QUÓRUM
ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información

Universidad del Zulia
cultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
omunicación y la Información (CICI)
Maracaibo - Venezuela

Depósito legal pp200402ZU1627
ISSN 1690-7582

Volumen 1 Nº 1 Enero - Junio de 2004

Presentación

Elda Morales Aldana

Quórum Académico es un proyecto editorial que se funda en el reconocimiento de la comunicación como derecho colectivo y como fuente primaria de participación ciudadana. Creemos que la transformación necesaria de la sociedad y con ella de la universidad debe partir de este mismo principio: el diálogo y el entendimiento que promueva la deliberación, la crítica y la lucidez para determinar cuáles son los objetivos del cambio requerido.

Quórum Académico es un proyecto concebido a largo plazo, su permanencia y continuidad es un compromiso para quienes creemos que el ejercicio reflexivo y la crítica teórica no se reducen a los espacios cerrados de la academia. El nacimiento de esta revista se acompaña de la certeza de que algo está ocurriendo con el pensamiento, que el saber está en movimiento, que la vida social espera, más que complicadas explicaciones causales, la descripción simple de lo que existe y cómo éste se expresa.

Quórum Académico es una respuesta a un ideal compartido por nuestra comunidad de investigadores de crear un foro de discusión teórica, epistemológica, metodológica y empírica sobre los profundos cambios en los ejes temáticos del ámbito de la comunicación y especialmente considerar el reto que representa su enseñanza en las universidades de América Latina. Esta posición impone como principio que lo fundamental en la definición de la comunicación va mucho más allá de la técnica. El estudio de la comunicación exige vínculos sensibles y muy estrechos con la sociedad y los nuevos paradigmas culturales.

Quórum Académico nace frente a una difícil coyuntura política y social en Venezuela. Las voces que se escuchan y los rostros que vemos son muchos, entre los cuales

se confunden los actores principales de la reflexión teórica. Los espacios que hoy ocupa la gran red mediática, su símbolos y el efecto espectacular de sus mensajes, hace cada vez más complicado identificar otros procesos de mediación ajenos al poder de los medios. Hoy, como nunca antes, el futuro de la democracia está indisolublemente vinculado a las formas de intermediación entre la comunicación y la política. Es decisivo por lo tanto gestar cambios en los enfoques, métodos y temas que deben abordarse en la investigación de la comunicación, no sólo por constituir un fenómeno planetario cuyas extensas redes y vínculos provocan profundas divisiones y exclusiones sociales y culturales, sino porque la comunicación también guarda un inmenso campo inexplorado desde donde también se puede inventar la emancipación.

Quórum Académico viene a contribuir con las publicaciones periódicas en Venezuela que den a conocer la producción de investigaciones en comunicación y su amplio campo disciplinar, y provocar un interesante debate en las diferentes universidades del país. Con este fin se propone alcanzar los siguientes objetivos: 1) lograr la difusión de los resultados de la investigación científica en el área de la comunicación y la información; 2) consolidar espacios de divulgación de los estudios sobre las perspectivas actuales de la formación del comunicador social en Venezuela y América Latina; 3) fortalecer los intercambios de productos editoriales con nuestros pares en Venezuela y en la región latinoamericana; 4) crear la versión electrónica de la revista en la página Web del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI); 5) organizar las redes de información propuestas en el proyecto: "Sistema de Información para la gestión del conocimiento" que adelanta el CICI.

Agradecemos la especial y entusiasta respuesta recibida a la convocatoria que hemos hecho a reconocidos investigadores latinoamericanos dedicados al estudio de la

comunicación en sus prestigiosas instituciones, y que han aceptado acompañamos en este proyecto editorial como asesores internacionales y nacionales. De igual manera un especial reconocimiento al artista plástico zuliano Pedro Piña por el original diseño de portada de la revista y por su apoyo incondicional cuando este proyecto era sólo una idea.

Este primer número se publica gracias a las excelentes contribuciones de académicos y expertos, en cuyo discurso se asocian y convergen diversas áreas del conocimiento (ética, ciudadanía, política, comunicación, información), lo que ratifica el carácter multidisciplinario del proceso de la comunicación. La calidad y profundidad de sus planteamientos permiten la mirada más a fondo de la comunicación como fenómeno mundial. Así mismo vemos cómo el análisis de la práctica cultural que ella construye y reconstruye devela los signos del poder y de la dominación, lo que hace más visible la otra dimensión de la crisis ética, social y política de nuestro tiempo, y que sin poder evitarlo hiere de manera sensible las más profundas convicciones humanistas.

Una respuesta a esta singular demostración de solidaridad, de respeto por el trabajo colectivo y de apoyo moral a un proyecto que se inicia, no puede ser otro sino el compromiso con la palabra, con las voces de los que aún permanecen excluidos, con el pleno ejercicio de los derechos ciudadanos, con la ética y la justicia como principios irrenunciables y con el pensamiento crítico como el camino de la libertad posible.

Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI)

FILOSOFÍA DE GESTIÓN

Introducción

Hacer pública una propuesta general de gestión y funcionamiento del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, nos compromete a pensar la universidad ensayando originales modalidades para lograr transformar sus estructuras, funciones y prácticas esenciales, sin eludir el contexto social y político que afecta de manera sensible la vida de todos los miembros de la sociedad venezolana.

El aporte más significativo para el logro de este proyecto es la producción continua y coherente de conocimiento como eje central de los cambios estructurales que es necesario provocar. Las demandas cada vez más puntuales que plantea el sector externo nos obliga a cambiar los tradicionales códigos de interpretación de la realidad social, revisar críticamente los paradigmas de investigación científica, que pasa por modificar no sólo los métodos y metodologías, sino también la actitud y el compromiso de la comunidad de investigadores frente al proceso del conocimiento.

La concepción de la práctica de investigación debe cambiar sustancialmente. Su función básica es la transformación del conocimiento, no la reproducción automática de teorías o modelos. La investigación no es una actividad complementaria, es la función básica que justifica la existencia de la institución universitaria, y define el resto de las funciones que cumple la institución:

1. La producción y transferencia del conocimiento debe constituirse en una respuesta estratégica a los profundos problemas sociales que enfrenta el país.

2. Es la definición del deber ser de la universidad y la clara exposición de su filosofía sustentada en principios ético-políticos, lo que debe orientar la propuesta organizada de la institución a las exigencias del entorno social.

3. La investigación debe validar la fundamentación teórica y práctica de los programas de formación profesional y promover los cambios que reclama la permanente vinculación entre la oferta curricular y el contexto social.

4. La producción de conocimiento debe ser un proceso que permita mejorar la calidad de la docencia, y ser soporte para formar las nuevas generaciones de investigadores.

Un ideal compartido por nuestra comunidad de investigadores es crear un debate teórico y epistemológico profundo sobre los ejes temáticos que se derivan de pensar la comunicación vinculada a sus profundas raíces culturales y sociales. Esta visión del fenómeno comunicativo provoca urgentes cambios en los enfoques, métodos y temas de investigación, y nuestro trabajo debe orientarse con ese propósito.

Valores institucionales

Este conjunto de valores institucionales no es una simple declaración de principios, es la expresión del deber ser de la función que nos define: producir conocimiento de un fenómeno social con un fuerte componente cultural y ético.

La actividad de investigación fundamentada en el reconocimiento de las distintas expresiones del pensamiento y de la autonomía en la adopción de posiciones teóricas y epistemológicas, debe provocar cambios significativos en nuestra comunidad académica y fortalecer su compromiso con la producción de conocimiento científico al servicio de la sociedad. El ejercicio de la investigación debe realizarse con conocimiento profundo del

área profesional, capaz de generar actividades innovadoras, sustentadas en la creatividad, el espíritu crítico y proactivo.

En correspondencia con este enunciado general, identificamos los siguientes valores:

Ética: Debe interpretarse como un ámbito universal de verdad práctica para todas las normas, acciones e instituciones.

Los principios éticos que deben regir la investigación se relacionan estrechamente con la ética de los investigadores, con su desenvolvimiento moral para tratar con disciplina, responsabilidad y transparencia los diversos aspectos que cubre el proceso de creación y difusión de los conocimientos. El investigador debe ser capaz de comprometer sus actos y su voluntad en la realización de unos valores que determinan la orientación práctica del conocimiento en función del bien común, la justicia, la felicidad, la equidad y la prudencia. 1

Justicia: El ejercicio de la actividad de investigación debe estar apegado a la normativa y respeto a la igualdad de derechos, a través de relaciones en las cuales no prevalezcan privilegios, con el fin de propiciar un mejoramiento económico, social y cultural de todos los ciudadanos.

Libertad: La comunidad de investigadores es libre para obrar de acuerdo con sus principios y pensamiento propios. Debe ejercer su capacidad para tomar decisiones con independencia y asumir las consecuencias individuales y sociales de esas acciones.

Responsabilidad: Asumida como el cumplimiento eficaz, eficiente y entusiasta de las obligaciones que corresponde ejecutar dentro de un equipo de trabajo. Plena comprensión de que el cumplimiento de los deberes individuales influye en la efectividad del trabajo en

común. La actividad de investigación además del respeto por la pluralidad, se funda en el desempeño, ajustado a los méritos de sus miembros y valorando la productividad del investigador.

Comunicación: Debe ser entendida como un derecho inaliena-ble de todo sujeto social. La Comunicación hoy debe pensarse desde su profundo origen cultural y social, y es a partir de este precedente que se amplía el compromiso de los investigadores por gestar cambios en los enfoques, métodos y temas que deben abordarse en el estudio de este fenómeno. La comunicación es también un factor de primer orden para lograr relaciones de solidaridad, convivencia y participación de la comunidad de investigadores en la toma de decisiones, fundadas en el diálogo, el entendimiento y el respeto de sus derechos individuales y sociales.

Misión

El Centro de Investigación de la Comunicación y la Información CICI es una organización que produce y transfiere conocimiento a partir de la investigación en el área de la comunicación y la información, fundamentada en los nuevos paradigmas epistemológicos y metodológicos; estableciendo alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, con un firme compromiso ético para responder a las necesidades del ámbito académico, social y cultural de la región y del país.

Visión

La Visión que orienta el Centro de Investigación de la Comunicación y la Información es constituirse en Instituto de Investigación dedicado a la producción de investigación en comunicación e información, conformado por un equipo de investigadores y personal

administrativo calificado, comprometido ética y socialmente en la creación y transferencia del conocimiento, con una estructura organizacional actualizada, una infraestructura tecnológica adecuada; y una gestión flexible, participativa y facilitadora de las alianzas estratégicas que permitan fortalecer los vínculos con las comunidades científicas nacionales e internacionales.

Objetivos estratégicos generales

1. Fortalecer el desarrollo de la investigación ampliando los programas y proyectos fundamentados en los nuevos paradigmas epistemológicos en el área de la comunicación y la información.

2. Reformar la estructura organizacional del CICI con el propósito de generar productos y servicios de calidad con los cuales atender los requerimientos del sector socio-productivo.

3. Fortalecer las relaciones del CICI con organismos nacionales e internacionales en áreas estratégicas para su desarrollo académico y científico.

4. Establecer alianzas estratégicas a nivel nacional e internacional, y en el ámbito de instituciones públicas y privadas para lograr financiamientos asignados a los programas de investigación y desarrollo.

5. Desarrollar procesos de integración para el personal de investigación y administrativo del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información.

6. Actualizar la infraestructura tecnológica del CICI.

Objetivos estratégicos específicos

1. Consolidar la formación teórica y metodológica del personal de investigación atendiendo a los cambios en los paradigmas epistemológicos en el área de la comunicación y la información.

2. Desarrollar estrategias comunicacionales para garantizar la transferencia del conocimiento.

3. Lograr una nueva estructura organizativa del CICI que permita ampliar sus líneas de investigación y la definición de nuevos programas y proyectos.

4. Incorporar nuevos equipos y actualizaciones tecnológicas en el CICI.

5. Gestionar fuentes de financiamiento externo que garanticen la viabilidad y desarrollo de los proyectos de investigación y extensión.

6. Diseñar productos y servicios para facilitar el desempeño de los investigadores e impulsar su integración.

Lineamientos estratégicos para la definición de políticas institucionales del CICI

Políticas de integración con el sector externo:

1. Establecer relaciones con organismos regionales, nacionales e internacionales en las áreas competentes a sus líneas de investigación como estrategia para lograr proyectos asociados de carácter interdisciplinario.

2. Lograr alianzas estratégicas con instituciones nacionales e internacionales, públicas y privadas que permitan lograr financiamiento y/o proyección para los programas de investigación y desarrollo del CICI.

3. Garantizar la transferencia del conocimiento manteniendo un inventario de innovaciones producidas en las investigaciones desarrolladas en el CICI que permita darlas a conocer y ofertarlas al entorno socio-productivo.

Políticas de integración con el sector interno:

1. Evaluar la estructura organizacional del CICI para constatar su adaptación a los cambios del entorno en función de generar las competencias que se requieran para una rápida capacidad de respuesta a las demandas del sector socio productivo del país, mediante la generación de productos y servicios de calidad.

2. Crear los mecanismos para hacer efectiva la transferencia del conocimiento con el objetivo de que los trabajos de investigación y desarrollo que se generen en el CICI se difundan a través de medios tecnológicos, de promoción y de mesas de concertación, eventos, medios audiovisuales, impresos y electrónicos.

3. Fortalecer los vínculos con los Programas de Postgrado correspondientes al área de la comunicación e información y otros programas relacionados con las ciencias sociales.

4. Desarrollar estrategias de comunicación interna para garantizar la integración del personal de investigación y administrativo, entre las cuales estarán las de inducción, comunicación, participación, innovación, capacitación y bienestar social.

5. Actualizar su infraestructura tecnológica mediante los mecanismos tradicionales de financiamiento de proyectos y/o a través de los convenios que establezca con otras organizaciones con quien tiene vínculos y asociaciones.

Notas

1 Ver Márquez Fernández, Álvaro: "Ética del investigador frente a la producción y difusión del Conocimiento Científico", Revista Venezolana de Gerencia 16: 632-650, Maracaibo, octubre-diciembre 2001.

Del intercambio de mensajes a la producción de sentido: Implicaciones de una perspectiva sociocultural en el estudio de la comunicación

Raúl Fuentes Navarro*

Resumen

Este trabajo pretende acercar y someter a debate algunas premisas conceptuales y prácticas que, en contextos latinoamericanos contemporáneos, contribuyan a una mejor comprensión de las implicaciones que acarrea la construcción de una perspectiva sociocultural en y para el estudio académico de la comunicación. Para ese propósito, al mismo tiempo que se busca clarificar e incluso reformular el sentido de varios de los términos centrales de este campo académico en los planos metodológico, teórico y epistemológico, se intenta explicitar y situar las condiciones desde las que se reflexiona, que son las mismas sobre las que esta práctica se propone incidir en América Latina. En síntesis, se trata de avanzar en la tarea central del estudio académico de la comunicación: la producción social de sentido sobre la producción social de sentido.1

Palabras clave: Comunicación, epistemología, campo académico, profesionalización, producción de sentido.

From the messages exchange to the production of sense: implications of a socio-cultural perspective in the study of communication

Abstract

This work tries to approach and to place under debate some conceptual and practical premises that, in contemporaneous Latin American contexts, contribute to a better comprehension of the implications that carries construction of a socio cultural perspective in and for the academic study of communication. For this purpose, at the same time that it pursues to clarify and to reformulate the sense of several of the central terminus of this academic field in the methodological, theoretical and epistemological planes, it tries to specify and to locate the conditions where it is reflected from, which are the same ones that this practice sets out to affect in Latin America. In synthesis, to advance in the central task of the academic study of communication: production of social of sense about the production of social of sense.

Recibido: 14 – 03 – 04 Aceptado: 29 – 04 – 04

* Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO, Guadalajara, México. raúl@iteso.mx

Key words: Communication, epistemology, academic field, production of sens.

‹‹Comunicación›› es una rica maraña de hebras intelectuales y culturales que codifica las confrontaciones de nuestro tiempo consigo mismo. Comprender la comunicación es comprender mucho más (Peters, 1999: 2).

El campo académico de la comunicación y sus problemas de legitimación

La primera cuestión a clarificar es el concepto de "campo académico" (Fuentes, 1992; 1998), cuya existencia como continente y referente de la discusión se establece como premisa de entrada (Vassallo de Lopes, 2001) y que, obviamente, refiere a la obra de Pierre Bourdieu (1975; 1988; 2000). Pero lo que aquí se hace es un uso heurístico (Velasco, 2000) del modelo de campo como marco interpretativo y referencial, lo cual consciente e intencionadamente excluye otras perspectivas de entrada, si bien se integra con postulados de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1984) y aportes de otros autores, para desarrollar análisis en múltiples dimensiones articuladas y desde una perspectiva sociocultural, es decir, una que permita investigar las relaciones entre instituciones, discursos y prácticas, o dicho de otro modo, entre la acción socialmente estructurada y el sentido generado por los sujetos.

Puede considerarse desde ahí un hecho constatable que, independientemente del tiempo y el espacio que se usen como escala para identificar el campo académico de la comunicación y sus condiciones de desarrollo, en el centro de ese proceso histórico se encuentra la cuestión de su legitimación, siempre en debate, invariablemente objeto de lucha, tanto al interior como al exterior del propio campo. Cuando se discuten las

condiciones de la legitimidad intelectual de nuestros estudios, es decir, cuando apelamos al análisis epistemológico de los esquemas, discursos y saberes que postulamos como válidos, y confrontamos los criterios de evaluación para calificar o descalificar perspectivas que no son la propia, no podemos eludir los factores sociopolíticos que, en diversas escalas, determinan ese análisis también en sus dimensiones ontológica, ética y organizativa o social.2

Por ello en el campo científico los conflictos epistemológicos son siempre, inseparablemente, conflictos políticos. Pero habría que considerar con mayor detenimiento que esto está directamente relacionado con el grado de autonomía conquistado por el campo. Si la definición de lo que está en juego en la lucha científica forma parte de la misma lucha (Bourdieu, 2000: 20), es indispensable reconstruir desde su origen las definiciones en pugna, y apreciar en qué medida y de qué manera su formulación e institucionalización dependen de agencias de poder internas y externas. Para el campo académico de la comunicación, cuya constitución es tan reciente como incipiente, y debido a sus pretensiones de cientificidad, tengan o no fundamento válido, estas cuestiones siguen indudablemente abiertas, y hacen muy pertinente la indagación histórica.

El debate sobre la legitimidad intelectual de los estudios sobre la comunicación, que expresa en buena medida la lucha por la legitimación de ciertas perspectivas y la consecuente deslegitimación de otras en función de un poder diferencialmente construido y distribuido, ha tenido sin duda como escenario principal al sistema académico norteamericano, donde parece haberse impuesto en las últimas décadas un pluralismo muy ambivalente y confuso, sospechosamente coincidente con la creciente concentración y expansión global de las industrias mediáticas. Así puede explicarse por qué lo que comenzó a principios de los años ochenta como una búsqueda de claridad sobre el “fermento en el

campo", entendido como una "crisis de paradigmas" en términos más o menos epistemológicos (Journal of Communication, 1983), ha derivado en una polémica multidimensional y en el reconocimiento de una fragmentación aparentemente irresoluble, que entre muchas otras consecuencias ha suscitado un interés muy crítico por la historia, intelectual y social, del propio campo. Habría que interpretar desde ahí por qué, después de una década, el debate norteamericano se reformuló alrededor del "futuro del campo" (Journal of Communication, 1993) o en el imperativo de "definir los estudios de medios" (Levy & Gurevitch, 1994), para empezar por los títulos bajo los cuales se publicó la polémica.

Si bien George Gerbner, el editor de la publicación de 1983, llegó a la conclusión de que las oposiciones entre conocimiento básico y aplicado, entre ciencia y arte, entre análisis cuantitativo y cualitativo, entre investigación administrativa y crítica, "no se sostienen ni lógica ni prácticamente con independencia de las razones históricas que lo hicieron creer así" (Gerbner, 1983: 362), Mark Levy y Michael Gurevitch, editores a su vez de la edición de 1993, plantearon de entrada que "el ansia por descubrir un paradigma universal de la comunicación ha sido sustituida por una cómoda aceptación del pluralismo teórico", que "al saber académico de la comunicación le falta status disciplinario porque carece de un núcleo de conocimiento y por tanto la legitimidad institucional y académica sigue siendo una quimera" (Levy & Gurevitch, 1993: 4).

