes de la prensa. En este punto, Romero Flores sostiene, y resulta evidente que éste es el hilo conductor de su obra, que “el periodismo [...] es el resultado del progreso del arte de la imprenta, sin la cual no hubiera podido existir y es también el resultado de la sed de saber, del afán de conocer” (p. 5).

Entre sus páginas, Romero Flores explica la evolución de las publicaciones periódicas en Nueva España y México concluyendo en el año 1929 con la fundación de *El Nacional*, periódico del Partido Nacional Revolucionario, del que él fue militante cuando se transformó en el Revolucionario Institucional. Al llevar a cabo esta labor, menciona, si bien de manera un tanto irregular, los nombres de las publicaciones, de algunos de sus directores, editores y fundadores, las circunstancias en las que éstas surgieron, los contenidos que les daban vida y hace una breve mención de los marcos históricos en los que

circularon por las calles del país. Así, en la parte final incluye una lista de las principales revistas publicadas a lo largo de la historia del periodismo en México, enumeración que principia 1774 pero que concluye, de manera prematura, apenas en 1910.

Se trata, pues, de un folleto que fue concebido por su autor para brindar un panorama general de la historia del periodismo nacional y de algunos de sus aspectos más importantes (contextos, fechas, periodistas y publicaciones), no así para ser un documento que diera cuenta de detalles o, bien, que se constituyera en una herramienta de consulta.

En 1966 apareció *Periodistas y periódicos mexicanos (Selección hasta 1935)* del jesuita José Bravo Ugarte, la única historia general del periodismo nacional realizada por un sacerdote. Bravo Ugarte consagró su vida académica al estudio de la historia, de tal manera que escribió entre 1941 y 1959 una obra de cuatro volúmenes llamada *Historia de México*, y en 1967 publicó tres libros *La ciencia en México*; *Efraín González Luna, abogado, humanista, político, católico* e *Instituciones políticas de la Nueva España*. Desde 1942 y hasta su muerte, acaecida en 1968, ocupó el sillón 23 de la Academia Mexicana de la Historia (Academia Mexicana de la Historia).

La propuesta fue innovadora pues lejos de tratarse de un análisis exhaustivo de la historia del periodismo en México o de un trabajo de contextualización de la misma, es un ejercicio de discriminación documental que consiste en realizar “una selección útil para la historia [...]” (p. 5).

Tal como lo había realizado Romero Flores un año atrás, Bravo Ugarte tiene como punto de partida un apartado en el que da cuenta de la formación y del desarrollo del periodismo en el mundo. A partir de aquí, cada capítulo inicia con un breve contexto histórico del periodo estudiado al que le sigue una lista selectiva de publicaciones acompañada de una breve reseña en la

que se destacan algunas de sus características y datos más importantes. A continuación éstas son ordenadas en función de las tendencias políticas a las que pertenecían o, bien, por el tipo de sus contenidos (literarios, científicos, infantiles, etcétera).

En sentido estricto, más que una historia del periodismo en México, Bravo Ugarte escribió un catálogo hemerográfico comentado, que sin lugar a dudas fue importante en su tiempo como obra de consulta para aquellos interesados en las publicaciones periódicas mexicanas de los siglos XVIII, XIX y XX.

A las historias generales del periodismo en México de Carrasco, Romero Flores y Bravo Ugarte debemos añadir la publicación en 1968 de la *Reseña histórica del Periodismo Mexicano* del historiador y político Moisés Ochoa Campos. Como funcionario público ostentó varios cargos públicos, destacando los de diputado federal y director del Instituto de Asesoría y Capacitación Financiera Municipal del Banco de Obras Públicas; en tanto que en su faceta de historiador, fue vicepresidente de la Sección de Historia de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística y publicó varias investigaciones, entre las que destacaron: *Juan Ignacio María de Castorena*, de 1944; *De Tacubaya a Chapultepec 1827-1945*, de 1945 y *Altamirano combatiente*, de 1984 (Enciclopedia Guerrerense, 2012).

El libro se constituye como un homenaje a Juan Ignacio María de Castorena, a quien Ochoa profesaba una especial admiración, al tiempo que es una síntesis informativa que pretende cubrir “el vacío” dejado por las pocas obras dedicadas a la historia de la prensa que existían hasta ese momento. Su punto de partida es, por demás, *sui géneris*, pues en vez de centrar su interés en los periódicos, lo focaliza en los periodistas, a los que considera como “guías de gobiernos y de pueblos”.

