

CAPÍTULO 1

COYUNTURAS Y DISYUNTIVAS DE LOS ESTUDIOS Y LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN: HACIA UNA PERSPECTIVA REGIONAL

Raúl Fuentes Navarro

En el marco de la asamblea número 85 del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), una organización a la que está vinculada prácticamente la totalidad de mi carrera académica –trayectoria de 40 años como profesor del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), concluida hace mes y medio bajo la figura de jubilación laboral– comparto algunas reflexiones sobre temas que nos preocupan a todos y que el debate abierto y comprometido, nos ayudará a clarificar. Pues, aunque quisiera, no podría dejar de atender el complejo despliegue de coyunturas a que nos enfrentan las múltiples dimensiones de la comunicación pública con las que interactuamos como ciudadanos y como profesionales.

Desde esa experiencia y una perspectiva crítica, propongo una reflexión que tiene tres planos de referencia, pero una sola lógica: la de la comunicación, que para bien y para mal, se ha convertido en la lógica predominante globalmente en este siglo XXI.

Comentaré algunas disyuntivas que se presentan en los estudios y las prácticas de comunicación, ante las cuales los estudiantes y estudiosos de la comunicación deberíamos tomar decisiones, e intentaré matizar el planteamiento con una consideración regional.

Disyuntiva, significa una “situación en que existen solamente dos posibilidades por una de las cuales hay que decidirse”. Aunque otros términos, como *alternativa* o *dilema* tienen significados cercanos, el sentido de *disyuntiva* corresponde mucho mejor a mi planteamiento. Asumo que las tres disyuntivas de las que haré referencia se nos presentan hoy con toda claridad y tienen cada una su propia historia, compleja e irrepetible, que hay que reconstruir. Y tienen también, sobre todo, cada una su propio sujeto, en los tres casos colectivo, del cual formamos parte lo reconozcamos o no.

La primera disyuntiva es la que enfrentan o podrían enfrentar las escuelas de comunicación, tal como las conocemos y las vivimos en México: proyectos educativos profesionalizantes; la segunda, es una que encaramos específicamente los investigadores de la comunicación y que tiene que ver con la producción

sistemática de conocimiento; la tercera, es mucho más amplia, es la disyuntiva del ejercicio social de los profesionales de la comunicación. Las tres esferas son prácticas y concretas como objetos de referencia.

Sobre las tres disyuntivas, a continuación, presentaré datos e interpretaciones, es decir, informaciones y significaciones, a partir de las cuales propongo la reflexión y el diálogo; en otras palabras, la comunicación como producción en común de sentido sobre esas informaciones y significaciones. Sobra decir que, espero enriquecer tanto las unas como las otras en este intercambio, porque mi intención no es imponer mi punto de vista sino exponerlo, es decir, expresarlo, pero también arriesgarlo.

Hace ya casi setenta años se fundó la primera escuela de periodismo que sigue activa en México, la Carlos Septién García, y más de sesenta de que dos universidades públicas: la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Universidad Veracruzana, abrieran sus respectivos programas, que años después reconvirtieron en carreras de comunicación. Aunque la diferenciación entre periodismo y comunicación es una discusión de hace más de medio siglo, sigue originando confusiones, no siempre inocentes, especialmente en cuanto a la definición de la figura o perfil profesional de referencia y en cuanto a los contenidos y métodos educativos para la formación de sujetos competentes. Más tarde, en 1960, en la Universidad Iberoamericana se fundó la primera carrera de comunicación, no sólo del país sino de América Latina, según un modelo que siguieron después, con sus particularidades, el ITESO en Guadalajara y la Universidad Anáhuac en la Ciudad de México, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la Universidad de Monterrey (UEM).

En estas escuelas, se trataba de formar humanistas, agentes de cambio cultural, que, desde la filosofía hasta las técnicas de producción en medios audiovisuales, integran saberes críticos y haceres creativos muy diversos, alrededor de valores muy precisos, si bien el concepto subyacente de comunicación seguía siendo el unidireccional de la difusión masiva de mensajes. A principios de los setenta había diez escuelas en el país: cinco de periodismo y cinco de comunicación o información; dos en instituciones públicas y ocho en privadas; cuatro en la capital, dos en Monterrey, tres en Guadalajara y una en Veracruz. Pero en aquella misma década se fundaron otros 23 programas: en ocho universidades públicas y 15 en privadas; diez en la capital y trece en otras ciudades. Y de las 33 escuelas resultantes en 1980, sólo tres siguieron siendo de periodismo. Como en toda América Latina, prevaleció en México un concepto de “comunicación”, que tendría que ser definido como figura socioprofesional, a diferencia del concepto de periodismo, que ya era reconocible antes de que hubiera escuelas.