Una lectura posible del intrincado debate, crecientemente internacionalizado y muy pertinente para la situación actual del campo en América Latina, permite distinguir diversas comunidades de académicos que alegan tener respuestas alternas a las preguntas fundantes del campo, lo cual demuestra cómo el estudio académico de la comunicación se hace en el proceso de comunicar sobre la comunicación. Así lo ha hecho notar Klaus Krippendorff (en

Anderson, 1996), alguna vez y todavía reconocido por su manual de análisis de contenido (1980), quien ha insistido en los últimos años en la necesidad de elaborar desde otras bases epistemológicas un concepto de comunicación no centrado ya en los mensajes como realidades "objetivas", que "afectan" a quienes se exponen a ellos y que crean una "comunalidad" social de la cual hay que evitar las "desviaciones" (Krippendorff, 1994: 42).

En cambio, habría que construir una radicalmente nueva y virtuosa síntesis, en que se vea a los seres humanos, primero, como seres cognitivamente autónomos; segundo, como practicantes reflexivos de la comunicación con los otros (y esto incluye a los científicos sociales en el proceso de sus investigaciones); y tercero, como interventores moralmente responsables, si no es que creadores, de las realidades sociales en las que terminan viviendo (Krippendorff, 1994: 48).

Con bases constructivistas, en algunos momentos radicales, Krippendorff plantea, así, un proyecto epistemológicamente reflexivo éticamente orientado, del cual seríamos responsables los académicos de la comunicación, como agentes que a su vez reconocen la capacidad de los otros actores sociales de la comunicación para dar cuenta de sus prácticas. Los ejes de una revisión crítica del campo y los fundamentos de su reconstitución teórica, no podrían ser entonces "puramente" epistemológicos, sino que deberían articular los factores de ejercicio de poder y de legitimidad con la construcción de los significados.3

Pero ahí se abre otro cuestionamiento, aún más radical y estimulante, que John Durham Peters desarrolla en su obra Hablar al aire: una historia de la idea de la comunicación (1999), donde descalifica la pertinencia de cualquier análisis que no tome en cuenta que "en gran parte del discurso contemporáneo, ‹‹comunicación›› existe como una suerte de plasma germinal conceptual malformado e indiferenciado. Rara vez una idea ha sido tan infestada de lugares comunes".

Porque ‹‹comunicación›› ha llegado a ser propiedad de políticos y burócratas, tecnólogos y terapeutas, todos ansiosos por demostrar su rectitud como buenos comunicadores. Su popularidad ha rebasado a su claridad. Aquellos que buscan hacer teóricamente preciso el término para el estudio académico, han terminado a veces sólo formalizando el miasma a partir de la cultura más en general. La consecuencia es que el pensamiento filosóficamente más rico sobre la comunicación, tomada como el problema de la intersubjetividad o las rupturas en la comprensión mutua, se encuentra frecuentemente en aquellos que hacen poco uso de esa palabra (Peters, 1999: 6).

Peters señala que "la noción de teoría de la comunicación no es más vieja que los años cuarenta (cuando significaba una teoría matemática del procesamiento de señales), y nadie había aislado la ‹‹comunicación›› como un problema explícito hasta las últimas dos décadas del siglo XIX" (Peters, 1999: 9-10). Como objeto de debate intelectual, ubica a la comunicación especialmente en los contextos posteriores a la primera y la segunda guerras mundiales, tanto en las ciencias sociales como en las humanidades, y justifica su estudio en la actualidad, y por lo tanto, la clarificación futura de sus fundamentos, en la constatación de que al mismo tiempo que la comunicación se convierte en un principio cada vez más importante del sentido en todos los ámbitos de la existencia social, según la doxa imperante, la academia no logra constituir un sistema de conocimiento que vaya más allá de la reproducción de esa doxa, de ese conocimiento cotidiano acrítico y funcional, con el que la ciencia tendría que romper. Siguiendo a Bourdieu, podrían entonces interrogarse los constitutivos comunes entre las comunidades de académicos que sostienen propuestas divergentes pero comparten esa imposibilidad de construir un conocimiento y un método crecientemente autónomos de la determinación social, externa al campo pero incorporada e institucionalizada en él. Y en esos términos, lo que habría que distinguir es el conocimiento

científico de esa doxosofía, "ciencia aparente y ciencia de la apariencia" (Bourdieu, 2000), que sobre todo con un tinte tecnologicista y a partir de la irrupción de la Internet en el horizonte cotidiano durante la última década, ha proliferado en el campo y alrededor de él.

La sugerencia de Peters de que "comprender la comunicación es comprender mucho más", comprender "las confrontaciones de nuestro tiempo consigo mismo", puede leerse como una fórmula paralela a aquella que argumentó Jesús Martín-Barbero entre nosotros hace más de una década en el sentido de que la comunicación ocupa un "lugar estratégico para pensar la modernidad", razón fundamental por la que su estudio debe de ser "transdisciplinario":

La expansión e interpenetración de los estudios culturales y de la comunicación no es fortuita ni ocasional. Ello responde al lugar estratégico que la comunicación ocupa tanto en los procesos de reconversión cultural que requiere la nueva etapa de modernización de nuestros países, como en la crisis que la modernidad sufre en los países centrales. No es posible comprender el escenario actual de los estudios de comunicación, y aún menos trabajar en su prospectiva, sin pensar esa encrucijada (Martín-Barbero, 1992).

Podemos constatar que muchos analistas de la contemporaneidad, ubicados en muy distintas posiciones del espectro ideológico y científico, están proponiendo al conocimiento, a la información, a la comunicación, como ejes centrales de construcción de un mundo nuevo, al mismo tiempo que se expanden por el mundo y se concentran en poquísimos núcleos de control las industrias del sector. Parece que la idea de que hay un desplazamiento acelerado de los factores económicos y políticos hacia los simbólicos y culturales en los núcleos de la transformación social no resulta tan descabellada como en los siglos anteriores. Las finanzas mundiales y las elecciones en muchos países, como México en 2000, así lo hacen pensar. Para algunos, el siglo XXI estará marcado por la

importancia creciente de las relaciones simbólicas, en vez de la de las relaciones materiales, en la estructuración de la realidad global. La comunicación, quizá con la Internet como paradigma, sería así la clave central de la globalización. ¿Pero qué significan, en cada uno de los autores que así lo argumentan, ‹‹conocimiento››, ‹‹información›› y ‹‹comunicación››, y qué relaciones conceptuales se proponen entre estos términos? Por mencionar sólo una de las múltiples preguntas que tendrían que seguir a ésta: ¿y qué tienen que ver los ‹‹medios››, como instituciones industriales, en ello?

Mi postura es que al dejar sin abordar con rigor estas cuestiones básicas, se produce un efecto de disgregación tal en el campo, que sólo es aparentemente paradójico que prevalezca un "pluralismo" superficial y acrítico, sea bajo la imagen de la "especialización" o de la "interdisciplinariedad", y en realidad se impongan así el "pensamiento único" y la instrumentalización de la comunicación y sus recursos. Como corolario de su Historia de las teorías de la comunicación y, al menos desde Pensar sobre los Medios (1987), así lo habían advertido ya los Mattelart:

El pragmatismo que caracteriza a los estudios operativos impregna cada vez más las maneras de decir la comunicación. De ello resulta que el campo en su conjunto experimenta cada vez más dificultades para desprenderse de una imagen instrumental y conquistar una verdadera legitimidad como objeto de investigación en su integridad, tratado como tal, con el distanciamiento indisociable de una gestión crítica (Mattelart y Mattelart, 1997: 126).

En este movimiento, que indudablemente seguirá siendo objeto de debate durante las próximas décadas, la epistemología es una clave principal para legitimar científica y socialmente al campo de estudios de la comunicación, en consonancia con la relevancia, real o imaginada, que el poder y la historia han otorgado a su objeto (Martín Barbero, 1987, 2001, 2002; Mattelart y Mattelart, 1987; Mattelart, 1995, 2000, entre otros). Pero se

implica, también, inevitablemente la necesidad de una síntesis conceptual, teórica y metodológica, que permita identificar la "comunicación" como un objeto científico.

La posibilidad de una convergencia metodológica y social

No obstante lo señalado en la sección anterior, hay evidencias de un proceso creciente aunque no mayoritario de reflexión crítica y de modificación práctica de las condiciones por las cuales el campo de estudios de la comunicación se aleja de un estado, que nunca ha tenido, de monopolio de la legitimidad científica y social en un grupo, perspectiva o modelo, y al mismo tiempo de la fragmentación, para avanzar hacia una "nueva y virtuosa síntesis" como la anunciada por Krippendorff. La situación presente del campo parece requerir de una articulación muy delicada de reflexión epistemológica con análisis sociológicos y ético-políticos de los intrincados procesos de su legitimación institucional, pues en el fondo, es una lucha ideológica que cruza por la territorialización, es decir, por su institucionalización disciplinaria, donde hay muchos obstáculos que superar,5 al mismo tiempo que por la búsqueda de su integración metodológica.

En ese sentido, ante la convicción de que en el debate norteamericano y europeo sobre la historia y futuro del campo de la comunicación pueden encontrarse aportes fundamentales para los análisis críticos que, desde el espacio académico latinoamericano, nadie más que los latinoamericanos pueden hacer, convendría mucho distinguir entre "los tres modos de relación del trabajo académico con las concepciones y modelos de comunicación hegemónicos: dependencia, apropiación, invención", que Jesús Martín-Barbero propuso hace casi dos décadas y que resultan esenciales para avanzar en el análisis de "nuestros" saberes. Dejando de lado por ahora la "invención", resalta:

La dependencia que, transvestida de liberalismo intelectual y eclecticismo posmoderno, concluye que 'todo vale', o sea que todas las concepciones 'son iguales' y por lo tanto tienen los mismos derechos. Derechos que, en países de desarrollo tan precario como los nuestros, serían sólo los de aplicar lo que otros inventan y 'estar al día'. La apropiación se define al contrario por el derecho y la capacidad de hacer nuestros los modelos y las teorías vengan de donde vinieren geográfica e ideológicamente. Lo que implica no sólo la tarea de ensamblar sino la más arriesgada y fecunda de rediseñar los modelos para que quepa nuestra heterogénea realidad, con la consiguiente e inapelable necesidad de hacer lecturas oblicuas de esos modelos, lecturas 'fuera de lugar', desde un lugar diferente a aquel en el que se escribieron (Martín Barbero, 2002: 6).

Para fomentar esa apropiación crítica latinoamericana, puede resultar fecunda la revisión de la más reciente obra del danés Klaus Bruhn Jensen: Un manual de investigación de los medios y la comunicación. Metodologías cualitativas y cuantitativas (Jensen, ed., 2002). En esta obra, que reformula sustancialmente el contenido de su anterior versión (Jensen & Jankowski, eds., 1991), Jensen propone cómo pasar de un modelo de comunicación centrado en el "intercambio de mensajes", y de otro, irreconciliable con él, de la "comunicación como ritual", a un modelo de "niveles", que bien pueden ser llamados socioculturales, que integra a los medios tecnológicos contemporáneos no sólo con la producción de sentido sino también con la estructuración de la sociedad. Para ello retoma de Giddens (1984) la idea de la "dualidad de la estructura" y agrega a las categorías de "agencia" y "estructura", la de "medios":

La cuestión fundamental para el campo, consecuentemente, es la diferencia que hacen los medios, no sólo en términos de sus 'efectos' sobre las audiencias, sino para el resto de la estructura social y para la agencia humana, la cultura y la comunicación. Este

libro considera como el rasgo distintivo de los medios la producción y circulación de sentido en las sociedades modernas, lo que permite la reflexividad colectiva y la acción coordinada en una escala sin precedentes. Esto implica que los medios mismos ocupan el centro de interés en el campo –su identidad– en un sentido metodológico. El hecho de que los medios sean al mismo tiempo negocios, formas estéticas y recursos culturales tiene interés teórico y empírico primario en la medida en que esos rasgos conforman la producción mediada de sentido. Precisamente por la complejidad de los medios como objetos de análisis, el campo debe contar con una variedad de enfoques teóricos, disciplinarios así como interdisciplinarios, tomando en consideración la gran periferia de factores explicativos que convergen en su centro (Jensen, ed., 2002: 9).

Las propuestas teórico-metodológicas que se desprenden de esta "nueva" concepción de la investigación de la comunicación y de los medios de una manera integrada, supone a ésta como una práctica, que puede entenderse, al igual que la comunicación, como "un tipo particular de interacción social gobernada por reglas" y que incluye, como constitutivos esenciales, al investigador, a sus sujetos-objeto6 (u otras fuentes de evidencia), y a "la comunidad de pares que, tarde o temprano, evaluarán la calidad de los hallazgos y de la conducta profesional" (Jensen, ed., 2002: 289).

De esta manera, es clara la articulación epistemológica, propuesta por Jensen, entre la comunicación y la investigación de la comunicación, una meta-práctica de ella. Ya en una obra anterior (1995), Jensen había formulado la relación entre una "teoría de la comunicación" como semiótica de primer orden, y una "teoría de la ciencia" como semiótica de segundo orden. La metodología adquiere, así, una potencia explicativa que escaseaba en el campo académico y, al mismo tiempo, proporciona una plataforma tan

sólida como pueden ser los constructos científicos, para la convergencia en el campo, en la misma línea de la "nueva y virtuosa síntesis" trazada por Krippendorf años atrás.

Por supuesto, habrá que observar –empírica y rigurosamente– los procesos de apropiación de esta propuesta en el campo. Pero no cabe duda de que estimula una discusión muy pertinente, que, a través de su formulación "política", puede cobrar mucho sentido en América Latina, pues para Jensen, la orientación hacia la acción social es algo que la investigación comparte con la comunicación. Tanto la investigación sobre los medios como la comunicación mediada tienen fines, sean implícitos o explícitos... Es la conclusión de la comunicación mediada y de su transformación regulada en acción social concertada lo que es distintivo de la democracia, no un interminable proceso de comunicación. El fin de la comunicación sirve a los fines de la democracia... El fin del proceso de investigación es el comienzo de otras prácticas sociales (Jensen, ed., 2002: 293).

Debe advertirse, sin embargo, que es la institucionalidad, y no la argumentación intelectual, el lugar social donde se articulan el poder y el saber, por lo que el futuro del campo y la lucha por su orientación dependen en mayor medida de las formas organizacionales que de las teóricas. Para analizar a fondo el "universo de discurso en el que crecimos", el trabajo historiográfico de Timothy Glander (2000) interpreta las decisiones que guiaron la institucionalización del campo de estudios de la comunicación en Estados Unidos en el contexto de la segunda guerra mundial en un sentido estrictamente político, pues había tantos antecedentes académicos para institucionalizarlos en relación con la educación, en el campo de las humanidades, como con la propaganda, en el de las ciencias sociales.

Al resolverse la definición de los proyectos fundacionales en términos del avance en el conocimiento y control de los mecanismos propagandísticos, centrados en la difusión

masiva y selectiva de mensajes persuasivos, y no de los educativos, asociados a la construcción democrática de comunidades de conocimiento y acción; y al conseguirse no sólo los apoyos políticos y financieros, sino también la legitimidad académica de la investigación con ese sesgo, la separación entre comunicación y educación y la escisión entre humanidades y ciencias sociales quedó consagrada y el modelo de la Mass Communication consolidado, independientemente de su consistencia epistemológica, primero en Estados Unidos y luego, en el resto del mundo.

Para los años sesenta, época de la guerra fría y de la "modernización" de América Latina, parecía haberse resuelto así el diseño del campo de la comunicación. No sólo se había institucionalizado, en la forma de institutos de investigación sobre todo, sino que había clarificado su "misión", o al menos la de la "Mass Communication Research", alrededor de las famosas cinco preguntas de Lasswell, -"quién, dice qué, a quién, por qué canal, con qué efectos"- convertidas por Schramm en un auténtico paradigma disciplinario (Rogers,1994). Pero más que la historia de allá, interesa discutir cómo se trasladan sus rasgos, hacia acá: hacia América Latina y hacia el resto del mundo.

La historia de los medios, así como la de las prácticas comunicativas o de la idea de la comunicación, tienen lugares propios en la investigación, que no habría que confundir con la historia del campo académico, aunque entre todas esas historias haya vínculos y enlaces múltiples. En América Latina, por más que haya antecedentes documentados incluso anteriores a los estadounidenses, la historia del campo académico de la comunicación no abarca más que las últimas cinco décadas, el tiempo que lleva el proceso de su institucionalización en las universidades y centros de investigación. En ese trayecto, es muy relevante el hecho de que el estudio de la comunicación haya tenido mucho más arraigo en la forma de programas de formación profesional que de centros de investigación,

y, por supuesto, la dependencia "obvia" de la investigación latinoamericana con respecto a "las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos", que ya documentaba y denunciaba Luis Ramiro Beltrán (1974, 1976) en los años setenta.

No hay duda de que, en muchos aspectos, ha quedado atrás aquella situación de la "indagación con anteojeras", es decir, con mayor precisión, la oposición maniquea entre el rigor de la ciencia y el compromiso político con la transformación social que Beltrán descubría como patrón del debate central en la investigación de la comunicación en América Latina en esa época, y que resultaba más nociva aún que la dependencia conceptual y metodológica de la que no estaba desvinculada. Pero al igual que en las ciencias sociales en general, y en el campo de la comunicación en Estados Unidos y en otras regiones, el eje central de los debates en el campo latinoamericano pareció perderse entre los años ochenta y noventa, precisamente en la época de su crecimiento explosivo. Como he argumentado en otro lugar con mayor detalle, sin que hayan desaparecido el maniqueísmo o el dualismo que en otras épocas organizaban el pensamiento, el discurso y la acción sobre la comunicación, desde mediados de los años ochenta parecen haberse multiplicado en tal medida las posturas y las posiciones desde las cuales se puede investigar la comunicación, que el debate es cada vez más difícil, al haber menos referentes comunes (Fuentes, 1999).

Quizá podría sostenerse hoy, tratando de enfatizar la dimensión epistemológica de esta problematización, que ese aparente abandono de las premisas críticas, así se sustentaran más en ideologías políticas que en posturas científicas, y esa inercia sin proyecto que puede documentarse muy bien en el campo latinoamericano de la comunicación, no sólo nos acercan más que en otras épocas a lo que sucede en otras partes,

sino que nos exige recomponer nuevamente los esquemas reflexivos desde una postura muy propia. Adelanto que ya no basta tampoco el análisis de la institucionalización social y cognoscitiva del campo, como considero que no es suficiente el análisis de su legitimación intelectual, pero sí creo que es conveniente revisar los fundamentos institucionales de la disciplinarización del campo y, en consecuencia, las estructuras transinstitucionales en que se sostiene e impulsa, principalmente las publicaciones y las asociaciones académicas.

En otras palabras, creo que la influencia fundacional de CIESPAL7 y sus modelos de escuelas de periodismo primero y de comunicación después; la omnipresente actividad de la iglesia católica y después de otras iglesias en las prácticas educativas y comunicativas de todo tipo; los programas estatales de modernización y los multivariados movimientos políticos y sociales que han impulsado proyectos comunicacionales de signos muy distintos; la intervención de agencias internacionales de diverso origen, orientación y capacidad financiera; los intereses directa e indirectamente asociados con los medios; y muchas otras agencias extra-académicas, han condicionado de una manera mucho más determinante, aunque enormemente variada, la institucionalización universitaria de nuestro campo que la racionalidad no digamos científica, sino organizacional de la propia academia.