Ochoa aporta al estudio del tema al mencionar la relevancia de los impresores y tipógrafos del siglo XIX; al entender el periodismo en una acepción tan amplia en la que caben la caricatura hasta los corridos de la Revolución Mexicana; al resaltar el papel desempeñado por los columnistas de la década de los sesenta del siglo pasado; al ubicar el desarrollo del periodismo a la par del de los medios de transporte y otros medios de comunicación como la radio y la televisión, lo cual conlleva a una concepción de la historia los medios, más que de la prensa, como un proceso cultural complejo.

Si bien los años setenta no fueron tan prolijos en el número de historias generales del periodismo en México, pues tan sólo se publicó un texto, este resultó ser a la postre el de mayor éxito y difusión. Nos referimos a *El periodismo en México. 450 años de historia*,² proyecto coordinado por Salvador Novo y realizado por María del Carmen Ruiz Castañeda, Luis Reed Torres y Enrique Cordero y Torres, que salió a la luz en 1974.

Para entonces, Ruiz Castañeda era una investigadora reconocida por los estudios de prensa y periodismo que había publicado desde los años 50 y por haber convertido al periódico en un objeto de estudio histórico en obras tan importantes como *Periodismo político de la Reforma en la ciudad de México: 1854-1861*, de 1954 y *La prensa periódica en torno a la Constitución de 1857*, de 1959.

Por su parte, Luis Reed Torres es periodista e historiador. Como periodista, ha trabajado para la antigua cadena García Valseca, *El Heraldo de México* y *Excélsior*, entre otros más, y ha sido reconocido por el Club

² En 1992 se publicó una segunda edición que llevó por título *El periodismo en México. 500 años de historia* y que se diferenciaba de la primera, en esencia, por tener el capítulo “Los años recientes (1965-1994) y el añadido “De última hora”, ambos de la autoría de Luis Reed Torres.

Primera Plana por su trayectoria. En el campo de la historia ha publicado varias obras, entre ellas, *Joaquín Miramón, El General Olvidado*, de 2012; *El panteón del Tepeyac y sus residentes*, de 1996, y *El general Tomás Mejía frente a la doctrina Monroe: La Guerra de Reforma, la Intervención y el Imperio a través del archivo inédito del caudillo conservador queretano*, de 1989.

Enrique Cordero y Torres fue un escritor, historiador, literato periodista y profesor poblano. Al igual que Reed, trabajó para la cadena García Valseca y *Excelsior*. Además, fungió como redactor del periódico *La Opinión* y fundó los periódicos *1924*, *Magazine Proletario* y *Xicoténcatl*. En el campo de la historia, centró su interés en Puebla, tal como lo ponen en evidencia su *Historia del Periodismo en Puebla (1928-1946)*, de 1947; *Historia general compendiada del Estado de Puebla (1531-1966)*, de 1967; *Historia del Río San Francisco, Embovedamiento y Boulevard Héroes 5 de mayo*, también de 1967, y *Danzas y bailes aborígenes del territorio poblano*, de 1969 (Cordero, 2004).

El libro tiene una marcada influencia de los trabajos de Lepidus y de Velasco y, en cierto sentido, da la impresión de que se trata de una labor de actualización y continuación de éstos. Si bien el objetivo es brindar al lector una visión panorámica de la historia del periodismo mexicano, es necesario destacar dos de sus aspectos. El primero es la considerable cantidad de publicaciones periódicas que comprende –algunas son comentadas en tanto que la mayoría tan sólo se mencionan. Este punto es un tanto polémico pues hace que la obra guarde un gran paralelismo con lo hecho por Lepidus y Velasco; sin embargo, tampoco es viable afirmar que se trate de un plagio.

El segundo elemento que destacamos es la labor de contextualización que realizan los autores, lo que, a su vez, nos hace recordar a Carrasco y Romero Flores. Con ella facilitan la comprensión del tema porque no sólo

vinculan las publicaciones periódicas más importantes con su tiempo, también permiten entender con mayor cabalidad los motivos que llevaron a su fundación, los objetivos que las animaban, su relación con el poder, las vicisitudes que debieron afrontar y, en algunos casos, las razones por las que dejaron de editarse.