Ese resultó ser un dilema más o menos sencillo de resolver, aunque nunca lo fue definitivamente, porque bajo cualquiera de las denominaciones: periodismo, comunicación o información, y como parte de una expansión acelerada del sistema nacional de educación superior, las carreras de comunicación estuvieron orientadas por una creciente demanda de incorporación a ejercicios profesionales que trataron de especializar variantes de una sola modalidad de comunicación: la de la difusión unilateral de mensajes, desde un “polo emisor” ubicado en los medios masivos o en otros enclaves institucionales. Como sucedió varias décadas atrás en Estados Unidos, los estudios de comunicación se concentraron en la comunicación llamada “de masas”, y dentro de ese recorte, resolvieron también en los hechos otra

disyuntiva: el modelo de la difusión de mensajes predominante sería el de los procesos políticos y no el de los educativos: la “comunicación” se identificaría con la propaganda y no con la educación.

En los mismos años, y en las mismas condiciones contextuales, surgió un tercer modelo de programa, generado sobre todo en universidades públicas, según el cual la carrera de comunicación tendría que fundamentarse no en las técnicas ni en las artes, no en la filosofía o la cultura, tampoco en los quehaceres profesionales ya reconocidos, sino en las ciencias sociales críticas. La formación debería ser, en consecuencia, fuertemente teórica, para poder comprender las determinaciones sociales, especialmente económico-políticas, de la comunicación, todavía y con mayor énfasis, reducida a la difusión masiva de mensajes. La vanguardia en la formación de los nuevos “comunicólogos críticos” se ubicó en la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, y desde ahí se difundió a otras instituciones, públicas y privadas. Y a mediados de 1976 se constituyó el CONEICC, como un espacio de diálogo entre las escuelas, en búsqueda de respuestas comunes a los desafíos que presentaba la que algunos reconocían como “la carrera del futuro”.

Los tres modelos formativos, que yo he llamado “fundacionales” de la carrera, el del periodismo, el humanista y el científico-social, comenzaron a intentar pensarse juntos en ese espacio por parte de agentes académicos de formación diversa. Por supuesto, al principio predominaron las diferencias: políticas, ideológicas, metodológicas, institucionales, regionales, personales, entre otras, pero poco a poco fueron encontrándose en la práctica las ventajas de la colaboración: en todas las escuelas había preocupación por la fundamentación, definición y orientación de la carrera, y por el enorme crecimiento cuantitativo, que ponía en riesgo el desarrollo cualitativo. En eso estaban de acuerdo todos los miembros fundadores del CONEICC y tenían razón, aunque se quedaron cortos, porque no se discutió lo suficiente, por ejemplo, sobre las disyuntivas que mencioné antes y que se habían despejado sin demasiada conciencia de las implicaciones. Y lamentablemente, desde entonces, se impuso una reducción adicional de la comunicación a algunas, ni siquiera todas, de sus mediaciones tecnológicas.

Desde la década de los ochenta, los tres modelos fundacionales comenzaron a entremezclarse y a desdibujarse, se abrieron escuelas de comunicación en todas las regiones y entidades federativas del país, con historias particulares, ciertamente peculiares en muchos casos. Los proyectos académicos y formativos empezaron a parecerse cada vez más unos a otros, descuidando por igual la capacitación técnica, la fundamentación humanística y el horizonte social, independientemente de que las diferencias en recursos y en capacidad formativa se hicieron cada vez mayores. El CONEICC se consolidó y maduró como espacio interinstitucional, pero la carrera de comunicación se puso decididamente de moda y creció por un tiempo, sin más límite que la fascinación de miles y miles de jóvenes por algo cada vez más impreciso. Si, en 1980, 33 escuelas de comunicación parecían demasiadas, sobre todo por la dificultad de que cumplieran mínimos de calidad académica, el crecimiento explosivo apenas comenzaba. Alrededor de 1991 se abrió la carrera número 100 y, a partir del año 2000 más o menos, la carrera pasó de moda y el ritmo de crecimiento disminuyó.