Porque si bien los modelos básicos de formación universitaria de profesionales de la comunicación fueron importados a América Latina directamente de Estados Unidos, insertados en unos sistemas universitarios muy diferentes al original, pronto adquirieron características divergentes, de las cuales ahora destaco solamente la desvinculación de su desarrollo con respecto al de los sistemas comerciales de medios, que incluso superaron en algunos aspectos, momentos y países determinados a sus modelos norteamericanos. Quizá, la falta de articulación de estos programas con la investigación, que siempre fue

relativamente escasa y durante muchos años se realizó primordialmente fuera de las universidades, y en la mayor parte de los países también de los medios, alejó a la gran mayoría de las escuelas de comunicación de la posibilidad de generar un espacio académico mínimamente riguroso en cuanto a los saberes que reproducía. Cuando comenzaron a surgir los programas de posgrado, donde se forma a los profesionales de la investigación, este patrón estaba ya sólidamente establecido y muchos de estos programas no han podido o no han querido sustraerse a él.

Se puede explicar así, entre otros rasgos de nuestro campo, el proceso de disciplinarización de los estudios de comunicación. La formación de profesionales, orientada a la creación, expansión y desarrollo de un mercado laboral en los medios y otras instituciones sociales en el que se insertaran los egresados universitarios, tuvo un impulso mayor por parte de las propias universidades que de las industrias de la comunicación. Los medios podrían emplear especialistas funcionalmente capacitados, pero las universidades debían legitimar la oferta correspondiente a esa demanda distinguiendo su formación de la de otros profesionales: la manera que prevaleció fue la recomendada por CIESPAL en 1963: independizar, al interior de la estructura universitaria, en la forma de escuelas, facultades o departamentos, los estudios de "comunicación". La denominación institucional fue más importante que la fundamentación conceptual.

La profesionalización avanzada del campo académico de la comunicación

A manera de síntesis, situada desde el trabajo de posgrado en comunicación en América Latina, se refuerza en la actualidad la convicción de que la "comunicación", como quiera que la definamos, implica sistemas y prácticas socioculturales, cognoscitivas,

económicas y políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que necesariamente participamos. La construcción de objetos de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como sujetos estamos implicados en esos objetos. Por ello el hecho de construirlos y desarrollarlos de una u otra manera afecta su propia naturaleza objetiva, la institucionaliza y, de alguna manera, la "naturaliza". En el campo de la comunicación, la tensión esencial parece ser ontológica: su objeto es un factor constitutivo de lo humano, y al mismo tiempo un instrumento para la consecución de fines particulares, histórico-sociales determinados. Estamos hechos de comunicación, como individuos y como sociedades, pero también usamos la comunicación para afectar particularmente esta constitución. De ahí que la comunicación implique ineludibles imperativos éticos.

En el plano epistemológico, entonces, esa "tensión esencial" se puede resolver tanto separando como buscando articular ambos aspectos del fenómeno. Las teorías de la comunicación, elaboradas en los campos del conocimiento filosófico, de las ciencias naturales o formales, de las humanidades o de las ciencias sociales, son construcciones alternativas para interpretar sistemáticamente, y comunicar a otros o con otros, la forma en que se relacionan en la práctica concreta las dimensiones constitutivas e instrumentales de la comunicación. Por razones ideológicas, históricamente explicables, parecen haber predominado las perspectivas instrumentales más reduccionistas en la constitución del campo académico, al centrarse la atención en los medios o en los mensajes y no en las interacciones entre sujetos o entre éstos y las instituciones. Pero su eficacia explicativa, interpretativa o retórica, al operar esa reducción, genera más problemas que los que resuelve, debido a que lo que "deja fuera" es precisamente lo que resulta indispensable explicar: la constitución comunicativa de la realidad social.

Para la teoría de la estructuración, agencia es la capacidad del actor social "para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que constituyeron originalmente el repertorio" (Sewell, 1992: 19), pues los recursos nunca están homogéneamente distribuidos entre los sujetos sociales (individuales o colectivos). "Ser un agente significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que uno está inmiscuido, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida" (Sewell, 1992: 20).

Este principio, que por supuesto tendría que desarrollarse mucho más, es la base de la propuesta final de esta exposición: es mediante la formación universitaria de agentes académicos competentes para producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido, que el campo académico de la comunicación puede no sólo reorientarse para avanzar en su legitimación, para ganar mayor autonomía y poder, sino que podrá generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo y del papel que los sistemas y prácticas de comunicación tienen en esas transformaciones, y basar su legitimación en esta competencia académica, más que en la competitividad de su institucionalización disciplinaria. Más en la contribución a la comprensión y distribución social del saber sobre la comunicación que en su deformación reduccionista, no sólo en términos epistemológicos sino también políticos.

La comprensión de la comunicación contemporánea no puede ser tarea exclusiva de nadie, pues no puede producirse sin el aporte de los saberes de otros. Lo que puede ayudar más a clarificar las condiciones de la legitimación epistemológica de los estudios de la comunicación no es su cerrazón, sino su apertura: su capacidad de interacción crítica y de complementación racional en la construcción de un conocimiento teórico, sólido y comprensivo, que articule perspectivas diversas sobre un aspecto de la realidad que, por

definición, es múltiple. Y esa es una tarea predominantemente metodológica, como lo proponen Jensen y otros autores.

De ahí la pertinencia de centrar los esfuerzos en la profesionalización avanzada, en la formación de agentes académicos con capacidad metodológica y éticamente regulada, de influir críticamente en la definición de los términos más pertinentes para que la lucha por la identidad y la monopolización del saber legítimo, por la acumulación, reproducción y, sobre todo, la redistribución social de los saberes sobre la comunicación, adquiera un carácter liberador, al mismo tiempo científico y político.

Notas

2 Quizá no sobra recordar que una vez que fue desplazado el proyecto del empirismo lógico del centro de la discusión filosófica sobre el conocimiento científico, con las certezas dogmáticas que proporcionaba a sus adherentes, la epistemología de las ciencias, comenzando por las naturales, se ve tensionada por la convicción de que el conocimiento debe referirse válidamente a alguna realidad, como sostenía Popper, y de que es un conocimiento histórica y socialmente construido, como lo propuso Kuhn. El "criterio de demarcación", la distinción entre el conocimiento científico y el no científico, es ahora, en vez de una norma de unificación, un objeto más de discusión, sometido tanto a las condiciones de la racionalidad como a las del poder.

3 En la siguiente sección se podrán revisar de una manera más detallada las implicaciones metodológicas de estas premisas, que coinciden en buena medida con las desarrolladas por Klaus B. Jensen.

4 Para un mayor desarrollo de la misma argumentación desde este ángulo de análisis, Fuentes (2000a).

5 Aunque no es posible desarrollar aquí in extenso el análisis de esta dimensión crucial, hay que considerar que hay una diferencia sustancial en la institucionalización disciplinaria de los estudios de la comunicación y, por lo tanto, en la constitución del campo académico y sus búsquedas de legitimación, entre Estados Unidos y América Latina: la disciplinarización, es decir, la construcción y defensa de un territorio delimitado y relativamente cerrado para controlar los procesos de producción y reproducción de saberes académicos, en Estados Unidos fue sobre todo la consecuencia de una estrategia sociopolítica soportada por la investigación empírica, aquella que Lazarsfeld llamó "administrativa". En América Latina, de una estrategia de adaptación y justificación sociopolítica de las instituciones universitarias, basadas en su función profesionalizante,

como vehículo de movilidad social y de "modernización" de porciones selectas de la población. Al no darse el caso en términos similares ni a Estados Unidos ni a América Latina en la mayor parte de los países de Europa, quizá con la excepción española, los estudios sobre la comunicación comparten los mismos problemas de legitimación social y epistemológica, pero no los de disciplinarización del campo.

6 Jensen utiliza el término "respondents" (2002: 289).

7 CIESPAL: Centro Internacional de Estudios sobre la Comunicación (antes Periodismo) para América Latina.

Referencias bibliográficas

ANDERSON, James A. (1996). Communication Theory. Epistemological Foundations. New York: The Guilford Press.

BELTRÁN S., Luis Ramiro (1974). "Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?", International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World, IAMCR, Leipzig, en Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección. La Paz: Plural Editores, 2000.

BELTRÁN S., Luis Ramiro (1976). "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica", en Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección. La Paz: Plural Editores, 2000.

BOURDIEU, Pierre (1975). "La especificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison", París: Sociologie et Sociétés Vol. VII, núm. 1, pp.91-118.

BOURDIEU, Pierre (1988). Homo Academicus. California: Stanford University Press.

BOURDIEU, Pierre (2000). Los usos sociales de la ciencia. Buenos Aires: Nueva Visión.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1992). Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina. México: FELAFACS.

FUENTES NAVARRO, Raúl (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 NAVARRO, Raúl (1999). "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI", en Diálogos de la Comunicación No. 56. Lima: FELAFACS, p.52-68. También en Oficios Terrestres Año V No. 6. La Plata: FPCS UNLP, p.56-67.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2000a). Educación y Telemática. Buenos Aires: Norma (Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación).

FUENTES NAVARRO, Raúl (2000b). "Perspectivas socioculturales postdisciplinarias en la investigación de la comunicación", en: OROZCO GÓMEZ (Coord.): Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI. España: Ediciones de la Torre, p.17-31.

FUENTES NAVARRO, Raúl (2002). "Comunicación, cultura, sociedad: fundamentos conceptuales de la postdisciplinariedad", en Tram(p)as de la comunicación y la cultura Año 1 No. 1, La Plata: FPCS UNLP, p.12-29.

GERBNER, George (1983). "The Importance of Being Critical -In One's Own Fashion" in Ferment in the Field, Journal of Communication Vol 33 No 3.

GIDDENS, Anthony (1984). The constitution of society. Outline of the theory of structuration. California: University of California Press.

GLANDER, Timothy (2000). Origins of Mass Communications Research during the American Cold War. Educational Effects and Contemporary Implications. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

JENSEN, Klaus Bruhn (1995). The Social Semiotics of Mass Communication. London: Sage.

JENSEN, Klaus Bruhn (ed.) (2002). A handbook of Media and Communication research. Qualitative and Quantitative Methodologies. London & New York: Routledge.

JENSEN, Klaus Bruhn & Nicholas W. JANKOSWKI (eds.) (1991). A handbook of qualitative methodologies for mass communication research. London & New York: Routledge.

Journal of Communication (1983): Vol. 33 No. 3, Special Issue: Ferment in the Field.

Journal of Communication (1993): Vol. 43 No. 3-4, Special Issue: The Future of the Field: between Fragmentation and Cohesion.

KRIPPENDORFF, Klaus (1980). Content Analysis: an introduction to its methodology. Beverly Hills: Sage.

KRIPPENDORFF, Klaus (1994). "The past of Communication's hoped-for future" in LEVY and GUREVITCH: Defining Media Studies. Reflections on the future of the field. New York: Oxford University Press.

LEVY, Mark R. and Michael GUREVITCH (1993). "Editor's Note" in The Future of the Field, Journal of Communication Vol. 43 No. 3.

LEVY, Mark R. and Michael GUREVITCH (1994). Defining Media Studies. Reflections on the future of the field. New York: Oxford University Press.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Gustavo Gili.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1992). "Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad", en Diálogos de la Comunicación No. 32, Lima: FELAFACS. p.28-33.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001). "Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación", en: VASSALLO y FUENTES (Comps.): Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. Guadalajara: ITESO / UAA / UdeCol / UdeG, p.15-42.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002). Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

MATTELART, Armand (1995). La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Madrid: FUNDESCO.

MATTELART, Armand (2000). Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global. Barcelona: Paidós Transiciones.

MATTELART, Armand y Michèle (1987). Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social. Madrid: FUNDESCO.

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

PETERS, John Durham (1999). Speaking into the Air. A history of the idea of communication. Chicago: The University of Chicago Press.

ROGERS, Everett M. (1994). A History of Communication Study. A Biographical Approach. New York: The Free Press.

SEWELL, Jr. William H. (1992). "A Theory of Structure. Duality, Agency and Transformation", in American Journal of Sociology Vol. 98 No. 1, p.1-29.

VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata (2001). "Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación", en VASSALLO y FUENTES (Comps.): Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. Guadalajara: ITESO / UAA / UdeCol / UdeG., p.43-58.

VELASCO GÓMEZ, Ambrosio (Coord.) (2000). El concepto de heurística en las ciencias y las humanidades. México: Siglo XXI/ CIICH UNAM.

Paradigmas comunicacionales que brotaron tempranamente en las Américas

José Marques de Melo[*]

Resumen

A pesar de un siglo de acumulación de conocimientos por las comunidades académicas, la cuestión mediática sigue desafiando a los estrategas de las sociedades situadas al norte y al sur de América. El autor intenta descifrar el enigma, rescatando las ideas planteadas por dos precursores de la Mediología americana, el estadounidense Robert Park y el brasileño Barbosa Lima Sobrino.

Palabras clave: Teoría de la comunicación. Mediología. Exclusión mediática. Estados Unidos. Brasil.

Communicational paradigms early borned in americas

Abstract

In spite of all knowledge stored by communication scholarship du-ring last century, the media challenge remains as an open question for socie-ty decision makers both at the north and the south of America. The author tries to understand the enigma by redeeming ideas shaped by early scholars that inquired media context like Robert Park in USA and Barbosa Lima Sobrinho in Brazil.

Key words: Communication Theory. Media Studies. Media Divide. United States of America. Brazil.

Marco histórico

Desde que se constituyeron como estados políticamente autónomos, en los inicios del siglo XIX, las naciones latinoamericanas fueron desenvolviéndose intelectualmente sobre el estigma de la exclusión comunicacional.1 Tal situación reproducía en gran medida el modelo de sociedad cultivado por el régimen colonial, tanto bajo el dominio de los

Recibido: 11 – 03 – 04 Aceptado: 12 – 04 – 04

[*] Profesor emérito de la Universidad de Sao Paulo. Director de la Cátedra UNESCO de Comunicación en la Universidad de Sao Paulo. Actual Presidente de la Asociación Iberoamericana de Comunicación.

castellanos como de los lusitanos, y continuó durante el régimen independiente, bajo el mandato de las oligarquías criollas.
A pesar de contar con unos medios impresos de comunicación gobernados por la doctrina de la libertad de expresión y pensamiento, las repúblicas hispano-americanas y el imperio luso-brasileño consolidaron modelos informativos erigidos como privilegio de las élites. Considerando que los grandes contingentes de las poblaciones nacionales estaban formados por trabajadores iletrados, libres o esclavos, viviendo en el campo o en las ciudades, la información impresa se convirtió históricamente en espacio disfrutado apenas por las clases superiores, incluyendo a las capas medias beneficiadas por los conocimientos adquiridos en la escuela.
Se trata de un panorama que contrasta con el que rigió en los territorios de la colonización anglo-americana. En ellos predominó, no sólo un patrón diverso de sociedad, en gran parte edificado por el voluntariado típico de los disidentes religiosos, sino sobre todo, una postura civilizada, robustecida por el credo utópico de la educación. Eso, desde temprano, garantizó el funcionamiento de escuelas, bibliotecas, periódicos y otros mecanismos destinados a fomentar la circulación de novedades, conocimientos o ideas. De esta forma, fue posible que algunas colonias europeas, relacionadas en el norte de América, a través de la inclusión comunicacional, unificaran estrategias precoces de liberación del poderío colonial, ejercitando formas de gobierno que sintonizaban con los preceptos de la democracia representativa. Para todo esto, fue necesario fortalecer las redes mediáticas con la función de integrar políticamente las comunidades unificadas y para asimilar culturalmente a los inmigrantes procedentes de distintas partes del mundo, cuya fuerza de trabajo convirtió a la joven nación en potencia económica.
La situación intelectual de las naciones latinoamericanas comenzaría a ser modificada en el siglo XX, a través de las políticas públicas destinadas a la universalización del sistema educacional. Adoptadas en pocos países, aun así alcanzaron a las poblaciones residentes en los centros metropolitanos. El proceso de reducción de la penuria comunicacional de las grandes masas sudamericanas solamente sería alterado con el incremento de las tecnologías electrónicas de difusión simbólica. La expansión de la radio (a partir de los años 30) y el desarrollo de la televisión (a partir de los años 50) dan oportunidades para la mejoría del apetito cognitivo de las poblaciones económicamente activas. Hasta los contingentes analfabetos serían promovidos a la condición de consumidores culturales de los productos sonoros o audiovisuales diseminados por las redes abiertas, porque son accesibles a bajo costo.
Estamos ingresando en el siglo XXI, pudiendo celebrar en la geografía americana cinco décadas de institucionalización mediática. Con todo, el mapa de exclusión comunicacional permanece sustancialmente inalterado al sur de Río Grande. Desde México hasta la Patagonia, continúan en vigor panoramas caracterizados por la depresión cultural de las grandes masas que generalmente están distanciadas o fueron precozmente expulsadas de las redes educativas formales. Los mayores contingentes humanos de América Latina se nutren de conocimientos efímeros, fragmentados y superficiales solamente propiciados por las "escuelas paralelas" que brotan de las redes mediáticas. Así ha crecido la categoría de ciudadanos de segunda clase, más ineficaces o inapetentes, en el sentido de actuar democráticamente como sujetos de su propia Historia.
Transformar esa realidad injusta constituye el mayor enigma de los estudiosos de los Medios Masivos de Comunicación en nuestras sociedades. Por eso mismo constituye un buen ejercicio intelectual la comparación de las situaciones perfiladas en los dos

subcontinentes: el anglo-americano y el latinoamericano. Para esto tomemos como referencia los paradigmas construidos por los precursores de la Mediología en los dos extremos de las Américas.
Debemos reconocer con humildad que, a pesar de un siglo de acumulación de conocimientos mediológicos, la "esfinge mediática" aún no ha sido "descifrada" por nuestras comunidades académicas. Por eso, creemos oportuno retomar aquellos "paradigmas comunicacionales" pioneros que germinaron en las Américas, al norte y al sur. Tenemos la esperanza de que esa incursión exploratoria pueda iluminar el descubrimiento y la crítica de los demás paradigmas que florecieron contemporáneamente.
Poblando el imaginario de aquellos que se entregan a su estudio y comprensión en las empresas y en los gobiernos, en la academia o en la sociedad civil, la "esfinge mediática" permanece como una amenaza capaz de "devorar" nuestras sociedades. Frente a esto, no nos resta otra alternativa, sino esbozar hipótesis y promover pesquisas, intentando superar los temores que nos afligen colectivamente.

Paradigma anglo-americano

Aunque los norteamericanos deben a John Dewey y a Charles Cooley las primeras reflexiones académicas sobre el papel social desempeñado por los sistemas mediáticos, es sin duda Robert Park el precursor de la Mediología en los Estados Unidos de América.[2] Su tesis de doctorado La multitud y el público, defendida en Berlín, en 1904,[3] contiene la esencia del paradigma comunicacional anglo-americano: Los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento.
Park supera la visión conservadora de los teóricos sociales europeos. Gabriel Tarde, por ejemplo, se limitó a describir la influencia de los periódicos en las conversaciones interpersonales, expresando reservas en lo referido a la ingerencia mediática en la vida privada. Ortega y Gasset, a su vez, manifestó un cierto espanto frente al peligro de la "rebelión de las masas".
Demostrando una actitud progresista, Park valorizó el papel de los MCS como agencia socializadora por excelencia. La reconoció como dinamo del nuevo fenómeno de la moderna sociedad, o sea, la opinión pública. De acuerdo con su análisis, los MCS impresos y posteriormente los medios electrónicos de comunicación podrían desempeñar papeles decisivos en la transformación de multitudes amorfas y apáticas en públicos articulados y activos, fortaleciendo el sistema democrático.[4]
Al analizar de manera no apocalíptica el desempeño de las industrias mediáticas en la edificación de la "sociedad de masas", Park y sus discípulos de la Escuela de Chicago[5] contribuyeron decisivamente a la formulación de la doctrina de la "responsabilidad social", cuya doble fase preserva la "auto-reglamentación empresarial" y la "educación de los profesionales". Al Estado corresponde una postura de no intervención en el negocio mediático, asegurando su desarrollo de acuerdo con los principios de la "libre iniciativa", consensuada a través de los "códigos deontológicos" capaces de cohibir abusos o desvíos. A la sociedad civil compete la formación de los agentes productores de los contenidos difundidos por los vehículos responsables de abastecer a las "multitudes" de conocimientos destinados a convertirlas en "públicos" orgánicamente estructurados.
Es sintomático que la participación de las universidades en ese proceso se produce cuando las publicaciones de masas se conducen por la distorsión "sensacionalista". Las iniciativas

pioneras de las universidades de Missouri y de Columbia, destinadas a formar periodistas responsables, datan de la primera década del siglo XX,6 reproduciéndose y multiplicándose en todo el territorio norteamericano, casi siempre a través de sociedades con las empresas a las que destinan los recursos humanos allí educados.