En ese sentido, podemos decir que se trata de una historia del periodismo en México que se basa en la información y abordajes presentes en los textos que le precedieron y que cuyo éxito, creemos, radica en tres aspectos: el prestigio de Ruiz Castañeda, la difusión por los canales adecuados de comercialización y el uso de una redacción y estructura más afines a los trabajos de divulgación que a las obras monumentales o de corte político.

En 1987 la editorial Panorama publicó *Historia del periodismo en México* de Yolanda y María Luna Argudín. Yolanda es doctora en letras y entre sus publicaciones se encuentran *La cinta de Möebius*, de 1978, e *Historia del teatro en México*, de 1987 (Universidad Veracruzana, 2003). Por su parte, María Luna es historiadora, con especialidad en historiografía, ha coordinado el libro *Historia contemporánea de México. Vol. II. La construcción nacional. 1830-1880* y publicó en 2006 *El Congreso de la Unión y la política mexicana, 1857-1911*, de 2006 (Universidad Autónoma Metropolitana, 2011).

Es evidente que el objetivo de las autoras es presentar una perspectiva compacta de la historia del periodismo mexicano, particularmente del político, desde sus orígenes y hasta llegar al año de 1986. En realidad se trata de un texto que carece de contenidos detallados e innovadores pues se limita a abreviar en gran medida de algunos de los textos aquí estudiados y de las fuentes secundarias contenidas en éstos.

En los años noventa no se publicaron historias generales del periodismo en México. Esta fue una época en la que los periódicos despertaron el interés de los historiadores, y en menor grado el de los comunicólogos (Del Palacio, 2006) como objetos de estudio, y en la que el número de tesis de posgrado consagradas al tema empezó a aumentar considerablemente; sin embargo, también fue un tiempo en el que especialistas como Celia Del Palacio (1998) empezaron a cuestionar la manera cómo se había abordado el tema y a plantear la necesidad de innovar a través del uso de nuevas fuentes, metodologías y perspectivas.

La historia general que se ha escrito más recientemente corresponde al año de 2003. Es de la autoría de Humberto Musacchio y se llama *Historia gráfica del periodismo mexicano*. Es bien sabido que Musacchio es un periodista que con el paso de los años se ha convertido en un promotor cultural reconocido. De igual forma, es autor de diccionarios enciclopédicos de los estados de México, Nayarit, Guanajuato y el Distrito Federal; de *Quién es quién en la política mexicana* publicado en 2002; es coautor de *México 2006, Manual para lectores y electores*, libro editado en 2006; actualmente escribe en el diario *Excélsior* y en el semanario *Siempre!* y conduce en Radio Red el programa “La República de las Letras” (CONACULTA, 2004).

Como bien lo indica su título, el libro plasma en imágenes la historia del periodismo desde la llegada de la imprenta a Nueva España, en el año de 1539, hasta la última década del siglo XX. Se trata, pues, de una obra de difusión que permite observar, más que leer, someramente los cambios que han sufrido los periódicos mexicanos a lo largo de los siglos, modificaciones que comprenden desde las tipografías hasta los contenidos y que, en cierto sentido, son un testimonio del carácter histórico que posee este medio de comunicación.

Reflexiones finales

Después de haber realizado este recorrido por las once historias generales del periodismo en México estamos en condiciones de dar respuesta a las preguntas que planteamos al inicio de este texto.

En general, los textos abordan el tema del periodismo tomando como punto de partida, y en ocasiones como fuente, al periódico. Al convertirlo en su objeto de estudio, los autores centran su interés en aspectos estructurales vinculados con los contenidos y formatos de las publicaciones periódicas, no así en el análisis del periodismo como una ocupación. Sólo cuando llegan a la etapa del Porfiriato, en la que los avances tecnológicos generaron cambios considerables, el conjunto de los escritos aquí analizados abordan, sin profundizar, el periodismo como un proceso de producción técnico en continua evolución. En ese sentido, parece ser que atienden más a las necesidades de los estudiantes de historia que a los de comunicación y periodismo.