Pero el número de escuelas no era el problema, ni la acreditación formal la solución. Yo sigo creyendo que el problema fundamental y endémico es que no obstante la orientación profesionalizante de la carrera, en todas sus modalidades, los campos profesionales, sus estructuras y condiciones, han sido desde el principio muy escasamente conocidos en las escuelas, de manera que han sido un referente curricular muy poco preciso en general. Tendríamos que contar con muchos más datos empíricos recopilados, sistematizados y consolidados, pero sobre todo interpretados adecuadamente, para poder afirmar sobre qué ajustes y desajustes curriculares habría que poner mayor atención, en las muy diversas condiciones y realidades locales y regionales. Quizá así se hubieran fortalecido perspectivas de estudio y profesionalización en modalidades no masivas o no tecnológicamente mediadas de la comunicación como interacción social, como las que fueron surgiendo aquí y allá, sin demasiado éxito, y a partir de las cuales algunos colegas quisieron ver en algún momento el cuarto o hasta el quinto modelo fundacional.

Además, como si los contenidos de la carrera estuvieran ya bien estructurados y probados, como si los referentes no fueran los más cambiantes del entorno sociocultural, como si las certezas pudieran dejarse incuestionadas, la actitud básica prevaleciente en las escuelas de comunicación dejó de ser, hace ya un buen número de años, la de la búsqueda del sentido, para centrarse en un inmediateísmo superficial y conformista. Y por ahí detecto la ya vieja disyuntiva central de las escuelas de comunicación, que resumo en la opción entre el reforzamiento de las inercias que percibo en muchas de ellas y la recuperación de la capacidad, institucional y personal, de aprender. Cuando de verdad se busca “calidad” y “excelencia” en la educación superior, algo que ocasionalmente sucede, lo primero que hay que hacer es impulsar y potenciar las condiciones del aprendizaje. Esta disyuntiva no es para nada catastrofista ni tiene por qué ser desalentadora. Tampoco es nueva, y de su resolución en distintos tiempos y lugares ha surgido lo mejor de la situación actual. He tenido la suerte de acompañar varios proyectos institucionales con estas características a lo largo de los años, que me han convencido de que en todos lados hay quienes aprenden y no se conforman con lo dado. Sobre todo, cuando “lo dado” es, en buena medida, inadecuado para comprender y actuar profesionalmente en el mundo actual, en que la comunicación se ha vuelto un factor primordial, bajo conceptos mucho más complejos que el de la difusión masiva e indiscriminada de mensajes.

En lo cuantitativo, en síntesis, la formación universitaria de comunicadores en México parece sufrir desde hace décadas de hipertrofia, aunque la disyuntiva relevante en términos académicos esté y haya estado siempre en la calidad y en la pertinencia. En otras palabras, al menos desde el cambio de siglo hay oferta de programas de estudio de la comunicación en cada una de las 32 entidades federativas, pero el más amplio y extenso de los “viejos” retos de nuestro campo sigue siendo el de superar, en la estructura de la educación superior, la distancia entre un índice alto de crecimiento como positiva atención a la demanda social, y la consecuencia no intencional de postergar la consolidación de la calidad académica y la pertinencia sociocultural y laboral de estos estudios. Por cierto, esa condición, que no es exclusiva de México, tampoco es propia solamente del campo de la comunicación y nos convendría ser más atentos a los contextos amplios.

Por su parte, el nivel del posgrado está obviamente subdesarrollado. Si operan al menos 450 programas de licenciatura en comunicación, con una matrícula aproximada de 70 mil estudiantes, hay solamente unos 60 programas de maestría, que en total atienden a menos de 1500 estudiantes y apenas 10 cuentan con algún nivel de acreditación en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), siete de ellas en las dos categorías inferiores. También hay dos programas acreditados de doctorado en Comunicación y tres más sin esa evaluación, además de otros seis u ocho doctorados en Ciencias Sociales, Educación o Ciencia Política con un área de concentración en Comunicación, aunque los estudiantes en formación doctoral no son más de cien en este campo. Esta desproporción, de 1 estudiante de posgrado por cada 47 de licenciatura en comunicación, cuando en el conjunto de la educación superior es de 1 a 13, sería más aguda todavía si se contrapusiera en términos de la orientación de los programas: solo unos cuantos incluyen a la investigación, básica o aplicada, como el eje central de la formación, y sigue plenamente vigente la disyuntiva entre la formación en programas disciplinarios o interdisciplinarios.