A través de la formación de periodistas, cineastas, publicitarios, relaciones públicas, locutores de radio o teledifusores las universidades influyeron en la consolidación del modelo mediático norteamericano. A partir de los años 30, ellas tendrían un papel decisivo en la orientación de las políticas de contenido, produciendo conocimiento científicamente legitimado en las oficinas de investigación organizadas para atender las demandas empresariales. Tales casos de investigación también atenderían a clientes gubernamentales, o sea, las agencias responsables de la formulación y evaluación de las políticas públicas, sedientas de datos fiables sobre el impacto social de los medios masivos de comunicación.7

Para comprender con claridad la eficacia del paradigma anglo-americano,8 que sitúa los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento, se hace indispensable mencionar las variables que intervienen en el proceso.

Una de ellas es el paralelismo entre el desarrollo de los sistemas mediático y educativo, en todos los cuadrantes del territorio nacional. La universalización de las oportunidades de enseñanza-aprendizaje, ofreciendo educación formal básica a todos los ciudadanos, constituyó, a lo largo del tiempo, una prioridad de la sociedad industrial construida por los norteamericanos. Así las nuevas generaciones de usuarios de los sistemas mediáticos generalmente poseen escolarización suficiente para demandar contenidos mejor elaborados. Son generaciones educadas libremente, con capacidad de optar por los productos que satisfagan sus necesidades inmediatas, generalmente dictadas por los patrones culturales de las comunidades que integran el día a día.9

En la propia escuela, los futuros ciudadanos son inducidos a asumir una actitud crítica, participando en procesos de "alfabetización mediática", de la misma forma que vivencian experiencias de "alfabetización científica" o de "alfabetización artística". En lugar de demonizar los medios masivos de comunicación, los educadores norteamericanos generalmente los toman como un dato inherente a la realidad que los niños encontrarán en su vida adulta. Sin prejuicios, proporcionan a sus alumnos nociones sobre el engranaje mediático. Buscan, al mismo tiempo, referentes didácticos en los periódicos o en la televisión, de la misma forma que lo hacen en relación con la literatura o biología, como estrategia de motivación pedagógica.

Esta actitud proviene de una fina sintonía entre la agenda mediática y la vida cotidiana del conjunto de las clases sociales que componen el mosaico norteamericano. La industria del entretenimiento, especialmente el cine, la televisión y el cómic, desde su nacimiento, difundió temas y personajes vinculados a la cultura popular.10 Las escenas contenidas en las películas de far-west, los dramas suburbanos difundidos a cuenta gotas en los capítulos de las soap-opera, las leyendas rurales estilizadas en los cartoons, los conflictos típicos del racismo encuadrados en la sitcom, etc., etc., constituyen evidencias de esta constante retroalimentación entre medios masivos y clases subalternas,11 de la misma forma que los periódicos de prestigio reflejan los gustos y deseos de la inteligentzia.12

Justamente por la composición plural, diversificada y bien adosada de su contenido, que corresponde a las expectativas de todos los segmentos sociales, la industria mediática norteamericana puede actuar como "escuela paralela". Y así viene funcionando históricamente como agencia socializadora de nuevos contingentes humanos que engrosan la población nacional, oriundos de todos los rincones del planeta. Esa función cognitiva de

los MCS mereció la atención de Robert Park, durante su práctica de inserción en la vida académica, después de su fecunda experiencia como periodista y relacionista público. Al estudiar el papel de los MCS comunitarios en la asimilación cultural de los trabajadores inmigrantes, Park incorporó nuevos ingredientes al paradigma de los medios masivos de comunicación como forma de conocimiento.

Park fue también responsable de la inclusión de un componente dialéctico en ese paradigma anglo-americano. Cuando lo explicitó formalmente en el conjunto de artículos publicados en el bienio 1940-1941, advirtió a la comunidad académica acerca de los peligros contenidos en el engranaje mediático, cuando este se convertía en una fuente de poder. Al expresar reservas en relación con el tipo "expresivo" del contenido mediático este investigador animaba a sus colegas de la academia a ejercer una especie de vigilancia ciudadana.13 Su señalización buscaba neutralizar los efectos nefastos de los productos destinados al entretenimiento colectivo, en el cual él identifica "influencia cultural subversiva", potencialmente causante de la "desorganización social".14

En realidad, Robert Park sienta las bases del movimiento de auto-defensa mediática, que vendría a ser conocido como media criticism, instituyendo vigilantes de contenido en el interior de las industrias mediáticas, es decir, instancias defensoras de los intereses de los consumidores culturales.15 Esa inserción transparente de la vigilancia mediática en el cuerpo de las ediciones diseminadas por los vehículos masivos representa sin duda un estímulo para el ejercicio crítico de sus receptores. Se trata de un mecanismo capaz de propiciar la ruptura de la soledad típica de multitudes silenciosas, acelerando la conciencia ciudadana indispensable para el activismo de un público preocupado por el interés colectivo y el bienestar de la sociedad.16

Paradigma latinoamericano

El ejercicio más consistente de reflexión crítica sobre el emergente engranaje mediático en Latinoamérica fue emprendido, hace 80 años, por el brasileño Alexandre José Barbosa Lima Sobrinho. Su libro El problema del periodismo (Río de Janeiro, Álvaro Pinto editor, 1923) contiene no sólo un preciso diagnóstico sobre el desarrollo del periodismo en el mundo contemporáneo, sino también una interpretación apurada del impacto causado por su industrialización en la sociedad brasileña. Su sofisticado análisis, transferido a cualquier otro país de la región, se aplica con ligeros ajustes a los respectivos cuadros socio-culturales.

Por eso mismo, el esqueleto/armazón teórico construido por el joven Barbosa Lima Sobrinho17 puede interpretarse como paradigma latinoamericano. Argumentando con lucidez que el periódico muestra la sociedad en que se edita, este autor ofrece evidencias que hoy permiten enunciarlo de la siguiente manera: Los medios masivos son el espejo de la sociedad.

Vamos a retomar, textualmente, su línea de argumentación:

"...sólo me pregunto si el periodismo es culpado por todos los males que le imputan, o autor de todos los beneficios que va inculcando con despreocupación. Y sólo me acude la respuesta de que vale como pieza indispensable de un maquinismo, forzado al movimiento de otras piezas y ella misma haciendo girar, en sus ejes, otras ruedas.

Hay malos periódicos, decimos; el periodismo, todavía es bueno. Confesemos que se encuentra al alcance de factores perniciosos, capaces de perturbar su eficiencia y de anular su utilidad. ¿De dónde viene esa fuerza perturbadora y nefasta? Del público, del propio periodismo y del gobierno.
Primeramente del público, para que se haga el periódico. Él manda en las gacetas y son suyas las pasiones, sus tendencias e ideas que la hoja refleja como un espejo. Un autor nos dice que el periódico es más de sus lectores que de sus redactores, o propie-tarios. En vano se esforzaría el periodismo para aventajar al pueblo que lo sirviese. Las necesidades lo obligarían a terminar con tales distancias y aproximarse a sus lectores. Si todos los periódicos no se amoldan por una forma única, es que existe diferenciación de las clases sociales, expresadas en el periodismo (...).
Existe, en segundo lugar, la culpa del gobierno. (...) No escapó nuestro país del flagelo. Conocimos los procesos de subvención y los de la concesión de favores, o de empleos. Encontrándose sin apoyo del periodismo del partido, el gobierno corrompe periodistas para defenderse. (...)
Por último, vemos la culpa de los propios periodistas. Algunos sientan plaza en los MCS con la intención premeditada de negociar... (...) No se acuerda el periodista, en sus actitudes, de que está actuando como en una platea, frente a un público atento y riguroso. Desconoce que su misión social exige de su parte compostura; ignora muchas veces que debe servir a una causa pública, sacrificando cuestiones personales y enemistades."18
La prescripción que el pensador brasileño sugiere para el combate a las mazuelas, desvíos y distorsiones de los medios masivos demuestra una clarividente postura democrática y una fidelidad convincente con el paradigma esbozado. Él no pretende atropellar las leyes de la óptica para ajustar los vieses de las imágenes captadas o reflejadas de modo inexorable en los espejos mediáticos. La solución está en el cambio y ajuste de los personajes, escenarios y movimientos que dan sentido a la realidad, para que esta venga a aparecer de modo correcto, perfeccionándose constantemente.

Su estrategia comporta acciones simultáneas y articuladas: elevar el nivel cultural del público, reglamentar los flujos mediáticos, y educar a los productores de contenido.

Hagamos el recorrido de estas terapias de acuerdo con sus propias palabras:

1) "Hay efectos incorregibles en el periodismo y frente a los cuales es necesario cruzar los brazos, por recelo de los daños inmensos que cualquier intervención acarrearía. Esclarézcase el espíritu público, difúndase la instrucción y entré-guese la educación a la preparación de caracteres; a medida que ese esfuerzo venga actuando, el periodismo naturalmente se elevará." (BLS, p. 171)

2) "Conviene igualmente actuar sobre el periodismo, pero no con una legislación drástica. La prudencia, que dirige a los hombres sabios, desaconseja los medios violentos. (...) Ley sensata será aquella que aleje al periodismo de todo el peligro de la violencia y de injusticia, garantizándole su libertad y sus derechos para que entibie la acción social por el recelo de las penalidades."(BLS, p. 171)

3) “Pero no basta tener una ley. Hay otros medios útiles. Los americanos instituyen escuelas de periodistas para la preparación de profesionales competentes, una vez que a la ignorancia cabe tanta parte de la culpa de los males del periodismo. Ellos también usan los congresos en que se disponen preceptos de ética para el gobierno de todos”. (BLS, p. 171-172)

El pensador brasileño reafirmaría sus tesis cinco décadas después. En conferencia ofrecida en el año 1971, insistía en la defensa de que el periodismo sólo puede avanzar políticamente si el pueblo también lo hace intelectualmente.

“... así que el pueblo se esclarezca, el periodismo se verá forzado a acompañarlo, no faltarán las voces conductoras, para apuntar los tópicos indispensables a sus progresos y a su desarrollo.” 19

Su falta de fe en la solución del problema del periodismo a través de la legislación coercitiva sería reiterada en la conferencia que profirió en 1980 durante la VIII Conferencia Nacional de la Orden de los Abogados de Brasil.20

“El miedo de la libertad del periodismo, el miedo de sus excesos, es el camino más fácil para el reducto de las dictaduras.”

Comparando paradigmas

Cuando Barbosa Lima Sobrino formuló las tesis que contienen el paradigma latinoamericano de los medios masivos como espejo de la sociedad, él naturalmente tomaba como base el paradigma anglo-americano de los medios masivos como forma de conocimiento. Y ¿por qué no lo asimiló integralmente en su formulación? ¿O solamente incorporó parte de él, esto es, el aspecto referido a la educación de los productores mediáticos?

Procedió así porque su ejercicio analítico consideraba el contraste de dos modelos de las sociedades. Las naciones anglo-americanas fueron moldeadas de acuerdo con proyectos sociales inclusivos, beneficiando mayoritariamente a sus contingentes poblacionales con un tipo de formación cultural protagonizado simultáneamente por la escuela y por los medios masivos.

De manera diferente, las sociedades latinoamericanas asumieron perfiles socio-culturales excluyentes, dejando de lado a los vastos contingentes nativos o mestizos. Estos permanecieron sin derecho a escuela y consecuentemente también sin condiciones de acceso a los productos simbólicos de calidad difundidos por los medios masivos.

A pesar de eso, estaba implícita la comparación de los respectivos perfiles socio-políticos. Las sociedades angloamericanas se afirmaban precozmente como naciones (siglo XVIII), inspiradas en los ideales de la democracia representativa. Por eso atribuyeron a los medios masivos la función de “cuarto poder”, estableciendo no sólo un régimen de coexistencia con la máquina gubernamental, sino impidiendo constitucionalmente la posibilidad de crear obstáculos para su libre expresión.

Por contra, las sociedades latinoamericanas vendrían a perfilarse tardíamente (siglo XIX) como naciones independientes. Optando por los sistemas autoritarios de organización política, reproduciendo los modelos aristocráticos ibéricos. Por este motivo se confiere a los

medios masivos, periodismo y después a los medios masivos electrónicos un papel de control social difuso. Emerge de ahí la furia legislativa que asola a los poseedores del poder, tratando de crear filtros mediáticos, maniatando a sus propietarios o corrompiendo a sus profesionales.21

No es sin motivo que Barbosa Lima Sobrinho defiende la vigencia de leyes sensatas, capaces de regular los abusos cometidos por los medios masivos, pero sin inhibir su funcionamiento libre y continuo. Cuando él rescata la tradición norteamericana de los"códigos de ética", lo hace precavido, teniendo en cuenta el "escepticismo" imperante en nuestras sociedades nacionales.

Figurándose ineficaz en el ejercicio de la auto-reglamentación, se hace necesario el arbitrio del poder público, a través de mecanismos transparentes de conducta, castigando a posteriori a los respectivos infractores.

Como "espejo de la sociedad" los medios masivos sólo podrán tener referentes más elevados en la medida en que, tanto los consumidores como los productores, posean una mejor formación. La educación de los consumidores reposa decisivamente en la universalización de la escuela básica, nutriendo a la población de aquellos referentes culturales capaces de demandar mejores contenidos. En cuanto perdura este proceso de crecimiento del nivel cultural de la sociedad, compete a los productores mediáticos proporcionar agenda y contenidos sintonizados con las preferencias y gustos populares. Contribuyendo a su elevación gradual, se espera que no agraven, aún más, la bola de nieve de la exclusión comunicacional.

Esta es una variable del "problema mediático", descrito por el latinoamericano Barbosa Lima Sobrinho, y merece atención particular de los investigadores académicos. En su diagnóstico él transfiere la cuestión directamente a los profesionales mediáticos, recomendando su "educación universitaria", como ya venían ensayando los norteamericanos desde el inicio del siglo XX.

Esta situación sólo se generalizó en América Latina en la segunda mitad del mismo siglo, coincidiendo con la transformación de las propias universidades. Estos centros ya habían superado la fase de entrenamiento puro y simple de la mano de obra destinada al comercio, a la industria y al servicio público, convirtiéndose también en agencias productoras de conocimiento.22 La investigación se incorporaba a la rutina de sus laboratorios y los nuevos profesionales incorporaban las innovaciones científicas a su equipaje intelectual.

La ecuación mediática se hacía evidentemente más compleja, teniendo en cuenta los mecanismos creados por la investigación social para auscultar con precisión y sensibilidad las demandas populares. Siendo posible ese reconocimiento previo de las necesidades de los consumidores, corresponde a los productores, hoy superiormente educados, controlar sus ímpetus voluntariosos (casi siempre dotados de matices elitistas), dejándoles organizar las agendas mediáticas. O mejor, no pretendiendo imponerlas, de acuerdo con posturas salvacionistas o idearios culturalistas, casi siempre justificados como parte de su misión civilizadora.

La gran dificultad latinoamericana para establecer una sintonía entre la agenda construida por los productores mediáticos y las expectativas de las corrientes mayoritarias de los consumidores culturales está en la ausencia de investigación sistemática que ilumine las motivaciones de la audiencia. Como las empresas privadas que realizan ratings constantes se limitan a mensurar los hábitos del consumo, correspondería a los centros de investigación de las universidades desvelar esa "caja negra", evitando que se transfieran

mecánicamente a nuestras sociedades las concepciones teóricas importadas de las sociedades del norte, como si fuesen igualmente aplicables a nuestras realidades. Poseedores de conocimiento de esa naturaleza, podríamos actuar en dos frentes: 1) formando competentemente a los profesionales que van a actuar en producción y gestión de las industrias mediáticas; 2) realizando experiencias en los laboratorios de las propias universidades para crear nuevos formatos y contenidos mediáticos adecuados a las expectativas simbólicas y los gustos estéticos de las grandes masas culturalmente pauperizadas de la audiencia.

Si actuásemos de tal forma, estaríamos contribuyendo positivamente para reducir el "déficit cultural" existente en nuestros países, dando un paso adelante en el paradigma comunicacional que cultivamos. O sea, dejaríamos de contemplar solemnemente a nuestras sociedades en el espejo mediático para intentar transformarlas, ayudando a elevar el nivel cultural de nuestras poblaciones y creando flujos interactivos continuos entre las audiencias y los productores de contenido.

La investigación comunicacional ha hecho, en las últimas décadas, incursiones significativas para comprender las mediaciones culturales23 ejercidas por las agencias socializadoras. Viene estudiando cómo la familia, la escuela, la iglesia o las asociaciones comunitarias recodifican los contenidos diseminados por los medios masivos, atribuyéndoles sentidos identificados con sus legítimos referentes simbólicos.

Tales evidencias estimularon proyectos de "educación para la recepción"24 que sin duda pueden influir en la corrección de desvíos cometidos por los segmentos pertrechados simbólicamente, re-direccionando sus hábitos de consumo. Esos bolsones son generalmente constituidos por consumidores que poseen capacidad adquisitiva suficiente para demandar productos de mejor calidad, en fuentes alternativas.

Con todo, permanecen excluidos de este proceso en constante cambio aquellos contingentes societarios que habitan cordones periféricos de las grandes metrópolis. Generalmente constituidos por emigrantes oriundos de la zona rural, ellos conservan patrones culturales que no se juntan con los referentes diseminados por la red escolar. Por eso, quedan al margen de los contenidos difundidos por los MCS. De ahí la necesidad de crear sus propias redes de socialización 25 para poder sobrevivir en el nuevo ambiente en que fueron condenados a habitar compulsivamente.

Innegablemente, la estrategia más adecuada para rellenar ese vacío cognitivo está en el desciframiento de aquellas "matrices de cultura" 26 de las clases subalternas. En un segundo momento, debemos convertirlas en artefactos simbólicos que puedan ser difundidos por las industrias mediáticas. Y, de esta forma, sustituir gradualmente los contenidos "importados", preferidos por las audiencias ante la falta de opciones populares-nacionales.27 O entonces ocupar el espacio de aquellos mensajes "híbridos", generalmente producidos en la propia región. En la medida en que sus referentes están situados en capas superiores de la sociedad, no podemos extrañar que ellos sean rechazados por las corrientes mayoritarias de la audiencia. Se trata en verdad de un mecanismo de defensa, pues su repertorio intelectual no les permite disfrutarlas convenientemente.

Guión de luchas

Para ingresar altivamente en el siglo XXI, instaurando políticas comunicacionales históricamente fieles a los legados de nuestros pioneros,28 la comunidad latinoamericana

de ciencias de la comunicación se debate en dos frentes simultáneos: la batalla de la ciudadanía y la batalla académica.
Difícil, amplia y polifacética es, sin duda, la batalla de la ciudadanía. Se desenvuelve en el ámbito de las sociedades nacionales, que necesitan romper las estructuras ancestrales de la exclusión social, en el sentido de garantizar oportunidades ecuánimes a todas las capas de la población para disfrutar los beneficios del progreso.
Se trata de una batalla vigorosa contra la ignorancia, que impide el florecimiento de las demandas de la naturaleza cognitiva. Pero también de una batalla contra el silencio, que neutraliza el impulso a la expresión individual y los sentimientos colectivos.
Su territorio es predominantemente el de la escuela, donde las nuevas generaciones necesitan aprender a leer, a escribir y a contar, juntando requisitos capaces de producir y consumir informaciones cotidianamente.
Para incorporarlas en el circuito de producción y consumo de bienes culturales, es indispensable analizar varios problemas conexos. Entre ellos, el déficit de las telecomunicaciones, garantizando a los neociudadanos el acceso universal a las tecnologías digitales y a los proveedores de los servicios. Inclúyase en este panorama, el costo de los productos de la industria de contenidos culturales (libros, periódicos, revistas, discos y similares).29
Al eliminar la exclusión comunicacional, las sociedades latinoamericanas estarán habilitadas para recorrer el camino de la elevación cultural de sus industrias mediáticas y, consecuentemente, para forjar ciudadanos que hagan de la democracia el instrumento de la coexistencia pacífica y de una cooperación civilizada.30

Específica, pero sinuosa y resistente, ha sido la batalla de la academia que se libra en las universidades. Su inhibidor contumaz ha sido el "síndrome del colonizado" que aún marca la fisonomía de gran parte de nuestra vanguardia intelectual.