Si bien varios de los estudiosos se refieren a periodistas connotados del pasado y llegan a dedicarles capítulos completos en sus obras, la manera de hacerlo se limita a abordar aspectos biográficos y a mencionar algunos de los aportes que dieron a la prensa mexicana.

Desde la óptica anterior, debemos señalar que sólo Ibarra (1934, 1937) presenta interés por mostrar, menos por enseñar, las distintas formas de hacer periodismo que ha habido en México desde 1722, año en el que se publicó el primer periódico en México. De igual manera, es el único que se preocupa por referirse a los valores que debían regir la labor de los periodistas mexicanos de los años treinta del siglo pasado; valores que tenían como ejes centrales la ética profesional y la responsabilidad individual de lo escrito.

Consideramos que los problemas hasta ahora mencionados son consecuencia de un contacto directo pero limitado con los periódicos por parte de los autores. Una revisión a detalle de las publicaciones periódicas, tarea que por demás no es sencilla, nos permitiría compartir con los estudiantes lo que hasta ahora se presenta de forma implícita en las páginas de los periódicos y, como consecuencia, referirnos con más detalle al periodismo como ocupación (al menos a partir de Manuel Caballero, el primer “reporter” mexicano) y proceso de producción, a las distintas maneras como se ha llevado a cabo y a los valores que han imperado en él a lo largo de los siglos.

También podemos afirmar que nos hallamos ante textos que no fueron concebidos explícitamente con un carácter didáctico o pedagógico, y que encarnan esfuerzos que, de manera conjunta, abordan el tema desde dos perspectivas: la de la relación de nombres de periodistas y publicaciones y la de los ejercicios de contextualización. De igual forma, es innegable que los años sesenta fueron la época en la que este tipo de ejercicios despertaron un mayor interés como objeto de estudio, situación que se revirtió a mediados de los años setenta cuando disminuyeron en calidad y número.

Una razón que ayudaría a entender este fenómeno la podemos encontrar en que este fue el tiempo en el que aumentaron los niveles de especialización en los ámbitos de la educación superior y de la investigación, tendencia cuya naturaleza se contraponía a la que en el pasado animaba a la redacción de visiones generales.

Tal como lo comentamos, en los años noventa se inició un debate que continúa estando presente en torno a la necesidad de seguir escribiendo este tipo de historias. Por un lado, hay algunas voces que se muestran a favor apelando a una perspectiva interdisciplinar, donde historiadores y

comunicólogos, entre otros, trabajen conjuntamente en la elaboración de visiones panorámicas del pasado de la prensa en México que, aunque pierdan en precisión, enfaticen tanto los contextos históricos como las continuidades y las rupturas en esta actividad a lo largo de los siglos.

Otras, en cambio, rechazan lo anterior dado que consideran que se trata de esfuerzos que abordan básicamente las publicaciones que circularon en la capital del país y que dejan muy poco espacio a lo que acontecía en otras partes del país, lo que es verdad. En ese sentido, quienes apoyan esta postura, proponen la realización de trabajos interdisciplinarios, cierto, pero que sean más precisos y que privilegien las perspectivas regionales sobre la nacionales.

Aunque la enseñanza de la historia del periodismo mexicano no se encuentra al margen de este debate, tampoco se halla a expensas del mismo. Gracias a las nuevas tecnologías, quienes nos dedicamos a esta tarea tenemos acceso remoto a revistas y bibliotecas especializadas, a versiones digitalizadas de los periódicos, a sitios especializados sobre el tema... En ese sentido, las posibilidades son muchas y depende de cada uno de nosotros la elección de los recursos con los que queramos seguir formando a los estudiantes de comunicación.

Estamos convencidos que es necesario seguir escribiendo este tipo de historias, del mismo modo que creemos que debemos hacerlo pensando en los estudiantes de comunicación y de periodismo. Sin embargo, es pertinente que rompamos parcialmente con el pasado. Alumnos y docentes debemos dejar de considerar al periódico sólo como un objeto de estudio y una fuente para demostrar que es, además, resultado de una serie de prácticas y de procesos en los que los periodistas son una parte fundamental y en los que hay unos valores profesionales que no podemos dejar pasar por alto.