La investigación académica de la comunicación tiene su propia historia, en algunos aspectos semejante, pero en otros muy distinta de la de la formación profesional en las licenciaturas, con claros indicios de divergencia con ella, y relaciones muy diversas con las maestrías y doctorados. Para empezar, los conceptos de comunicación como objeto de investigación son muy diversos y en ocasiones contrapuestos; no se reducen a los procesos de la difusión masiva de mensajes o a alguna de las dimensiones de la interacción social en contextos interpersonales, institucionales o colectivos. Asociados fundamentalmente a los intereses personales de los investigadores, las líneas y proyectos de investigación tienden a una extremada fragmentación y, en consecuencia, una dificultad cada vez mayor para articular sus prácticas y sus productos con los procesos de profesionalización y especialización tal como han sido institucionalizados. Y la diversidad de condiciones en las distintas regiones del país, aunque en las últimas dos décadas ha tendido a equilibrarse, sigue siendo amplia y desigual.

Un análisis todavía inédito, en el que he estado trabajando últimamente, de 829 artículos publicados por investigadores mexicanos durante la última década en revistas académicas nacionales y extranjeras, organizado según las prácticas comunicativas de referencia tipificadas por Klaus Bruhn Jensen (2015), indica que el 38% de los artículos sigue cuestionando diversas dimensiones y aspectos de la comunicación de masas, sobre todo la difusión de mensajes; un 21% tiene que ver con la comunicación cara a cara o constitutiva de los entornos socioculturales; y ya un creciente 20% tiene que ver con los (mal) llamados medios “nuevos” o “digitales”, especialmente las prácticas interactivas en plataformas de Web 2.0 o, sobre todo, medios móviles. El 21% restante de los artículos, en una manifestación quizá interpretable como un saludable signo de reflexividad colectiva, tiene algún carácter de meta-investigación. Es decir, investigación sobre la investigación, tanto en sus dimensiones epistemológicas y metodológicas como en los planos económico, político o cultural de su institucionalización.

Por otra parte, es claro que muy pocas instituciones universitarias cuentan con los recursos y las disposiciones necesarias para impulsar y fortalecer la investigación sistemática de la comunicación, que

se cultiva en apenas dos decenas de universidades, casi todas ellas públicas, y casi exactamente las mismas donde se encuentran los posgrados acreditados, puesto que son también las instituciones que cuentan con las plantas de profesores más sólidas. Aquí el indicador más elocuente es, otra vez en los términos del reconocimiento oficial, el número y nivel de académicos de esta especialidad en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Aunque las cuentas son difíciles de hacer, dado que los investigadores de la comunicación somos identificados ahí con diversos campos académicos, sobre todo con los de la ciencia política, la sociología y la antropología, podemos decir que poco más de 200 de los más de 25 mil miembros del SNI hacemos trabajo de investigación sobre la comunicación, y esa es una proporción nada desdeñable.

Habría que subrayar también que, en México, como en otros países, los procesos de regionalización de la investigación son tan importantes como los de la internacionalización, aunque implican estrategias y desafíos muy distintos. En el análisis de los artículos publicados por investigadores mexicanos en la década más reciente, que mencionaba antes, el 45% de la producción sigue generándose en la región metropolitana, alrededor de la capital del país; el 21% en el sub-centro que corresponde a la región Centro-Occidente y el 13% a la región Noreste. Queda para las otras tres regiones (Noroeste, Centro-Sur y Sur-Sureste) en conjunto, el 21% restante. Resultados similares fueron publicados en un libro colectivo coordinado por Maricela Portillo (2015) para la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), y coinciden casi exactamente con la distribución geográfica de los miembros del SNI que investigamos la comunicación: el 49% radica en la región metropolitana, el 25% en la Centro-Occidente, el 13% en la Noreste y el 13% restante entre la Noroeste, Centro-Sur y Sur-Sureste. Subrayo que, aunque la “densidad institucional” del campo de la comunicación en la región Noroeste es considerablemente menor que en otras regiones, la proporción de la producción de artículos publicados es mayor que la del número de investigadores individualmente reconocidos, de manera que, en promedio, la productividad, y quizá la pertinencia, es mayor que en otras zonas del país.