Para vencer esta batalla, superando la tendencia del comportamiento aislacionista que nos ha debilitado, conduciendo, a veces, la inercia corporativa, debemos rescatar el compromiso histórico con la transformación de las sociedades a las que pertenecemos.

En ese aspecto, nos gustaría reiterar algunas metas, propuestas para el debate de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación, durante el último congreso de la ALAIC (Santa Cruz de la Sierra, 2002).31

a) Naturaleza procesual de la comunicación. Las tendencias recientes de investigaciones centradas en las mediaciones (estudios de recepción), ideología (análisis de discurso) y mercadología (márketing político) colaboran para desacralizar la comunicación en tanto fenómeno colectivo. Se hace imprescindible contemplar la comunicación como proceso

social, incentivando estudios sobre el comportamiento de los emisores (mapas etnográficos o sociográficos) y sobre los efectos (impactos psicosociales, políticos, educativos), con la finalidad de influir en la etapa de construcción de nuevos productos mediáticos. Se trata de producir conocimiento aplicable o de hacer la crítica socialmente utilitaria.

b) Autonomía teórica, fomentando la crítica metodológica. Se trata de superar el reboquismo en relación a las ciencias sociales, asumiendo nuestro perfil de ciencias aplicadas y recurriendo a estrategias investigativas que permitan guardar conocimientos capaces de mejorar la calidad de los productos mediáticos demandados por la sociedad. Debemos preservar el diálogo con las ciencias sociales, en condiciones equilibradas de sociedad académica, superando un cierto complejo de inferioridad intelectual que fragiliza al sector más diletante de nuestra comunidad.

c) Rescate del conocimiento empírico, en su triple dimensión: autóctono, mestizo y popular. Lamentablemente, tendemos a desdeñar todo aquello que es nativo, peculiar, rústico, al mismo tiempo que rechazamos las demandas populares. Gran parte de la tradición comunicacional latinoamericana proviene de las adaptaciones metodológicas que hicimos de modelos importados y de soluciones ingeniosas que asimilamos de las culturas populares. En la formación de nuevas generaciones de comunicadores, debemos tener valor suficiente para recurrir al arsenal empírico guardado por las corporaciones profesionales, ayudar a sistematizarlo y actualizarlo a partir de la referencia crítica que siempre permeó el trabajo universitario.

Estas ofensivas pueden ayudar a transformar aquella realidad injusta, a la que nos referimos inicialmente. Y debemos comenzar por la superación del estado de casi atrofia al que se autocondenaron nuestras comunidades académicas. Inapetentes para el trabajo cooperativo, ciegas en relación a los proyectos holísticos, temerosas en reconocer el mérito de las generaciones precedentes, avergonzadas delante de su propia identidad, las comunidades académicas patinan dramáticamente, confusas delante del pasado, desconfiadas en relación al futuro.

En esta coyuntura histórica, nuestro mayor desafío es la constitución negociada de una comunidad panamericana, dirigida por el libre comercio, por el multiculturalismo y por la coexistencia democrática. Este puede ser nuestro pasaporte para disfrutar de un lugar al sol en el nuevo mapa del mundo.

Por lo tanto, nada más oportuno que restaurar aquella solidaridad latinoamericana, antes vista de forma casi mesiánica por el antropólogo Darcy Ribeiro.32

"...sobre nuestros hombros recaerá, en gran parte, la tarea de crear una nueva occidentalidad que sea, por primera vez, una civilización humana respetable. (...) sólo veo a nosotros para la tarea urgente de humanizar nuestra civilización y orientarla por caminos solidarios que libren a los hombres del miedo y les devuelva la alegría de vivir."

Nota

1 MARQUES DE MELO, José, Exclusión comunicacional y democracia mediática: dilema brasileño en el umbral de la sociedad y la información, Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad (2001): 51-28-32, Madrid, Fundación Telefónica.

2 CZITROM, Daniel J. – Media and the American Mind - from Morse to McLuhan, Chapell Hill, University of North Caroline Press, 1982, p.91-21.

3 La versión original Masse und Publikum (1904) sólo fue traducida al inglés en 1972, bajo el título The Crowd and the Public (University of Chicago Press).

4 Aun cuando esa concepción estuviese implícita en la tesis de 1904, Park solamente la explicita en el artículo "La noticia como forma de conocimiento", publicada en la edición 45 de The American Journal of Sociology (Marzo, 1940), Chicago University.

5 El protagonismo de Robert Park en la escuela de Chicago está bien dimensionado en el ensayo de Alain Coulon – L´Escole de Chicago, París, Press Universitaires de France, 1992.

6 Para una mejor comprensión de ese episodio histórico, vale la pena consultar el ensayo de Carlos Rizzine – La enseñanza del periodismo, Río de Janeiro, Ministerio de la Educación, 1953.

7 El inventario de los proyectos más importantes realizado por la academia norteamericana está contenido en el libro de Shearon Lowery y Melvin De Fleur – Milestone in Mass Comunication Research, 3a . ed., New York, Logman, 1994.

8 El molde del paradigma norteamericano puede observarse en el libro de George N.Gordon – The Communications Revolution, a History of Mass Media in the United States, New York, Hastings House, 1979.

9 Las paradojas del consumo cultural en la sociedad norteamericana pueden ser vistas con nitidez en el ensayo de Alvin Tofler – The Culture Consumers: Art and Afluence in America, Baltimore, Penguin Books, 1965.

10 Por esto mismo, Marshall McLuhan, en su libro de estreno – The Mechanical Bride, Boston, Beacon Press, 1951 – no vacila en proclamar que allí está presente el ´folclore del hombre industrial´.

11 Para una visión panorámica del universo popular apropiado por la industria mediática norteamericana, vale la pena consultar la antología organizada por Jack Nachbar y Kevin Luase – Popular Culture, and introdutory text, Bowling Green, Ohio, Bowling Green State University Popular Press, 1992.

12 La comparación entre cultura popular y cultura erudita en los MCS norteamericanos fue esbozada por Herbert J. Gans – Popular Culture and High Culture, and analysis evaluation of taste, New York, Basic Books, 1974.

13 La convocatoria realizada por Park resonaría muy fuerte en la comunidad académica, como lo documenta Christophere Brookeman en el libro American Culture and Society since, 1930, New York, Schoken Books, 1984.

14 Esas tesis están esbozadas en los artículos "News and the Power of the Press", (Julio, 1941) y "Morale and the News" (Noviembre, 1941), ambas publicadas en el American Journal of Sociology.

15 El ejercicio típico de la crítica mediática vigente en la sociedad norteamericana corresponde al patrón cultivado por el columnista Howard Kurtz, cuyos comentarios publicados en la revista The Washington Post motivaron el libro Media Circus, New York, Handon House, 1993.

16 Esta corriente fue sensiblemente estimulada, en la academia, a través de los textos escritos por valientes intelectuales críticos como Herbert Schiller – Mass Meid and the American Empire, Boston, Beacon Press, 1970; J, Herbert Altschull – Agents of power, New York, Longman, 1984 y Bem Bagdikian – Media Monopoly, Boston, Beacon Press, 1990.

17 Debutó en el periodismo a los 22 años de edad, Barbosa Lima Sobrino ejerció muy pronto la función de periodista del parlamento del diario Jornal do Brasil, y después fue ascendido a la condición de redactor-jefe de ese periódico brasileño de referencia nacional. El ensayo escrito en 1923 contiene una lúcida reflexión sobre la profesión que decidió ejercer, fundamentándose conceptualmente en la bibliografía internacional disponible, aun cuando su referencia empírica esté anclada en la trayectoria de la imprenta brasileña, cuyas prácticas y agentes le servirán como parámetros para elucidar el ´problema de la imprenta´.

18 BARBOSA LIMA SOBRINHO – O problema da imprensa, 2a . ed., São Paulo, EDUSP, 1988, p.169/170 (Coleção Clássicos do Jornalismo Brasileiro, 1).

19 BARBOSA LIMA SOBRIHO – Prensa, Nacionalismo y Desarrollo, In: MARQUES DE MELO, José, org. – Prensa & desarrollo, San Pablo, ECA-USP, 1984, p.193

20 BARBOSA LIMA SOBRINHO – Direito da Informação, Revista de Información Legislativa, v.17. n.67. Brasilia, jul/set., 1980, p. 147-198

21 La comparación entre los dos modelos de sociedad está ampliamente documentada en el libro de José Marques de Melo – Historia Social de la Imprenta, Porto Alegre, EDIPUCRS, 2003.

22 Las singularidades latinoamericanas están esbozadas en el capítulo "La naturaleza del conocimiento mediológico", del libro de José Marques de Melo- Historia del Pensamiento Comunicacional, San Pablo, Paulus, 2003.

23 La fuente inspiradora de tales investigaciones innegablemente es el libro de Jesús Martín Barbero – De los medios a las mediaciones, México, Gustavo Gili, 1987.

24 Ilustran adecuadamente esa corriente el conjunto de las alternativas sugeridas por Mercedes Charles y Guillermo Orozco en la colección Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios, México, Trillas, 1990 o los guiones elaborados por Ismar de Oliveira Soares – Para una lectura crítica de los periódicos, (1984), Para una lectura crítica de la publicidad, (1988) San Pablo, Ediciones Paulinas.

25 Tales mecanismos de resistencia cultural y de resocialización intensiva fueron ampliamente estudiados por Luiz Beltrão en sus libros: Folkcomunicación, un estudio de los agentes y de los medios populares de información de hechos y expresión de ideas, 2a . ed., Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001, y Folkcomunicación, la comunicación de los marginalizados, San Pablo, Cortez, 1980.

26 Un buen itinerario para comenzar esa cruzada en dirección al conocimiento del gusto popular está contenido en el libro de Jesús Martín Barbero - Procesos de comunicación y matrices de cultura, México, Gustavo Gili, 1987.

27 De cierta manera, esta fue la táctica empleada por la industria televisiva brasileña en el proceso de ´substitución de importaciones` de aquellos productos audiovisuales otrora procedentes de las fábricas norteamericanas. Recientemente, los contenidos diseminados por las redes brasileñas de televisión abierta en el ´horario noble` (prime time) son predominantemente nacionales. Quien describe con argucia esa estrategia bien sucedida es el escritor cubano-mexicano Mario Nieves – Televisión bajo palabra: poder, palabra e identidad en la TV brasileña, Monterrey, Universidad Regiomontana, 2002.

28 Ese legado está descrito en los tres volúmenes que inician la serie "Anales de la Escuela Latinoamericana de Comunicación": José Marques de Melo & Juçara Brittes - La trajectoria comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán (1998), José Marques de Melo & Paulo da Rocha Dias – El percurso intelectual de Jesús Martín Barbero (1999) y José Marques de Melo & Maria Cristina Gobbi – Génesis del pensamiento comunicacional Latinoamericano (2000), publicado en conjunto entre la UNESCO y la UMESP, São Bernardo do Campo, Brasil.

29 Tales cuestiones se encuentran mejor dimensionadas en el ensayo de José Marques de Melo – La muralla digital: desafíos brasileños para construir una sociedad del conocimiento, en: Cicília Peruzzo & Juçara Brites – Sociedad de la Información y nuevos medios: participación o exclusión? San Pablo, Intercom, 2002, p. 37-44.

30 Esta batalla está documentada en todas sus fases en el artículo de José Marques de Melo – Exclusión comunicacional y democracia mediática, Telos 51, (2002):

28-31, Madrid, Fundación Telefónica.

31 José Marques de Melo –Ciencias de la Comunicación en América latina: itinerario para ingresar en el siglo XXI, Memoria del VI Congreso de la ALAIC, Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, 2003.

32 RIBEIRO, Darcy – América Latina, la patria grande., 2a . ed., Editora Guanabara, 1986, p.105-106.

Apropiación, cultura y mediaciones

Jesús Becerra Villegas[*]

Resumen:

La comunicación puede ser entendida como un proceso derivado de condiciones objetivas al mismo tiempo que contribuye a definirlas. Invirtiendo la tradición que enfatiza el papel activo de las configuraciones materiales, el documento evalúa el rol de lo simbólico como factor de producción de condiciones objetivas. Propone el Modo de apropiación social como categoría de análisis tanto material como simbólico y desde él repasa las etapas lógico-históricas de la fundación del capitalismo. Después de establecer la dimensión de lo estético como el orden para pensar los procesos simbólicos, repasa las principales líneas de investigación en comunicación, según objeto y método.

Palabras clave: Comunicación, cultura, mediaciones, apropiación, medios masivos de comunicación.

Appropiation, culture and mediations

Abstract:

Communication can be conceived as a process derived from objective conditions while it participates in defining them. The essay inverts the emphasis on the active part of the material configurations and evaluates the role of the symbolic realm as a productive factor of objective conditions. The Mode of social appropriation is proposed then as a category for the material and symbolic analysis of the logical and historical periods of the foundation of capitalism. The document establishes the aesthetics dimension as the way to analyze the symbolic processes. Finally it reviews the most important lines of the communication research in accordance to objects and methods.

Key words: Communication, culture, intermediations, appropriation, mass media.

Recibido: 27 – 02 – 04 Aceptado: 29 – 03 – 04

[*] Coordinador del Doctorado en Humanidades y Artes de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Exdirector de la región México en FELAFACS de 2000 a 2002. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. jbv@cantera.reduaz.mx.

Cada época histórica se forja la impostura que necesita.

Leonardo Sciascia

Existe un texto de Armand Mattelart, publicado originalmente en 1994, y traducido a nuestra lengua bajo el título de La invención de la comunicación (1995), que establece una lectura sugestiva de la comunicación: apoyado en una conocida consigna, abre con la aseveración "cada época histórica y cada tipo de sociedad tienen la configuración comunicacional que se merecen" (p. 11). La época que él analiza es la de la invención de la comunicación, es la nuestra.

La propuesta de Mattelart permite una doble lectura: por una parte, pone de relieve la comunicación como producto de sus condiciones históricas pero, de otra parte, afirma la posibilidad de seguir las vetas mismas de la historia atendiendo "las continuidades y rupturas" que llevan de una configuración comunicacional a otra. Es en esta última vía donde puede postularse la comunicación y por lo tanto lo simbólico como categoría de análisis y periodización histórica. El presente ensayo pone en circulación algunos elementos que en otra oportunidad habrán de ser utilizados para articular las lógicas por las que ha transitado la modernidad: de acuerdo con esto, si bien lo simbólico como dimensión de lo representacional se mantiene como resultante del conjunto de procesos materiales, también es cierto que ellos pueden entenderse como concreciones de los modos específicos de apropiarse el mundo, habilitarlo y ejercerlo.

Comunicación y cultura

Susanna Priest (1996) caracteriza la cultura como aquello que se requiere para actuar como miembro de un grupo humano. Por definición, resulta elemento de aglutinación social y, aún más, constituye aquello a lo que en general alude el término abstracto lo social. En este sentido, a cada configuración cultural le toca dar cuenta de la vocación de cambio o de resistencia, así como de las luchas que de una a otra se generan en su interior. Nada hay en una sociedad que escape a su propia representación. Pero para que ésta pueda entenderse como elemento cultural debe satisfacer el requisito de circular. Esto lo hace bajo una cierta tasa de conversión, dada por no menos de dos elementos: la naturaleza misma –real o imputada– del objeto –real o ficticio–, y la operación –integrada o crítica– de un sistema simbólico de equivalencias y combinatorias. Todo esto no es otra cosa que el ejercicio de la comunicación. De ello postula Eco (1980) lo que él llama hipótesis extrema, según la cual, desde cierta perspectiva, toda la cultura es comunicación y todo objeto que una cultura produce tiene por lo menos una dimensión comunicativa: siempre dice algo acerca de la cultura que lo ha producido. Agregaríamos que esa dimensión por su parte deriva de una tradición comunicacional de la cual es síntesis. Es su elocuencia para revelar esa tradición lo que define un objeto como simbólico en primera o en última instancia. Sin embargo, aun ese grado de indicialidad pasa por la misma tasa de conversión en cuanto es producto de un ejercicio de lectura nuevamente.

Con lo anterior, puede entenderse cómo las configuraciones simbólicas en lo específico y las culturales en lo grueso son los términos con los que fijamos la visión de los ejercicios de movimiento, que inauguran el devenir y facultan a una misma vez la mirada histórica y la estructural: cambio y orden como dimensiones orgánicas son visibles de acuerdo con un fundamento semiótico que establece la necesidad de las oposiciones a fin de existencializar los términos. El que resulte posible fijar la operación para ser pensada,

supone su sometimiento a una lógica desde la cual operan las transformaciones que terminan por transformar a la propia lógica que las rige.

Si, como acota Eco (1980), no toda la cultura es comunicación, por lo menos tampoco puede evitarse que haya alguien en un ejercicio soberano de significación para quien ese aspecto que se hunde en sus propias dimensiones (técnicas, económicas, políticas, por ejemplo), signifique y circule precisamente porque tales dimensiones no son otra cosa que recortes provisionales, figuras para las correspondencias, y funciones que hacen operable el mundo como síntesis y como catálogo de sentidos posibles.

Los conceptos de cultura

Si bien ofrecer un repaso de las acepciones de cultura es algo que rebasa los objetivos de las presentes reflexiones, cabe iniciar éstas con un apunte: más allá de que el uso del término intenta fijar para la percepción configuraciones vivas y en estado de cambio, ya el concepto mismo de cultura, como resultado de los movimientos que nombra, refleja en sus resignificaciones la imposibilidad histórica de escapar a sus propios efectos.

A modo de ejemplo, puede recordarse que John B. Thompson (1993) apunta el desembarazo semántico que supone deslindar cultura y civilización, que durante la Edad media sinonimizaban o se oponían alternadamente. Con la Ilustración, la acepción alemana de Kultur consiste en el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna (Thompson, 1993: 189). La acepción de cultura como ejercicio de ennoblecimiento y actividad propia de la intelligentsia, pervive en nuestros días, sólo que el desarrollo de la antropología la ha confinado a rubros como el de cultura cultivada (Charles, 1987), mientras que la sociología de la cultura de Bourdieu la ha

asociado al término gusto legítimo (Bourdieu, 2002), que García Canclini prefiere llamar gusto burgués o estética burguesa (Bourdieu, 1990). Como vemos, percepción, valoración y actuación no son únicamente derivaciones culturales, sino indicadores de clase o, más propiamente, indicadores de consumo de clase.

La anterior lectura nos permite apuntar el carácter desnivelado que a pesar de su significado inicial de aglutinamiento, tiene tarde o temprano el término cultura: la risueña antropología europea del siglo XIX aprende a abandonar las connotaciones que la aplicación doméstica le arroja, y vuelca la mirada hacia las sociedades no occidentales, sólo para instituir el registro etnográfico de la otredad (Thompson, 1993) e inaugurar las primeras formas de una globalización cuya matriz de encuentros coincide puntualmente con los ejercicios de la violencia. Lo que en un estudio preliminar a la obra de Pierre Bourdieu afirma Néstor García Canclini respecto a un espacio cultural, es transferible a las constataciones de las distancias simbólicas interregionales: "…en las sociedades donde existen diferencias entre clases o grupos la cultura es `violencia simbólica´. No hay relaciones de comunicación o conocimiento que no sean, inseparablemente, relaciones de poder" (Bourdieu, 1990. Pp. 39 y 40). Así, más que hablar de una acepción de cultura, hay que reconocer, por lo menos, cinco tipos, según Mercedes Charles (1987): cultivada (asociada a la intelligentsia), popular (asociada a las prácticas ancestrales y a veces a los sectores marginados), de masas (supone instituciones y públicos), oficial (constituida por el Estado para operar vía legitimación) y alternativa (introduce la crisis y las vanguardias).