También es indispensable escribir historias de la prensa que lleguen hasta nuestros días. Tratándose de historia, esta propuesta puede parecer contradictoria y, sin embargo, no lo es. Las nuevas tecnologías han transformado a los periódicos, a los lectores y a los periodistas. Es importante hacer notar a los estudiantes que nuestras prácticas de lectura se han transformado considerablemente en las últimas décadas, lo mismo que la labor de los periodistas, quienes tienen que generar más contenidos en el mismo tiempo (y con el mismo sueldo) y trabajar simultáneamente en distintas plataformas de comunicación. Se trata, pues, de una realidad que no podemos dejar fuera del salón de clases.

Lo que aquí proponemos es un cambio de paradigma en la escritura de las futuras historias generales del periodismo en México; un cambio en el que autores y docentes dejemos de centrar nuestro interés exclusivamente en el objeto de estudio para centrarlo en las personas que día tras día le han dado, y siguen dándole, vida.

Referencias

- Academia Mexicana de la Historia (s.f.). *José Bravo Ugarte. 1898-1968*. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de http://www.acadmexhistoria.org.mx/pdfs/members_previous/res_jose_bravo.pdf
- Argudín, Y. y Argudín, M. (1987). *Historia del periodismo en México*. México: Panorama Editorial.
- Bravo Ugarte, J. (1966). *Periodistas y periódicos mexicanos*. México: Jus.
- Cano, G. (1996). Más de un siglo de feminismo en México, *Debate feminista*, 7(14), 345-360.
- Carrasco, R. (1962). *La prensa en México: datos históricos*. México: UNAM.

- _____ (1973). Efemérides bibliohemerográficas de la Universidad de México. 1525-1967, *Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas*, julio-diciembre, 113-186.
- Centro de Estudios sobre la Cultura Nicolaita (s.f.). *Jesús Romero Flores, 1943, Biografías rectores*. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de http://culturanicolaita.umich.mx/cescn/index.php?option=com_content&view=article&id=39;jesus-romero-flores-1943&catid=14:biografias-rectores&Itemid=127
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2014). *Humberto Musacchio*. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de <http://www.conaculta.gob.mx/periodismo/autores/detalle/?id=49>
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. (2014). *Diagnóstico de la formación y del campo laboral de los comunicólogos en México*. Recuperado el 8 de abril de 2015 de <http://www.coneicc.org.mx/descargables/Diagn%C3%B3stico%20de%20la%20formaci%C3%B3n%20y%20el%20campo%20laboral%20de%20los%20comunicadores%20en%20M%C3%A9xico.pdf>
- Cordero, R. (2004). *La obra del historiador y académico profesor Enrique Cordero y Torres*. México: Gobierno del Estado de Puebla, Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Puebla.
- De León Portilla, A. (1988). *Tepuztlahcuilolli. Impresos en náhuatl. Historia y bibliografía*. México: UNAM.
- Del Palacio, C. (1998). Historiografía de la prensa regional, *Comunicación y sociedad*, (33), 9-46.
- _____ (2006). La prensa como objeto de estudio. Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México. *Comunicación y sociedad*, 5, 11-34.
- Enciclopedia Guerrerense. (2012). *Ochoa Campos Moisés, Índice Biográfico*. Recuperado el 28 de mayo de 2015 de <http://www.encyclopediagro.org/>

index.php/indices/indice-de-biografias/1134-ochoa-campos-moises

Hernández, M. (2004). La formación universitaria de periodistas en México, *Comunicación y sociedad*, (1), 100-138.

Ibarra, F. (1934). *El periodismo en México (Primer Tomo): Lo que es y lo que debe ser: un estudio del periodismo y del periodista mexicanos y de las posibilidades de ambos para el futuro*. México: Imprenta Mundial.

_____ (1937). *El periodismo en México (Segundo Tomo): Las mexicanas en el periodismo* (2ª ed.). México: Editorial Jumenta.

INEGI. (2012). Analfabetismo en México: una deuda social, *Realidad, datos y espacio. Revista internacional de geografía e historia*, 3(3), 5-17. Recuperado el 27 de mayo de 2015 de http://www.inegi.org.mx/eventos/2013/RDE_07/RDE_07_Art1.html

Moctezuma, A. (2005). El camino de la historia hacia su institucionalización, *Historia y Gráfica*, 25, 45-78.

Monsiváis, C. (1985). *A ustedes les consta. Antología de la crónica en México*. México: Era.