En resumen, me parece claro que, como toda actividad científica en México, la investigación de la comunicación está lejos de realizarse conforme a una estructura estable y suficiente. Sufre, como lo hemos definido desde hace muchos años, de una “triple marginalidad”. La de la comunicación es un área académica en constante reformulación, no sólo de sus objetos y métodos de estudio, sino de sus propias bases de justificación y legitimación, así como de los programas desde los que, institucionalmente, se configura como un conjunto de acciones y recursos orientados hacia propósitos intelectuales y sociales reconocidos como válidos, al menos por sus propios practicantes, y que aporten al conocimiento del entorno en el que vivimos y de las diversas funciones de la comunicación en él. Más que hacer un análisis detallado de tendencias temáticas o metodológicas, que se llevaría mucho tiempo exponer, prefiero centrarme ahora en una de las hipótesis con las que he tratado de interpretar los datos de las sistematizaciones documentales en las que he trabajado por más de treinta años.

Más allá de la creciente dificultad para delimitar las fronteras de la investigación de la comunicación con otras áreas temáticas y teórico-metodológicas de las ciencias sociales y las humanidades,

y otras de nuestras más viejas disyuntivas, es necesario considerar que, sobre todo en el periodo más reciente, el entorno económico-político y sociocultural de la comunicación en México y en el mundo ha sido sometido a transformaciones aceleradas y aparentemente radicales en casi todos los ámbitos. Se tiene que hablar, entonces, de la incidencia de factores tanto “internos” como “externos” al campo académico para dar cuenta de las reconfiguraciones de la investigación que están en proceso y clarificar un poco más las que no lo están y que sería conveniente que se atendieran. Ante esta situación, la división clásica de los estudios sociales en dimensiones económicas, políticas y culturales sigue siendo útil, y es indispensable reconocer que los objetos de investigación de la comunicación, especialmente los referidos a los medios, suelen cruzar las tres esferas, lo cual no impide que los análisis particulares enfatizen los factores correspondientes a alguna de ellas.

Una clasificación temática general de los documentos sistematizados permite sostener que no prevalece en la investigación mexicana de la comunicación alguna tendencia a “economizarla”, a “politizarla” o a “culturarla”, sino que hay desarrollos diferenciados que se proyectan sobre las tres esferas en proporciones más o menos equivalentes. Por ejemplo, en los últimos años se ha atendido, en la esfera socioeconómica, la globalización y sus efectos en las industrias culturales; en la esfera sociopolítica, la democratización y la reforma jurídica de los medios; en la esfera sociocultural, la reconstrucción de las identidades en entornos urbanos, etcétera. Esta diversificación puede tener dos implicaciones importantes: por una parte, la creciente dificultad para articular unas líneas de investigación con otras, es decir, la especialización; por otra, la divergencia creciente en conceptos y modelos de comunicación, así como en métodos y lógicas de investigación, es decir, la fragmentación. Por supuesto, ambas tendencias contribuyen a reforzar también la desvinculación entre la investigación y la formación profesional.

Pero la diversificación, la especialización e incluso la fragmentación no son el problema mayor. Creo que sí lo es la desvinculación entre investigación y formación profesional, porque el conocimiento generado no se relaciona con el conocimiento reproducido y aplicado, para lo cual los profesores deberíamos de estar mejor informados. Otro problema es el de la calidad, o en términos más precisos, el del rigor científico y la pertinencia social de los productos de la investigación, que en muchos casos es verdaderamente deplorable; de esto último no menciono ejemplos, pero es claro que quienes nos dedicamos a la investigación deberíamos estar mejor formados.

La disyuntiva para la investigación de la comunicación en México es clara: o bien se refuerza sustantivamente la capacidad, sobre todo, pero no únicamente metodológica, de generar conocimiento consistente y pertinente, y por lo tanto vinculable, sobre la comunicación, o bien el campo académico se acabará de disolver en una identidad científica y profesional menos específica y menos estratégica, al menos para nosotros.

Sin embargo, esta disyuntiva tiene otra doble implicación: por un lado, todo el campo académico, incluyendo formación profesional, posgrado e investigación, depende de la capacidad de generar conocimiento apropiado para su legitimación científica y social; por el otro, las rápidas y profundas transformaciones que está sufriendo el entorno global, y en las que la comunicación parece tener mucho

que ver, requiere de una comprensión al mismo tiempo muy amplia y muy específica. Los contextos de la comunicación son cada vez más complejos y nuestra capacidad de entenderlos, relativamente cada vez más limitada.