En este contexto, hablar de hegemonía no debe aludir a una forma de dominación de una clase por otra, o la imposición libre de una cierta configuración cultural. Por el contrario, debe referir un fuego cruzado de contraseducciones y resistencias, de descalificaciones y asimilaciones. Las redes sociales de la cultura y del sentido integran el

piso de las prácticas sociales para la reproducción y de la praxis renovadora. Al final, nada existe en una cultura que le sea ajeno, que le sea mudo, que le sea inmóvil o que le sea inútil. Aun en el proyecto ilustrado y de entonces a nuestros días, la voluntad de saber, de volver propio, elocuente, circulable y utilizable, es voluntad de poder.

Cultura de masas y Modo de apropiación social

En El capital (1982) Marx distingue dos momentos separados lógica e históricamente del dominio o subsunción del trabajo por el capital. En el primero, el de la subsunción formal, el productor directo es separado de sus posibilidades de reproducción como resultado de un conjunto de procesos sociales que socavan con distintos grados de violencia la lógica del modo de producción precedente. En términos sociales, se trata de la extinción de unas clases (vía tres pérdidas: de la legitimidad en lo político, de la rentabilidad en lo económico y de la visibilidad en lo simbólico) al tiempo que se da la emergencia de otras clases. Sin ser efectivamente expropiado de sus medios de producción, el reciente proletariado es esquilmado a través de la mecánica de un mercado renovado que al imponer tasas de pertinencia política, productividad económica y convertibilidad simbólica establece un nuevo modo de reproducirse. La clase que queda fuera del mercado reingresa en él vendiendo la mercancía que conserva: su capacidad de trabajo, compuesta por su fuerza, por su saber artesanal y por su voluntad de ser. Hasta entonces, el sometimiento es sólo por la vía formal, es decir, se sustenta en una mera lógica de tasa de conversión insumo – producto. Llega el tiempo en que el trabajo intelectual pagado por el capital fructifica en la técnica necesaria para reorganizar el proceso productivo en torno al nuevo saber hacer, y así se consuma la dominación hacia el trabajo, con la aparición de un modo técnico propio del modo social de producir. En adelante, con la subsunción real, el trabajador pierde la

posesión social del saber productivo, que se vuelve en sí mismo mercancía. Es la toma de la verdadera plaza de la economía y el orden por el capital. En principio, parecería ser este recuento el mínimo suficiente para caracterizar un modo de producción cuando la mirada se articula fundamentalmente desde la economía.

Sin embargo, si hemos de hablar de la cultura que le es propia al modelo de reproducción social, tendremos que reconocer que al itinerario por lo menos le hace falta otro énfasis: algo debe dar cuenta de los procesos de apropiación del sentido por donde esta lógica de clases definidas en torno a su papel en los procesos de trabajo encuentre su acomodo. Postulemos a manera de hipótesis un Modo de apropiación social donde la cultura sea una mercancía sujeta a las mismas leyes de fetichización, circulación y consumo. La petición supone la instauración lógica e histórica, en primer lugar de un mercado ad hoc de bienes y prácticas simbólicos de producción y consumo, y en segundo lugar, de un proceso de subsunción simbólica que debe completar por fin el ciclo de reproducción del capital. Como mercado de lo simbólico, una doble condición que debe establecer es, en lo formal, la existencia de una tasa de convertibilidad de bienes y prácticas, y en lo concreto, la de la suficiencia dimensional para el desarrollo del comercio de los sentidos a gran escala. Todo ello alude, por supuesto, a la generación de una cultura de masas al lado de una producción masiva de bienes de consumo. En vecindad con las fábricas y los consumidores, el proyecto social se completa con la reformulación propia de las instituciones y sus públicos. Junto a las moles de la economía y la política, la sociedad moderna erige en sus mismas escalas descomunales las moles de la razón, la moral y la memoria en las figuras de las constituciones y las enciclopedias. En adelante, el ejercicio del mundo como producción del mismo es una ilusión de mercado y el triunfo de la razón quedará sometido a los dogmas del mercado.

El despliegue histórico de estos procesos supone la existencia de una gramática de facto que vuelva legibles las culturas y permita su comunicación. Al igual que resulta factible llamar mercados a las economías por sus posibilidades de conversión, circulación e intercambio, tal gramática de las representaciones como sistema de combinatorias faculta pensar en las culturas como mercados cuyos sistemas de transacciones se despliegan en modos de articulación. Así, sumándose a la taxonomía de las culturas cultivada, popular, de masas, oficial y alternativa, podríamos volver legibles las interacciones culturales como posiciones en los ejes de articulación fija o flotante, y en los de complexión fuerte o débil (Becerra, 1992). Cada producto cultural es conjugado principalmente en el acto del consumo, respecto a otros productos a los cuales se opone con algún grado de firmeza o concesión y con algún grado de resonancia permanente o efímera. Este tipo de diferencias reinterpreta en otras palabras la objeción que presenta Pierre Bourdieu en "La opinión pública no existe" (1990), frente a los sondeos de opinión cuando refiere la imposibilidad de computar en un agregado opiniones de diversa naturaleza y valor. Al final, llamamos prácticas culturales a un conjunto de intercambios sancionados por un código de equivalencias del que derivan su circulabilidad y del que desprenden su sentido.

El subsumir las dimensiones de la economía y la política a la dimensión de lo simbólico, como quiere la absorción del concepto de Modo de producción social en el de Modo de apropiación social debe satisfacer la doble condición de servir para explicar desde lo simbólico el ejercicio de la producción, la circulación y el consumo al que la categoría económico política denomina, y además dar cuenta de aquello que ésta deja de lado. Sin contar ahora con el espacio necesario para explorar tales posibilidades, habrá que incorporar a la agenda las siguientes preguntas:¿puede entenderse el conjunto de los

procesos que han llevado a las transformaciones históricas más que como una necesidad de redefinición de las formas de producir, como el resultado de una voluntad de apropiarse?

Y ¿puede entenderse el conjunto de los procesos que han llevado a cada modo de producción a afirmarse y evolucionar para mantenerse, más que como un mecanismo ciego de las formas de producir, como una apropiación vía consumo por los sujetos del ideario del modelo para incorporarse a la cultura del mismo?

Y ¿pueden explicarse las perversiones y desacatos a sus propias reglas por parte de los modos de producción –como la fase actual del capitalismo especulativo y nominativo antes que productivo– más que como simples desvíos refuncionalizables en la lógica del sistema de producción, como muestras fehacientes de que no es en el fondo la producción lo que prima en la reproducción social, sino el modo de apropiársela, de donde resulta que es éste el sentido último de la producción?

U ¿es posible y útil, en última instancia, ensayar la reperiodización de la historia no a partir de la categoría Modo de Producción, sino de una categoría lógica de mayor ubicuidad, Modo de Apropiación, que, siendo síntesis de procesos materiales y simbólicos, antecede, acompaña y finiquita cada etapa que la primera categoría quiere recortar?

Si las anteriores preguntas admiten provisionalmente y en algún sentido una respuesta afirmativa, dejan su constatación a la revisión de los procesos que las prácticas historiográficas han recogido y hecho hablar desde un discurso normalizado.

El giro del término producción hacia el de apropiación obedece a que, al final, la sola propuesta de una cultura de masas entre los procesos de reproducción social alude a la dimensión comparativamente menos tangible de lo representacional entre los firmes de los intercambios económicos y los contratos políticos. A propósito de esta cultura, cabe una última serie de preguntas: si bien es posible datar la formación de las masas como grupos

grandes, anónimos y heterogéneos, a las expulsiones de contingentes humanos de los talleres a las factorías, del campo y las villas a las ciudades, de la autosuficiencia y el autoconsumo al empleo laboral y el consumo productivo, de los modos y ritmos libres de la producción a la racionalidad ingenieril, ¿acaso son entendibles estos procesos como otra cosa que una reconfiguración de modos de ser, como sucesiones de continuidades y rupturas de proyectos donde el apetito por la ganancia se enfrenta permanentemente a la voluntad de ser, de manera que su historia es la búsqueda por redefinirse el uno y la otra? ¿Es la cultura otra cosa que una voluntad colectiva de definirse, de apropiarse? ¿No existe acaso una homología entre el dogma de la libre circulación para la extinción de los dogmas y el dogma de la libertad ciudadana para aspirar a la libre propiedad?

La ciudadanización

Si la noción de cultura de masas constituye un concepto de lo colectivo, intentaremos hablar del proceso de ciudadanización desde una óptica que sin dejar de lado lo social, atienda la construcción del individuo como unidad de acción y de pensamiento.

Armand Mattelart, en la referida La invención de la comunicación (1995) data el inicio de la modernidad y de la comunicación moderna con algunas confluencias convocadas por la Reforma intelectual:

u el programa de una ciencia útil y ligada a los hechos, de la que emerge la representación de un mundo en movimiento, susceptible de ser cambiado;

u el advenimiento de la comunicación como proyecto e implantación de la razón, del ideal de la perfectibilidad de las sociedades humanas;

u la ampliación de las vías de circulación entre las villas y las ciudades, como solución a las necesidades de circulación de los cuerpos, de los bienes y de las ideas;

u la producción de metáforas del organismo y del mecanismo en el pensamiento económico y político representa los nuevos modos de regulación y de organización de la sociedad.

Mattelart deriva luego una serie de problemas, de los que aquí importa suscribir por lo menos dos:

u en una sociedad que empieza a movilizarse, ¿cuáles son los mapas de los espacios y los accesos y cuáles son los mapas de las trayectorias de los cuerpos y de los flujos de las ideas?

u con fines de funcionalización, ¿cómo es posible normalizar y contabilizar al individuo en movimiento?

A riesgo de abordar con ligereza y rapidez el tema, podría proponerse que son ya la cultura y las instituciones, los "mapas vivos" de la sociedad, y que es precisamente su lectura aquel esfuerzo de producción e interpretación que las disciplinas intentan. Sólo que en algunos casos se intenta captar el movimiento "en congelado": ciertas contabilidades, estadísticas y normativas se vuelven, de manera privilegiada, mecanismos de acotación de los movimientos. No obstante, parece claro que cualquier clase de ejercicio institucionalizado tiene por objetivo el ajuste a la norma y sus ritmos. Cabe en ese sentido preguntarse si son los propios mapas, los del movimiento contra los del paisaje, cada uno respecto a su contraparte, mapas de otredades, claves para las lecturas de las continuidades y rupturas de las configuraciones. Sumándose pues a la gramática social de los modos de articulación, se encuentra la mecánica de los flujos, los de empuje y los de resistencia. A riesgo de ser ineficiente, cada clase de institución ha de tener sus propias claves para desgranar sus metáforas e identificar qué y dónde corre contra o a favor de su corriente. Ésa es la naturaleza de las culturas corporativas.

En cuanto al sujeto, puede postularse que no hace falta un mapa que lo represente cuando él mismo es el mapa que cifra las coordenadas sociales. El individuo calculable, como lo llama Mattelart (1995), el ciudadano funcional es el producto idealizado, promedio y controlable al que las instituciones tienen por objetivo producir para producirse. Son el Estado, los medios, la familia, la escuela, los tribunales, los consultorios, las iglesias, los centros de espectáculos o de abasto, las fuerzas del orden o, en pocas palabras, la cultura misma, la instancia de gobierno del individuo. Es la disposición misma de las ciudades aquel mapa por donde corren las luces y las sombras, los gritos y los silencios que con tal de ser leído se comienza a parecer al mapa del ciudadano que ya se ha vuelto al mapa de la ciudad para entenderse. En este juego de contraseducciones el movimiento que justificaba las cartografías se ha estancado y a menudo se le encuentra, si se observa con cuidado, dibujado en un mapa que sin saberlo ha terminado por no servir para transitar, sino para asentar aquello que pudo haber sido.

El recurso del gusto

El que la apropiación social consista en ejercicio simbólico antes que en un proceso material supone no solamente la existencia de una cierta racionalidad que guía y vuelve legibles los diferentes actos materiales de producción, circulación y consumo, sino además permite entender que ausencias, abstenciones, abandonos, descuidos, cesiones y toda forma de declinación u omisión, lejos de ser casillas vacías, son formas de ejercer el espacio social del sujeto y su grupo.

La voluntad de apropiarse y de rechazar despliega los motores de la historia de la sociedad y del sujeto, de modo tal que las formas iniciales de las luchas son de puestas en circulación de los modos propios de situar y situarse para organizar el consumo del mundo.

Concebir el gusto del sujeto y de su fracción social como aquello a lo que puede aspirarse o aquello a lo que nombra la renuncia, no es otra cosa que socializar. Enclasar, desde el pensamiento de Bourdieu (2000), es, por su parte, establecer las escalas no solamente respecto a lo que corresponde a cada clase tener como aspiración o renuncia, sino antes, respecto al derecho de gustar y ser gustado. Así, el que entre las licencias del lenguaje tenga mayor capacidad de circular la noción de desclasado que la de carente de gustos, indica que existe una cierta percepción sobre el orden de los hechos, que distingue en este caso el orden facultativo del derivado.

Introducir la dimensión de lo simbólico en el análisis social debe culminar en la activación de una estética que, al igual que la racionalidad de los actos humanos, por estar cargada de subjetividad, deba leerse en plural y en transitivo.

Como mecanismo, toda estética es una categoría ad hoc para operar el mundo y sus distancias. Se despliega en cada una de las instituciones que producen sociedad e individuos, aunque de modo privilegiado puede entenderse como la mercancía que en última instancia define el giro de las industrias culturales.

Siendo el gusto contrato de razones y proporciones, dispositivo para situar los proyectos y a los agentes dentro de ellos, su producción, circulación y consumo es aquello que en el fondo se produce, se circula y se consume cada vez que en una configuración social (cualquiera que sea su Modo de Apropiación vigente) se efectúa un acto económico, político o simbólico. Por ello, lo que en la esfera de la política establece la legitimidad y en la esfera de la economía la demanda como necesidades de primer orden es aquello que en el plano de lo simbólico se muestra como sanción del gusto. Se entiende entonces que todo programa específico de Estado o de institución tenga como tarea una viabilidad que emana

de la aceptación de aquéllos como entidades que median la apropiación e instituyen la razón práctica de nuestra edad.

Los medios como mediaciones sociales

En el campo de los estudios de comunicación latinoamericanos se encuentra ampliamente difundido el concepto de mediación asociado a un sistema de reflexiones en el paradigma de los estudios culturales, incorporados plenamente en nuestra región en los años ochenta. Desde ahí ha sido pensada la dialéctica del desarrollo de los medios y la constitución de los públicos, además de la dialéctica en la que se ha configurado lo social y sus modos de representación, de circulación y de consumo.

El polo de la emisión:

En general, se asume que los medios masivos de comunicación son instancias de producción y circulación de significados, inscritas en la lógica de la reproducción económica y política. De este modo, se trata de industrias que si bien son funcionales al sistema general, persiguen en primer término su propia rentabilidad. En ese sentido, cabe distinguir entre sistemas abiertos y cerrados. Los primeros son de acceso relativamente libre y se sostienen de vender a los anunciantes tiempos que no son los suyos, sino los de sus consumidores. Los sistemas cerrados suponen el pago de un cierto derecho a exponerse a mensajes que pueden incluir nuevamente la venta de tiempos de recepción a sus anunciantes. En última instancia, como en cualquier empresa, son los consumidores finales los verdaderos patrocinadores del aparato. Hasta esta parte, no hay mayores diferencias en el mercado entre producir contenidos y producir cualquier otra mercancía. Sin embargo, no puede desdeñarse el hecho de que el caso de los medios es el de empresas cuyo giro es la

cultura, es decir, producción y representación social; en lo que toca atender en el polo de la emisión, esto supone no sólo la necesidad de contar con el aparato técnico, administrativo, legal y económico para producir y difundir mensajes, sino también la posesión y el ejercicio de un cierto capital social, entendido como posicionamiento y legitimidad.

Más allá de señalar los cuantiosos volúmenes de recursos que el sector de las comunicaciones moviliza, debe atenderse por lo menos dos clases de hechos: por una parte su rentabilidad, ya que aun en épocas de recesión generalizada, si hay un sector económico que muestre crecimiento real éste suele ser el de las comunicaciones, como sucedió en América Latina durante la llamada década perdida de los ochenta. Por la otra parte su poder es claramente perceptible en tres rubros, ya caracterizados por Jesús Martín Barbero (1992): en el económico, con la centralidad de los actos de información para la toma de decisiones de inversión y producción, sobrepasando el rol de mero escaparate para la circulación; en lo político, con la importante imbricación entre el aparato de legitimación que son los medios, y las configuraciones del poder, al grado de que con frecuencia son los espacios de los medios las arenas mismas de definición del statu quo político; en lo cultural, a partir de que se han vuelto los medios el primer referente social de lo que una sociedad percibe respecto a sí misma y de su entorno.

Con esto puede concebirse que los análisis económico políticos, especialmente de cuño marxista, se posicionen como fundamentales para explicar las reterritorializaciones de los órdenes económico, político y cultural, con desplazamientos parciales de instituciones ad hoc. Así, al análisis materialista hay que reprocharle la cortedad de percepción acerca de la constitución del mercado de bienes simbólicos, como les llama Bourdieu (2000). Se trata de un espacio de transacciones de la razón que supone la circulación y los consumos de los

bienes desde la conciencia de acuerdo con una cierta tasa de convertibilidad que tiene una historia y una lógica.

El análisis de los mensajes:

Situadas a medio camino entre los estudios de los emisores y los de los receptores, las reflexiones sobre los mensajes igualmente han mostrado la existencia de un par de vertientes de pensamiento que los reclama como propios: por una parte, los análisis de contenido, meros ejercicios de contabilidad y presunciones y, por la otra parte, los estudios cualitativos, donde las reflexiones semióticas permiten definir prácticamente la totalidad del campo.

Pueden encontrarse entre las características de los mensajes para consumo masivo, por lo menos dos distintivos mayores: el primero, el uso de una estrategia de fragmentación y empaquetado del mundo, que resulta con ello consumible, banalizado y espectacularizado mientras se mantiene en el espacio privilegiado de la reproducción técnica. Se opera con ello una fragmentación de las sensibilidades (Real, 1994), propia del individuo calculable (Mattelart, 1995), sujeto social apto para el consumo. El segundo distintivo: la implementación en los mensajes de dispositivos de exposición que constituyen actos de violencia simbólica (Bourdieu, 2000) consistentes en un primer término en la constatación de las diferencias sociales como distancias recorridas y por recorrer en las apuestas de los proyectos del individuo y su grupo y, en un segundo término, violentación del derecho de representación del mundo, como derecho de apropiación y legitimación, como derecho de circulación y consumo. De ello deriva la implantación en los mensajes masivos de una estética funcional a la racionalidad de la reproducción serial. Aun aquellos espacios concedidos a la cultura, el arte y la ciencia, se ven usurpados por la lógica de lo apetecible

con la que la competencia concurre al mercado de bienes simbólicos a exponer su oferta de fruición del mundo. Los espacios de la familia, la escuela y el recinto público se ven saqueados por las puestas en escena que los medios establecen como parámetros de lo legible, lo entretenido y lo apetecible.

El confín del receptor:

Como tal, la constitución de la categoría receptor supone, casi por sí misma, el ejercicio del pensamiento positivista, que por lo pronto asume un par de características: la reducción de las determinaciones en juego para definir el receptor y su actividad como unidimensionales, y la puesta en operación de una mecánica conductista que ve al receptor como un recipiente gobernado desde el polo de la emisión y que exhibe una conducta calculable según una cuota de respuesta impresa en el mensaje. Es propia de este tipo de estudios la preocupación por los efectos de los medios masivos en el receptor, habida cuenta de los supuestos que tales estudios demandan (Lozano, 1993): que el sujeto es moldeable desde cada acto individual de los medios, que existe un libre paso hacia la conciencia del sujeto de modo que los significados propuestos por el emisor encuentran poca resistencia semántica en el receptor, que los actos de éste son respuestas unidimensionales en lo general a un estímulo suficientemente inmediato, que el proceso de producción de sentido se da fuera de contextos culturales, lo que vale por decir, que son resultantes ahistóricos y atópicos.