Musacchio, H. (2003). *Historia gráfica del periodismo mexicano*. México: Gráfica, Creatividad y Diseño.

Ochoa, M. (1968). *Reseña histórica del Periodismo Mexicano (edición conmemorativa del tricentenario del nacimiento de nuestro primer periodista)*. México: Porrúa.

Fernández, I. (2013). Henry Lepidus y la Escuela de Verano: The History of Mexican Journalism, *Temas antropológicos: Revista científica de investigaciones regionales*. México: Universidad Autónoma de Yucatán, 36(1), 15-32

Romero, J. (1965). *El periodismo en México: síntesis histórica*. México: Gobierno del Estado de Michoacán.

Ruiz Castañeda, M., Reed Torres L. y Cordero y Torres, E. (1974). *El periodismo en*

México. 450 años de historia. México: Editorial Tradición.

Velasco, M. I. (1955). *Historia del periodismo mexicano.* México: Manuel Porrúa.

Universidad Autónoma Metropolitana. (2011). *María Luna Argudín.* Recuperado el 29 de mayo de 2015 de http://posgradocsh.azc.uam.mx:8080/swb/Historiografia/Luna_Argudin

Universidad Veracruzana. (2003). *Perfiles, Gaceta de la Universidad Veracruzana,* 64-65. Recuperado el 29 de mayo de 2015 de <http://www.uv.mx/gaceta/Gaceta64/64/perfiles/perfiles.html>

Se terminó de imprimir en el mes de septiembre de 2016
En Hear Industria Gráfica
(Calle 1 No. 101, Zona Industrial Benito Juárez,
Ampliación Jurica, C.P. 76120)
correo electrónico: hear1980@prodigy.net.mx)
Tiraje: 1000 ejemplares, más sobrantes para su reposición.
Santiago de Querétaro, Qro., México.



Miriam Herrera-Aguilar

Doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Université Paris III-Sorbonne Nouvelle. Profesora-investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro, México. Sus líneas de estudio son la epistemología de la comunicación y los usos de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación. Sus artículos más recientes son La construcción de la Antropología de la Comunicación: hacia una propuesta teórico metodológica (2015) y La alfabetización informacional y la alfabetización digital en estudiantes de Comunicación. El caso de la Universidad Autónoma de Querétaro (2015). Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I.



María Rebeca Padilla de la Torre

Doctora en Estudios Científico Sociales por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO. Profesora-investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, UAA, México. Sus líneas de estudio son el análisis sociocultural y político de las prácticas mediáticas y las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Es autora de los libros Geografías Ciudadanas y Mediáticas (2012) y Relatos de telenovelas (2004), y de varios capítulos de libros y artículos. Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II.

El presente libro colectivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) es el resultado de la convocatoria realizada a académicos para contestar una serie de preguntas sobre la trayectoria y la situación actual de los aportes sociales y del núcleo disciplinario de la comunicación; lo anterior en concordancia con el tema del XXVII Encuentro Nacional de la Asociación Nacional de Investigadores de la Comunicación, celebrado en la Universidad Autónoma de Querétaro en junio de 2015.

Recopila perspectivas valiosas de investigadores del país y del extranjero sobre estas complejas temáticas y, aunque constituyen sólo una muestra de quienes atienden estos retos, plantean ejes muy claros para detonar una discusión productiva. Los contenidos dejan ver cómo los autores conciben o no un núcleo disciplinario y el papel de las teorías y conceptos en ello; se presentan visiones sobre la trayectoria, logros y retos que enfrentan las comunidades de investigadores; así como trabajos sobre la tarea de la investigación de la comunicación y la formación de comunicadores, tanto a nivel de posgrado como en pregrado.

El cuestionamiento que permea los contenidos de este volumen es si se mantiene el sentido de la comunicación como “un campo cargado de futuro” al cual aludí Raúl Fuentes Navarro hace ya veinticinco años. Las coordinadoras estamos de acuerdo con una perspectiva de esperanza, pero sin dejar de lado la necesidad de trabajar colectivamente en las problemáticas que señalan los autores de esta obra, para que ésta sea una realidad. Como bien señala Bernard Miège, “tenemos mucho por hacer en este sentido”.



amic