Por lo anterior, no queda más que cerrar este capítulo con una breve revisión de la disyuntiva para el ejercicio socioprofesional de la comunicación. Asumiendo que hay un intenso debate intelectual en todo el mundo, y una tensión pública creciente, dentro y fuera de los medios, en cuanto a la reconfiguración histórica del mundo una vez terminada la guerra fría y roto el precario equilibrio que se había generado después de la segunda guerra mundial.

En el contexto de esta transición del orden mundial, se habla de globalización, de pensamiento único, de fin de la historia, de libre comercio, de bloques económicos y comerciales, de mercados regionales, de crisis y de conciencia ecológica, de reconfiguración de identidades, de violaciones y de respeto a los derechos humanos, de individualismo, de competencia y supervivencia del más apto, de desintegración familiar y social, de nuevos regímenes de socialidad, de terrorismo y guerra preventiva, de fundamentalismos, de exclusión y exterminio, de riesgos, de revolución tecnológica y, entre otros temas, de comunicación. Pero *comunicación* quiere decir tantas cosas distintas y opuestas, que ya casi no significa nada. Y no es un término especializado sino al contrario, es un lugar común que está presente en prácticamente cualquier discurso social. Así, no sirve para nada, o para casi nada, sino para ocultar y disfrazar prácticas e intereses cada vez más polarizados, intolerantes y violentos.

Comunicación es lo que hacen las industrias mediáticas cuando difunden noticias y editoriales; anuncios comerciales y entretenimiento; lo que hacen los partidos políticos y los gobiernos cuando buscan inducir el voto o la opinión favorable a sus figuras, más que a sus propuestas; lo que hacen los movimientos sociales cuando denuncian el orden globalizante y globalizan el malestar históricamente acumulado; es lo que hacen las empresas industriales y comerciales para “posicionarse”, como se dice en el argot, en sus mercados, pero también en la conciencia de sus empleados; es lo que hace cualquiera que habla por celular o se conecta por chat o alguno de sus sofisticados derivados, con cualquiera, para hablar de cualquier cosa, etcétera. Si esto es así, o más allá de la caricatura, si debe ser así, tendríamos que aceptar que los profesionales de la comunicación son esos realistas talentosos que, aunque sea efímeramente, facilitan e instrumentan esas prácticas; que su formación universitaria debería centrarse en eso, y que la investigación crítica sale sobrando, pues no da resultados inmediatos.

Pero no todos creemos eso. Algunos sostenemos hoy, con mayor convicción que antes, que el mundo social no es ni debe ser así, que hay algo más sólido detrás de lo que Castells (1997) llamó la “cultura de la virtualidad real”. Y que, si el mundo social requiere de transformaciones radicales, es tarea de los universitarios aportar a los agentes de esas transformaciones las explicaciones y orientaciones críticas indispensables para la construcción y ejecución de proyectos sociales apropiados, es decir, no impuestos autoritariamente por el poder mediante la “aplicación” de técnicas o saberes de alguna forma de “ingeniería social”. Y la primera condición para la generación de tal aporte es el reconocimiento de que esa capacidad de interpretación del sentido de la realidad social y de elaboración colectiva de

proyectos de futuro la tienen ya, de entrada, los agentes sociales. Sobre lo que hay que actuar es en las posibilidades de que esas interpretaciones divergentes se compartan, se comuniquen, se construyan conjuntamente.

Eso implica pensar y asumir la comunicación no como una técnica instrumental de manipulación de medios y mensajes, como transmisión de lo que producen unos y consumen otros, sino como una relación social constitutiva, como el mecanismo omnipresente que permite construir los consensos, pero también los desacuerdos, no la unanimidad sino la diversidad respetuosa y mutuamente comprensiva, la acción social que articula proyectos y sujetos, estructuras y prácticas. No se trata de que los comunicadores trabajen en unos ámbitos y no en otros, ni de que usen o no, de ciertas maneras y no de otras, los recursos de la comunicación, que son por definición sociales. De lo que se trata es de optar por los fines de los medios y de la comunicación, en la disyuntiva que Jesús Martín Barbero (2011) planteó hace ya muchos años entre los comunicadores como intermediarios o como mediadores, del empleo de los recursos comunicacionales en función de la prevalencia de los intereses de unos sobre otros, o de la posibilidad del intercambio de propuestas de sentido y de la búsqueda de futuros incluyentes, donde haya más diferencias y menos desigualdades entre los seres humanos.