Si bien con el tiempo los estudios inscritos en esta corriente han sabido superar algunas de sus deficiencias, moderando bastante lo que en el mejor de los casos aparece como mero ingenuismo, lo cierto es que las debilidades en la conceptuación misma del emisor han sido la mejor coartada para los libertinajes de los medios en su búsqueda de

rentabilidad rápida. Más allá de los costos sociales que estas insuficiencias del pensamiento arrojan sobre la población misma, el campo académico de la comunicación ha cargado con su cuota de descrédito, visible a través de sus ausencias en los espacios de decisión social en materia de comunicación, descrédito que podríamos llamar la insoportable levedad de casi no ser.

Recepción y mediación:

Ha sido Jesús Martín-Barbero (1990 y 1993) quien ha establecido las rupturas epistemológicas necesarias para ganar una visión más integral, apropiada para dar cuenta de las multidimensionalidades de los procesos de comunicación. Por una parte, el postular el sustantivo recepción, de origen verbal, contra el sustantivo receptor, de origen adjetivo, implica pensar en el acto como ejercicio y no en la atribución como cosificación. Por otra parte, hablar de recepción supone aludir una cierta totalidad que si bien engloba las partes del proceso, no se limita a la mera suma de los mismos; en todo caso, privilegia en el acto de la recepción la actividad y la relativa soberanía de un sujeto que se creía pasivo cuando es capaz incluso de establecer sus transacciones de sentido según sus propias escalas.

De análogo modo, las mediaciones implican descentrar la mirada antes puesta de manera excesiva en los medios para tratar de explicar desde ellos la constitución de lo comunicacional y, en última instancia, aquello que de intercambio y transacción tiene lo social. No sólo se trata ahora de ver que los medios son en sí mismos mediaciones sociales en tanto instituciones partícipes de los juegos del poder, sino que además se trata de instancias mediadas en las luchas por la definición del orden simbólico.

Del ejercicio del emisor al del receptor existe una densidad de mediaciones (Orozco, 1994), entre las cuales la estructura técnica, operacional y estética de los medios es apenas

una; otra es la mediación de los mensajes mismos, desde sus contextos de género y tratamiento o de propuesta para la lectura; otras mediaciones más para la recepción son las estructuras familiares y de figuras de autoridad, las situacionales y, desde luego, las individuales, como especificidades del ejercicio del receptor. Aunadas a la existencia de estrategias por parte de las audiencias, Orozco (1994) postula otros modos de operación de los medios, entre los que destaca la propuesta de que la interacción sujeto – medio sobrepasa el tiempo de exposición a éste, lo que entre otros elementos apunta hacia la existencia de una subjetivación de las estructuras de comunicación y de ahí a las estructuras sociales, de donde la interacción aparece como un acto de consumo desde el sujeto mediado.

Las funciones de los medios:

En tanto instituciones mediadas de mediación, que recuerdan lo que Bourdieu llama "estructuras estructurantes" (2000), los medios se constituyen en aparatos de funcionalización social y funcionalización ciudadana. El conjunto de los mecanismos que se ponen en juego a tal efecto podría ser llamado la articulación de lo social. Más allá de lo apuntado en las secciones precedentes –que podría ser repasado bajo el rubro de la articulación–, el que los medios puedan constituirse como mediaciones sociales deriva de su capacidad de generar disposiciones a favor de un cierto orden de cosas. Desde el punto de vista del sujeto, aquello que no aparece como un mero ejercicio de reproducción, sino como un acto soberano de la voluntad de ser, denuncia la efectividad del sistema para imponerse al saber y al querer del sujeto como acto de apropiación legítima por parte de éste. La posibilidad del sistema de tasar al consumidor con un enclasamiento e imponerle además como suyo su sistema de clasificación es el indicador principal del poder de

constitución del gusto y de las disposiciones necesarias para percibir, valorar y actuar (Vizcarra, 2003).

Es ésta la mecánica central de las luchas del poder vertidas como estrategias de apropiación y expropiación, privilegiadamente ejecutadas por los medios como instituciones de producción simbólica, es decir, de representación. Son éstas las instancias que al proponer desde sus estéticas y sintaxis los modos de ver el mundo, generan al tiempo una gramática del consumo: articulación de oferta y apetencia, de significación y usos de distinción, de sentidos que se ejercen desde una lógica de clases que requiere ciertas calificaciones, es decir, la posesión de diversos capitales para ser competentes y apetentes.

Al final, los medios devienen en mucho más que escaparates donde lo social debe comparecer a fin de ganar existencia en la conciencia colectiva. Ellos se constituyen en una de las concreciones centrales del imaginario de los tiempos, institucionalización mediada de lo que las ficciones llaman espacio semántico, donde se definen las seguridades canónicas del orden: el derecho al ser individual en sociedad, o el sentido social de la libertad y la voluntad de ser. El que en cada época histórica sean éstos los principios de articulación social nos arroja la posibilidad de establecer una lectura y una periodización de la historia como una serie de luchas simbólicas y materiales de mediación y apropiación, que nos dice que la nuestra es una época por lo menos en parte articulada desde los medios masivos de comunicación.

Referencias bibliográficas

1. Becerra, Jesús (1992). Language and being: the nature of cultures based on border observations, in Open signs: Language and society on the United States - Mexico border. Mexico – United States. Binational Press. Pp. 87-99 (1993). ISBN: 968 6260 88 9.

2. Bourdieu, Pierre (1990). Sociología y cultura. México: CONACULTA.

3. Bourdieu, Pierre (2002). La distinción. Primera edición en México: Taurus.

4. Charles, Mercedes (1987, mayo). El problema de la cultura o la cultura como problema, en Estudios sobre las culturas contemporáneas, 1. Número 3. Pp. 119 – 149.

5. Eco, Umberto (1978). Apocalípticos e integrados. México: Lumen.

6. Eco, Umberto (1980). Tratado de semiótica general. Segunda edición. México: Nueva imagen – Lumen.

7. Martín-Barbero, Jesús (1990). De los medios a las prácticas, en Guillermo Orozco Gómez (coord.), La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, 1. México: Universidad Iberoamericana.

8. Martín-Barbero, Jesús (1993). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Tercera edición. México: Gustavo Gili.

9. Marx, Karl (1982). El capital. Primera edición en Siglo XXI, México.

10. Mattelart, Armand (1995). La invención de la comunicación. México: Siglo XXI.

11. Orozco, Guillermo (1994). La recepción televisiva desde el modelo de efectos de los medios. Un análisis epistemológico de sus premisas. En Autor (coord.), Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva. Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, 6. México: Universidad Iberoamericana. Pp. 9-28.

12. Priest, Susana (1996). Doing media research: an introduction. Thousand Oaks, Ca: Sage.

13. Sciascia, Leonardo (1994). El consejo de Egipto. Barcelona: Tusquets.

14. Thompson, John B. (1998). Ideología y cultura moderna. México: UAM.

Por una ética pública en el contexto del diálogo democrático

Álvaro B. Márquez Fernández[*]

Resumen

En este artículo se plantea la propuesta de una ética pública que permita el desarrollo de los procesos discursivos de la democracia política a partir de una ciudadanía con suficiente representatividad institucional, comprometida con las prácticas gubernamentales que desarrolla el Estado. El objetivo es destacar la importancia de la ética y la moral en la construcción de instituciones públicas con valores de tolerancia y persuasión, referidos a la paz y a los derechos humanos. Así, la base de legitimidad para el logro de una democracia consensuada se manifestará a través de un diálogo en el que priven los intereses comunes de una ciudadanía sin exclusiones. En tal sentido, abogamos por sociedades abiertas al espacio público, donde se pueda garantizar una participación ciudadana capaz de incidir sobre el sistema democrático de representaciones e identidades públicas.

Palabras clave: Ética pública, diálogo, democracia, ciudadanía, estado.

For a public ethics in the democratic dialogue context

Abstract

In this article a public ethics is proposed, one which allows the development of the discursive processes of the political democracy from a citizenship with sufficient institutional representativeness, compromised with the governmental practices that the State develops. The objective is to emphasize the importance of the ethics and the moral in the construction of public institutions with values of tolerance and persuasion, referred to peace and human rights. This way, the base of legitimacy for the aim of a consent democracy will be manifest through a dialogue in which the common interests of the citizenship prevail without exclusions. In such sense, we pleaded for societies opened to the public space, where one can be guaranteed citizen participation able to affect the democratic system of representations and public identities.

Key words: Public ethics, dialogue, democracy, citizenship, estate.

Recibido: 12 03 – 04 Aceptado: 13 – 04 – 04

[*] Doctor en Filosofía. Miembro del Comité Académico del Doctorado en Ciencias Humanas. Facultad de Humanidades y Educación. Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela. amarquez@mail.luz.ve

Racionalidad política y cumplimiento ético del Estado

La razón política tiene su principal justificación en aquellos valores y juicios éticos que le sirven de soporte al Estado. Para Aristóteles, siguiendo a Adela Cortina,1 no puede haber política sin virtudes ciudadanas. Estas virtudes se construyen en el actuar práctico del hombre en la polis, es decir, en el orden político de la ciudad, el Estado, con prudencia (frónesis) y argumentación (retórica), sobre lo que debe ser la vida buena en la sociedad.

El modelo ideal y utópico de la polis griega, supone la realización de un ciudadano que es copartícipe de la justicia del Estado, en cuanto sujeto de la acción de las leyes que orientan los fines de cada quien en un conjunto de relaciones sociales en las cuales las responsabilidades son compartidas. Esto viene a afianzar de una manera directa la intervención de los ciudadanos en el orden de control, gerencia y regencia del poder del Estado, donde se definen los sistemas normativos e institucionales a los que se debe un cumplimiento de hecho, pero que no pueden ser entendidos como excluyentes de los contenidos de valor considerados como principios éticos y morales, a través de los cuales los ciudadanos terminan por reconocer como un necesario complemento para lograr la legitimidad del poder constituido y al que necesariamente deben orientar sus voluntades particulares e intereses individuales. El propósito de comprender y actuar en la polis como la esfera de convivencia donde la totalidad de los participantes es reconocida públicamente, como la mayoría representativa de los valores políticos y sociales, es aceptar expresamente que sólo en la polis es donde efectivamente se pueden consagrar como universales los derechos que promociona el Estado para todos.

De otra manera no es posible una ciudadanía que pueda desarrollarse de acuerdo con principios de convivencia democrática. La democracia es el lugar de la tolerancia racional frente al otro, en la medida que se reconozcan los derechos que cada quien asume como válidos y necesarios a través de un diálogo en el que todos puedan participar. El ejercicio del poder por sí mismo es la peor forma de autoritarismo o de totalitarismo.2

El poder sin el compromiso práctico de la razón moral,3 que de alguna manera lo "obliga públicamente" a ser ejercido desde el punto de vista de la intersubjetividad en la que los seres humanos construyen sus valores acerca de lo que es la vida pública solidaria, justa, virtuosa, auténtica, pierde sus fines humanizadores, en la medida que le resta a la acción y al obrar ciudadano aquellas orientaciones generales que le sirven de marco para entender el significado de los valores éticos y existenciales que deben ser desarrollados en el espacio público en bien de la ciudadanía.

El poder restringe al dominio de su control absoluto las libertades normativas que le son propias a los ciudadanos para oponerse al orden de las reglas impuestas por la institucionalidad del Estado. Más allá del control burocrático y administrativo del que se vale el poder para ejercer su fuerza con un carácter expresamente coercitivo más que persuasivo, éste lesiona directamente la capacidad de la ciudadanía para contraponer a la función opresiva y represora del poder, los derechos de expresión y comunicación de quienes desean superar sus formas de dominación a través del discurso y del diálogo crítico y argumentativo.

El desarrollo de la política requiere de contenidos de valor, es decir, una axiología que le sirva de base para su legitimación. Es lo que le permite a los ciudadanos reconocer que las leyes y normas deban ser cumplidas a favor de un bien común para la mayoría del colectivo social.

Entonces, las diversas prácticas políticas, entre ellas las de carácter estatal, pasan por una compleja trama de argumentaciones, disensiones y persuasiones sociales, que tienen que ser valoradas desde el punto de vista del interés y la voluntad ciudadana. No podría ni debiera ser de otra manera, cada vez más la orientación ética de la política debe permitir hacer de la política y del Estado, lugares de desarrollo ético y moral para el ciudadano desde el punto de vista que este ciudadano no es "masa" o un colectivo amorfo, sino que es lo contrario: un sujeto con capacidad para elegir y ser elegido, disentir y consentir sobre todos aquellos asuntos que son asuntos del interés público de todos los que forman parte de la integración social en la que el ciudadano se reconoce como perteneciendo a un modelo de sociedad en la que la democracia participativa es el indicador por excelencia de la pluralidad y los procedimientos formales y factuales que la hacen posible. A ella todos debemos tener acceso.

Esto quiere decir que entre las instituciones públicas, la gobernabilidad del Estado y la ciudadanía, entendida desde el espacio de la sociedad civil, se crean y desarrollan diversas relaciones de co-responsabilidades éticas y morales, con respecto a aquellos asuntos de la vida pública sobre los cuales se deben dar y/o tomar decisiones públicas, que permitan orientar a la sociedad en su generalidad hacia fines cada vez más compartidos.

El logro de una sociedad más justa, no es sólo un ideal democrático que nace con la filosofía práctica de Aristóteles, es un desafío como afirma Cortina,4 para las sociedades modernas en la medida en que éstas hoy día han alcanzado un nivel material y técnico tan elevado, que pueden hacer realidad una práctica del Estado en la que los ciudadanos participen de manera solidaria para lograr una democracia social en la que los poderes se ejerzan y se reconozcan desde el contexto de la ética pública y la moral cívica.5

El desarrollo que ha alcanzado la política en el Estado moderno, se acerca cada vez más, al menos desde la exigencia procedimental de las prácticas democráticas, a un cumplimiento de las normas contractuales6 y pragmáticas,7 que apuntan a ese ideal de convivencia humana donde se garantiza a la mayoría ciudadana la aplicación de los derechos a la vida por igual, sin discriminaciones y/o exclusiones de ningún tipo.

La necesidad que se tiene de convivir en sociedades políticamente libres para la participación y la cooperación, obedece a nuevos conceptos de ciudadanía en los que el Estado procura basar su legalidad y legitimidad. Las nuevas democracias se caracterizan por una pluralidad y una discursividad que somete a prueba a la razón política con el propósito de ampliar los derechos ciudadanos en espacios institucionales en los que estos derechos sean garantizados.

Es necesario ir perfilando la construcción de una ciudadanía políticamente activa y deliberativa, en la que los asuntos del Estado sean tratados públicamente,8 desde diversas ópticas e interpretaciones, diferentes diálogos y persuasiones, antagonismos y contrastes, que permitan evaluar y valorar los medios y fines de los que se vale el Estado para gobernar, y lograr las necesarias correspondencias de obediencia y acato a las normas, por parte de la propia ciudadanía. Conciliar un proyecto político democráticamente pluralista y consensual, pasa por prácticas políticas comprometidas con juicios y valores ético-morales, pues no habrá justicia social posible sin las responsabilidades que se originan a causa de una conciencia pública con características éticas y morales.9

Se trata precisamente de inculcar en la cultura democrática de los sistemas políticos modernos normas de valor ideales pero contenidas en una práctica concreta que permitan la ejecución de esas normas sin llegar a ningún tipo de contradicción formal o material que las invalide, como suele suceder. Lo que podría suponer un escollo insalvable en el

ejercicio político del poder, no lo es en la medida en que el poder de la política descansa en una estructura de racionalidad comunicativa en la que se privilegia el contexto de valores donde los códigos de regulación éticos y morales se dirigen a universales axiológicos de los cuales las normas toman su significado práctico. Esa conciencia para actuar de acuerdo y con aceptación a los valores de contenido éticos y morales, convierte el realismo político de las sociedades modernas, tan altamente deshumanizador, en una interacción en la que las subjetividades quedan liberadas para relacionarse según aquellos medios y fines que les son más próximos según sean sus intereses generales; y, en cuanto tal, a los propósitos con los que la sociedad, como una totalidad orgánica y dialéctica, busca su desarrollo a través de los conflictos y las oposiciones propias de su historia.

Es obvio, entonces, que los auténticos valores políticos de una democracia social deberían reposar sobre normas de carácter ético y moral. Es la única manera de asegurar una práctica de la justicia y la equidad en completa correspondencia con las necesidades e intereses de la ciudadanía. Una ciudadanía no sólo entendida en lo social como algo posible, sino que también tenga sus consideraciones económicas, interculturales, nacionales, entre otras, según afirma A. Cortina,10 al considerar que una teoría moderna de la ciudadanía política no es más que un proceso de socialización en el que se desarrolla un verdadero concepto de civilidad;11 es decir, una forma de cohesión social que esté animada por un fuerte sentido de pertenencia y participación con los proyectos sociales que son propuestos por los diferentes actores sociales en el marco del Estado de bienestar.

Hoy día al hablar de "ética aplicada" o de "ética pública", se quiere entender el nuevo rol que juegan las teorías éticas en la conformación, organización y estructuración de las acciones ciudadanas en el espacio público, al dársele a la mayoría de estas acciones un carácter inequívocamente relacionante con el ejercicio del poder político. La llamada "ética

de la responsabilidad" se propone no sólo teorizar sino interpretar el sistema de significaciones simbólicas y de representaciones sociales a través del cual el Estado se hace presente, cada vez más, ante un orden social y ciudadano que exige mayor capacidad de opinión pública sobre las formas de gobernabilidad del Estado, a fin de democratizar en profundidad las relaciones de poder que le dan sentido y contenido al ejercicio de la política.

La innegable relación entre opinión pública y conciencia ciudadana, pasa por el establecimiento de normas y de valores que contribuyan a crear las estructuras discursivas entre Estado y sociedad -al respecto puede ser considerado el impacto de los medios de comunicación social-, para una comprensión real de los procesos y fenómenos del origen y fin del poder político en las sociedades modernas, signadas por complejas relaciones de intercambio comunicacional en las que el diálogo debería ser el fundamento sobre el que reposara la intervención social de los diversos sectores que la componen.

Sin embargo, la realidad es otra muy diferente y perversa. La racionalidad estratégica, al decir de Habermas, insurge con tal poder de control y eficacia, que desconforma y desarticula la capacidad comunicativa que pudieran permitir resolver los complejos problemas de la sociedad postindustrial en la construcción de ciudadanías más proclives a un orden de poder y de saber que tienda a una sociedad más justa y equitativa. Pero para eso es necesario plantear la política en los términos sugeridos de eticidad y moralidad pública, ya que desde allí es donde el sentido de vida y de mundo se conjugan para dar origen y destino a un nuevo sistema de relacionalidad institucional al interior de la gobernabilidad del Estado y a la exterioridad de las acciones comunicativas. La eticidad como ethos vivido que se proyecta sobre el actuar y el obrar con arreglo a los fines

universales le da cohesión a las conductas sociales aprehendidas de acuerdo con valores prácticos, sin sesgos metafísicos o trascendentalistas.

La ética práctica y de la responsabilidad compromete las acciones ciudadanas hacia un orden de obligaciones aceptadas asociativamente, que no dejan de tener consecuencias de cualquier naturaleza en el orden social asumido, y que deben ser conocidas y puestas a la luz de lo público, pues es allí donde se deben comprender y discutir las causas y sus consecuencias para los actores sociales. La moralidad dirigida por principios en los cuales todos se logren identificar, debe cumplirse desde la voluntad ciudadana, pues se trata de coligar en una unidad de diversos intereses el conjunto de las acciones que necesariamente buscan algún tipo de complemento e identidad colectiva. Las conductas individuales deben responder al sentido con el cual ellas se transforman en colectivas, sin dejar desaparecer aquellos tipos de motivaciones cuyos ideales democráticos y comunicativos son los que determinarán el nuevo orden de la sociedad y del Estado.