La disyuntiva socioprofesional, en un contexto cada vez más difícil e incierto, donde lo dado tiende a ser cada vez menos útil, y que no garantiza ninguna seguridad laboral o política durable, sólo puede resolverse con base en la ética y en la imaginación, en la responsabilidad y la creatividad, que son competencias profesionales indispensables de aprender, y muy difíciles de enseñar, a no ser con el ejemplo. Ojalá los profesores de comunicación tengamos el profesionalismo necesario, en ese sentido, para apoyar el aprendizaje comprometido con el futuro por parte de nuestros estudiantes. Porque el entorno en el que sucede la comunicación, en un sentido y en otro, podrá transformarse en la dirección en que la impulsen no sólo sus profesionales, sino sus agentes sociales. Y en ese mismo sentido, respondiendo a una coyuntura que puede ser muy fácilmente identificada en estos tiempos electorales en México pero que en realidad representa una disyuntiva global, que a ustedes corresponderá interpretar en términos regionales, aprovecho para concluir citando algunos párrafos de una declaración recientemente emitida por la IAMCR, la más antigua y muy respetada Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación, sobre los “retos de la desinformación digital”, término que propone en lugar de “*fake news*” o “noticias inventadas”, que postula que:

Todas las posiciones son iguales debido a la abundancia de información en línea (hechos alternativos, post-verdad) y amenaza la integridad del conocimiento y el razonamiento científico. (párr. 3)

[...] La producción, circulación y consumo de información diseñada para manipular y engañar, mediada por tecnologías digitales, tiene alcance global. Su creciente escala, alcance y velocidad de transmisión están llevando a periodistas, operadores de plataformas de medios sociales, políticos y académicos a cuestionar sus prácticas, roles y responsabilidades. (párr. 4)

Para los investigadores, los desafíos prácticos son tres: 1) posicionar nuestras contribuciones como ciudadanos en la lucha contra la distorsión de la información, el fundamentalismo y el oscurantismo; 2) rechazar el tratamiento de la investigación académica como mera “opinión”; y 3) confirmar el papel de los investigadores como contribuyentes legítimos al debate público. (párr. 5)

[...] A raíz de los cuestionamientos sobre la legitimidad de los académicos de la comunicación como expertos y productores de conocimiento y hechos de confianza, IAMCR se compromete: (párr. 7)

1. A la investigación interdisciplinaria e internacional sobre el fenómeno de la desinformación digital a través del trabajo que identifica el alcance del daño al debate público y ofrece respuestas para contrarrestar la difusión de la desinformación;
2. A examinar qué sucede con las audiencias y comunidades en línea y fuera de línea cuando se ven afectadas de manera diferencial por fenómenos de desinformación digital, incluidos el periodismo robótico, memes, bots y trolls, y considerar cómo las teorías cognitivas y otras teorías críticas pueden ayudar a explicar cómo el uso de herramientas y estrategias automatizadas está contribuyendo al surgimiento de un espacio público fragmentado;
3. A considerar el papel de los medios de comunicación y la alfabetización informacional en los planes de estudios escolares y universitarios como respuesta a las campañas de desinformación; y
4. A educar a los estudiantes, líderes políticos y ciudadanos sobre las implicaciones de nuestra investigación para el beneficio de una política informada e ilustrada. (párr. 9)

Es compromiso de la IAMCR demostrar cómo los medios alternativos y las respuestas participativas de la sociedad civil, informadas por evidencias, pueden contrarrestar las asimetrías de poder en el entorno informativo y contribuir a la formulación de políticas que fortalezcan la democracia, el debate público y la integridad del conocimiento y el razonamiento científico. (párr. 11)

Referencias

- Castells, M. (1997). La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas. En *La sociedad red*. (pp. 357-408). Madrid: Alianza.
- International Association for Media and communication Research (IAMCR). *Digital Disinformation challenges*. Recuperado de https://iamcr.org/news/challenges_of_digital_disinformation
- Jensen, K.B. (2015). *La comunicación y los medios. Metodología de investigación cualitativa y cuantitativa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. (2011). Los oficios del comunicador. *Signo y Pensamiento*, XXXI(59), 18-40.
- Portillo, M. (Coord.). (2015). *La investigación de la comunicación en México. Un panorama a través de las regiones a inicios del siglo XXI*. México: Tintable.