Democratizar las voluntades ciudadanas desde la perspectiva de los valores de la ética de la responsabilidad y de la moralidad pública, no haría más que garantizar las posibilidades para aceptar el derecho a la discusión como un derecho político que todos deben tener en el contexto de estructuras discursivas que faciliten el desarrollo de libertades comunicativas reales. Esto es lo que finalmente permitirá el cambio institucional necesario para el desarrollo de las gestiones públicas del Estado, y es lo que directamente vincularía al ciudadano en su participación con los procesos políticos, que no es otra cosa que la argumentación precedida de una racionalidad no formalista del diálogo, sino comunicativa entre los interlocutores que buscan consensuar acuerdos válidamente universales, en la medida que éstos sean razonables para todos. Esta racionalidad comunicativa y ética tiene que ver, entonces, con la praxis, ya que las decisiones de los individuos y sus planes de

vida, la validez y la verdad cognoscitiva de esas normas racionalmente acordadas, dependerá del grado de legitimidad que le acuerden los ciudadanos comprometidos con un diálogo centrado en la honestidad y la credibilidad de las acciones desarrolladas entre ellos.

En ese aspecto, la necesidad de estudiar los nuevos y diversos procesos de participación ciudadana desde el punto de vista ético y moral, plantea el análisis del Estado desde otros conceptos como lo son los de civilidad, equidad social, y pragmática comunicativa. La nueva generación de sistemas discursivos y procesos dialógicos que enfrenta el Estado, está cambiando radicalmente la racionalidad política en todos sus aspectos. La demanda de una democracia más fundada en los derechos de ciudadanía impone una comprensión del Estado desde otro punto de vista diferente al del poder político, aquel que está en manos de actores sociales que negocian en la política desde los valores éticos y morales de la mayoría de la ciudadanía, y en modo alguno desde las particularidades de los grupos, clases o partidos políticos.

Deberíamos orientarnos hacia un Estado ético-político, como lo piensa Aristóteles.12 Un Estado que da paso al hombre virtuoso, es decir, al ciudadano prudente y justo; aquel que aplica la justicia en la medida que la cumple como norma y valor de vida en colectividad. Un Estado justo implica un derecho a la pluralidad y al diálogo con el otro, a una democracia de mínimos y de máximos negociados y consensuados, desde el punto de vista en el que todos sean benefactores de las decisiones políticas. Sólo entonces el Estado podría comportarse y regular a la sociedad, en sentido estricto, como una sociedad de valores que trata los asuntos públicos desde una teoría de la ciudadanía, entendida en sentido ético y moral.

La ética pública y el diálogo democrático: hacia una ciudadanía discursiva

Consideramos muy importante, al igual que A. Cortina,13 la propuesta de una ética pública para el correcto ejercicio del poder político en el Estado democrático liberal. Igualmente la concepción de la democracia como un ámbito en el que el derecho se cumple y realiza en sentido argumentativo, es decir, desde una racionalidad comunicativa que comprenda los derechos y las libertades políticas como un asunto público en el que toda la ciudadanía está comprometida con su aceptación y/o cumplimiento, así como con la crítica y la discusión pública de sus valores.14

En tal sentido, la democracia política y la legitimidad del Estado se corresponderá al nivel de participación y compromiso que se les otorga a los ciudadanos para actuar en la sociedad civil. Y para lograr este objetivo la concepción de la democracia no puede quedarse sólo en el discurso parlamentarista que innegablemente responde a intereses estratégicos de los sectores hegemónicos, y en muy poco o nada termina afectando el tejido social en lo que corresponde a los cambios siempre latentes que están intentando emerger.

Se deben generar soluciones a los problemas sociales de forma tal que reflejen la satisfacción de necesidades e intereses de todos los afectados de acuerdo con principios y negociaciones de carácter ético-discursivo. Allí coincidiría plenamente lo ético y moral con lo político, a través de las competencias discursivas de quienes sean los actores del diálogo democrático por parte de la sociedad civil y del Estado. Ambas esferas quedarían supeditadas a una coexistencia y a unos correlatos en los que la “fuerza” de la argumentación es la que podría dirigir los problemas hacia soluciones compartidas responsablemente desde el punto de vista de los contextos materiales y estratégicos en los cuales la ética del discurso pone en relación a los interlocutores, a fin de alcanzar soluciones intersubjetivamente válidas.

Se hace necesario fundar una concepción del poder desde el punto de vista del diálogo y la correspondencia ética y moral que éste posee para orientar las conductas sociales y generar los acuerdos comunes o públicos que puedan fortalecer la presencia del Estado como la instancia del poder constituido, siempre y cuando ese poder para mantenerse se fundamente en unas relaciones sociales recurrentes a favor del beneficio de la convivencia pacífica y los fines compartidos.

El diálogo político y la ética del discurso deben estar asociados a derechos humanos en los que prive el valor de una convivencia por la paz. Las pretensiones de validez intersubjetivas, o el reconocimiento de las razones y el consenso, deben ser buscadas, por lo tanto, solamente mediante la argumentación libre de toda forma de engaño, amenaza, presión o violencia; esta condición moral de validez del discurso presupone el principio de la no violencia.15

La racionalidad política se realiza entonces, en la base de la ciudadanía deliberativa y discursiva. Es decir, en una ciudadanía que se reconoce como tal en la medida que ella es la base de las acciones políticas, referidas a la consulta popular y a la responsabilidad que tiene cada individuo de actuar y acatar las normas, según los principios universales de la justicia y el bien común.

La teoría contractualista de Rawls,16 la pragmática comunicativa de Habermas,17 y especialmente la ética del discurso de Apel,18 entre otros aportes de la filosofía política actual, son referencias imprescindibles para desarrollar una teoría ética y una civilidad pública. El valor que se le atribuye al diálogo como proceso deliberativo y consensual, a los fines de neutralizar y/o resolver la conflictividad política, demuestra una clara posición de valoraciones éticas, al atribuirle al uso de la palabra en el espacio público un carácter de derecho político en el sentido griego de la isegoría.

Hoy día la transformación del Estado y de la mayoría de sus relaciones institucionales y estructurales, pasan por un desarrollo de las formas sociales de ese Estado hacia un orden de relaciones de poder en el que la realidad de la sociedad civil y de los ciudadanos que forman parte de ella, se manifiesta suficientemente cohesionada por principios de legitimidad que eviten las crisis propias de los Estados hegemónicos, y se favorezcan mucho más los imperativos éticos y morales que puedan nutrir las conductas y decisiones de la ciudadanía, cuando éstas resultan de los consensos argumentativos de la racionalidad comunicativa. La idea de un crecimiento exponencial del Estado de bienestar–social, que pudiera dar cuenta a plenitud de las diversas y complejas demandas sociales, no ha cristalizado como conector de equilibrio de las contradicciones de la economía del mercado liberal, ampliando la brecha de los excluidos que genera el propio sistema capitalista.

La presunción de que solamente por la superación de los problemas propios de la relación entre economía y política era suficiente para resolver la crisis del Estado, fue completamente errónea. Un crecimiento de la economía en sí mismo no tiene por qué responder al desarrollo en la esfera de la política a políticas equivalentes de beneficios y satisfacciones entre los diversos sectores de la colectividad social. Se requiere que el análisis sistémico sea mucho más dialectizante de las condiciones de vida de los ciudadanos desde el punto de vista de sus múltiples y divergentes intereses, a fin de conciliar por vía discursiva los antagonismos y entender que los problemas que enfrentan actualmente las democracias modernas, tienen que ser evaluados, analizados e interpretados, desde una perspectiva comunicativa global en contra de las economías depredadoras de la humanidad y de la naturaleza.

Es decir, la genuina fuente de la democracia política es el reconocimiento al derecho del otro a expresarse, a pronunciarse en pro y/o en contra de las leyes y del Estado. Al cumplirse argumentativamente esto, a partir de las necesidades e intereses de los ciudadanos, la aprobación de las normas de sinceridad, veracidad y honestidad, estamos en la vía para el desarrollo de auténticas instituciones democráticas en las cuales la mayoría ciudadana logra su identificación y representación. La democracia ciudadana se corresponderá, entonces, a una democracia cívica, regulada ética y moralmente, a fin de establecer con propiedad el campo de competencia y de responsabilidad de las conductas públicas por parte de aquellos actores que están en el ejercicio del poder.

Es la propia ciudadanía la beneficiaria del poder y es el Estado el garante de que este poder no se desvirtúe o se corrompa. Una lección de permanente actualidad para los Estados liberales, cuyos fines no parecen corresponderse con los de la ciudadanía.

La teoría de la democracia pasa por una teoría de la ciudadanía y una teoría de la justicia, eso quiere decir que la nueva política y el nuevo rol del Estado están definidos por la idea de que el ciudadano se comporta éticamente frente a los problemas y las crisis políticas, más que respondiendo a sus intereses particulares, de grupo o de clase.

El ciudadano se construye en la “res pública”, en el lugar en el que todos los otros ciudadanos comparten sus intereses y diferencias, en pro de un mejor Estado para todos. Este ideal de la democracia ateniense es el que recupera la filósofa española A. Cortina para la política moderna,19 es abrirse a la discusión de los problemas que se pueden confrontar socialmente, desde la libertad política para producir la argumentación racional. Esta sería la principal acción democrática, y es la principal responsabilidad ética en cuanto a la aplicación de las acciones políticas en la que todos los ciudadanos están comprometidos, y en la que es necesario evitar cualquier tipo de exclusión.

Precisamente, la pretensión de validez universal de la argumentación racional, que debe servir de soporte a las democracias discursivas, presupone también que los argumentantes no pueden renunciar o negarse de modo alguno a escuchar y dialogar, a confrontar sus argumentos con otros seres racionales, con otros individuos que parten de perspectivas diferentes o de mundos culturales diferentes. La universalización del discurso que plantea la acción comunicativa no puede ser excluyente o discriminadora del discurso de los otros, ello evitaría el monologismo tan habitual con el que se privilegia o impone un discurso sobre otro, en especial porque el discurso necesariamente se hace público y abierto a todos los que forman parte de la sociedad y que tienen el mismo interés de lograr grados de verdad con respecto al conocimiento que tienen de la sociedad a través de sus respectivos sistemas de simbolización, representación e interpretación.

El derecho a la palabra y a la escucha del otro a través del diálogo le confiere a la democracia, de manera muy particular y contundente, la posibilidad de relacionar a los ciudadanos a través de una vox pópuli de genuina argumentación racional, en la que los problemas y conflicto de la política pueden y deben ser deliberados a partir de principios de la ética cívica y moralidad pública.

La propuesta que planteamos parte de un análisis de la ética en sentido neoaristotélico, es decir, considerar los valores y juicios éticos como medios o procedimientos de validar la racionalidad política y concebir de esta manera al Estado como un espacio de libertades y de responsabilidades compartidas por todos los ciudadanos, para que las instituciones que regentan el poder político sean instituciones garantes de ese poder en su aspecto más genuino de justicia y equidad social.

Un Estado comprometido ética y moralmente con el cumplimiento de las normas, en cuanto bien común para todos, es un Estado que se transformará en el tiempo, pues le será

atribuida una legitimidad que tiene su base consensual en el derecho de elección y decisión de la propia ciudadanía. El Estado pasa, entonces, a través de las instituciones a ser reconocido como poder ciudadano, pues es en el propio ciudadano en el que él tiene su soberanía. Es de esta manera que se consolida el proceso democrático de la participación ciudadana en los asuntos del Estado, que son sus propios asuntos públicos.

Se nos presenta con toda precisión y claridad, la necesidad de recuperar al Estado éticamente a través de una ética cívica, no existe la menor duda. Igualmente, debemos considerar que la sociedad civil20 es el escenario para crear y demandar este necesario comportamiento a las clases políticas de la sociedad, que tradicionalmente han abusado del poder corrompiendo la base ética de su normativa y a un ciudadano acostumbrado a la apatía y a la abulia frente al compromiso político, a menos que éste le sea rentable en lo personal o grupal.

El sentido de una democracia inducida por comportamientos éticos se propone desde una perspectiva de responsabilidades públicas, en la que es necesario globalizar la justicia y la equidad para evitar la exclusión y favorecer la inclusión; pero para lograr esto se necesita una democracia de valores en los que la política sea un verdadero resultado o respuesta de los consentimientos cívicos, es decir, de la ciudadanía.

Desde esta perspectiva, Cortina21 propone una relectura de toda la sociedad moderna y de la gestión pública del Estado, desde la más ideológica hasta la más administrativa, desde la política real hasta la economía de consumo. Una revisión por completo del comportamiento ciudadano frente al poder político y sus prácticas públicas, en mejora de una condición humana que garantice los derechos de todos a una vida digna y satisfecha.

La ética no tiene valor utilitario, no tiene valor de intercambio. Pero sí proporciona valor a la condición humana, un valor que nutre los principios de autoridad moral entre los ciudadanos, y propicia un respeto por la alteridad de quienes asumen las responsabilidades de sus acciones y actos. Una sociedad en la que el compromiso ético y moral es un principio universal de conducta y de interacción, es una sociedad que se proyecta en la historia como un orden de igualdades, sin este orden la sociedad queda desmoralizada, dándose un verdadero estado de anarquía entre los individuos.

La ética práctica o pública es un fin en sí mismo. Es una forma de vivir y de obrar frente a los otros y a uno mismo. Es la mejor manera de procurar el bien en común, que es la satisfacción de los otros, cuando los otros son la mayoría ciudadana, que busca contener a los que por una causa u otra han quedado fuera del sistema. Es una manera de volver a humanizar a la racionalidad política a través de los diálogos democráticos.

Notas:

1 Cfr. Cortina, Adela: Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica. 7ª edic. Tecnos, Madrid, España, 2001.

2 Hinkelammert, Franz: Democracia y totalitarismo. DEI, San José de Costa Rica, 1990.

3 De Zan, Julio: Panorama de la ética continental contemporánea. Akal, España, 2002, p. 17-28.

4 Cfr. Cortina, A.: El quehacer ético. Santillana, Madrid, 1996.

5 Cortina, A.: Alianza y contrato. Trotta, Madrid, 2001.

6 Rawls, J.: Teoría de la justicia. F. C. E., México, 1979.

7 Habermas, J.: Teoría de la acción comunicativa. 2 tomos. Taurus, Madrid, 1995.

8 Habermas, J.: Facticidad y Validez. Trotta, Madrid, 1998.

9 Cortina, A.: Hasta un pueblo de demonios. Ética pública y sociedad. Taurus, Madrid, 1998.

10 Cortina, A.: Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía. Alianza, Madrid, España. 1999, p. 25.

11 Cortina, A. et al: Ética de la empresa. Trotta, Madrid, 1998, p. 35 ss.

12 Ética a Nicómaco. La Política. Libro III, IV, y VIII.

13 Cortina, A.: Ética Mínima. Ob. cit., p. 141 ss.

14 Ibídem.

15 Vid., De Zan, J.: Op. cit., pp. 45-46.

16 Rawls, J.: Teoría de la Justicia. Ob. cit.

17 Habermas, J.: Conciencia moral y acción comunicativa. Península, Barcelona, 1998. La inclusión del otro. Paidós, Barcelona, 1999.

18 Apel, K-O: Estudios éticos. Alfa, Barcelona, 1986. Teoría de la verdad y ética del discurso. Paidós, Barcelona, 1991.

19 Cortina, A.: Ciudadanos del Mundo... Ob. cit., p.43.

20 Cortina A.: Alianza y contrato. Ob. cit., p. 133 ss.

21 Ibídem

Medios, ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy

Marcelino Bisbal[*]

Resumen

Nuestra sociedad se caracteriza por poca articulación o por una debilidad institucional que hace a la propia sociedad presa fácil de cualquier otra mediación social que surja o que aparezca por asalto y que resulte lo suficientemente atractiva. En ese sentido, surgieron los medios como instituciones de mediación social entre la gente y sus demandas y los gobiernos-políticos-sociedad política. Hoy, en la realidad venezolana los medios han sido la pieza clave de vertebración política y social al lograr configurar un espacio público común en donde concurren todos los intereses más disímiles y en conflicto. Razón por la cual su responsabilidad crece no sólo en la medida de la credibilidad que han adquirido, sino del papel que ellos dicen estar jugando en estos precisos instantes.

Palabras clave: Medios, ciudadanía, periodismo, esfera pública, democracia de inclusión.

Media, citizenship and public sphere in today´s venezuela

Abstract

Our society is distinguished as one that shows poor articulation or an institutional weakness, making itself an easy prey of any other social mediation that arises or shows up in assault and that result attractive enough. In such sense, media companies have come up as social mediation institutions among the people and their demands and the governments-politicians-political society. Today, the media companies in Venezuela have become an important chess piece on the social and political ground as they have managed to configure a common public arena where the most dissimilar and conflictive interests meet. For this reason their responsibility increases, not only due to the credibility they have been given, but because of the role they claim to be playing in this very moment.

Key words: Media companies, citizenship, journalism, public sphere, inclusion democracy.

Recibido: 04 – 03 – 04 Recibido: 05 – 04 – 04

[*] Doctor en Ciencias Sociales. Profesor titular de la UCV. Ex director de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Director de postgrado de la UCAB. mbisbal@cantv.net.

¿De qué manera sirve esta reflexión
para pensar lo público? Podemos reconceptualizarlo así:
lo público es el lugar imaginario donde
quisiéramos conjurar o controlar
el riesgo de que todo esté permitido.
Nos preocupamos por lo
público porque necesitamos ocupar
este sitio donde Dios está ausente,
donde lo que queda de la familia
y del Estado-nación no es suficiente
para establecer reglas de convivencia.

Néstor García Canclini

La sociedad mediática

No podemos escapar fácilmente. Y no se trata de la utopía-trágica-dramática orwelliana, sino de una penetrante realidad que circunda y envuelve todo nuestro entorno, desde el más lejano hasta el más próximo. La identidad, lo nacional y hasta nuestros imaginarios pasan hoy día por el tamiz que han venido imponiendo los massmedia y la "modernidad" que ellos instauran. Estamos en presencia de una manera distinta de representar y de representarnos. Ante la ausencia o la evidente re-institucionalización que sufren nuestras sociedades –el Estado, la sociedad política, la familia, la ciudad misma y hasta el barrio…– irrumpen rápidamente otras instituciones, o las mismas pero con significaciones distintas, que representan a las anteriores en su franco deterioro, incluso abandono, para convertirse ellas, y en especial las "instituciones mediáticas", en las "conformadoras y reguladoras de la nueva convivencia social". Alguien ya nos lo decía: es que los medios y la modernidad que han introducido se han impuesto como la "plaza

pública" del presente. Pero se trata de una "plaza pública" caótica, desordenada, incluso desestructurada, dirán algunos; pero otros apuntarán –como Gianni Vattimo– "que esos medios caracterizan a esta sociedad no como una sociedad más 'transparente', más consciente de sí, más 'ilustrada', sino como una sociedad más compleja, incluso caótica" (1994:12-13) y que en ese caos –nos sigue diciendo el filósofo italiano– residen nuestras esperanzas de emancipación.

En definitiva, puntos de vista en situaciones límite. Pero es evidente que los medios están entre nosotros y llegaron, hace ya un buen rato, para quedarse. Razón por la cual las diversas manifestaciones de la vida se han visto, ¡y debe ser así!, replanteadas y en especial re-situadas en el debate que ellos introducen junto con el resto de las llamadas industrias culturales.

El individuo de hoy pasa mucho tiempo frente a estos "artefactos" como llama McLuhan a los massmedia. La "ilustración" ya no transcurre más por sobre los aparatos instituidos por la modernidad, ahora hay otras vías para llegar a ser "modernos", lo que no significa "más ilustrados", y que también han sido institucionalizados por la misma modernidad. En una investigación nuestra sobre el consumo cultural del venezolano (Aguirre, Bisbal y otros,1998) se constata la atracción que ejercen los dispositivos mediáticos frente a las manifestaciones de la "alta cultura". En síntesis, esos datos apuntan que asistir a espectáculos de cultura clásica (ballet,danza contemporánea, música académica, cine de arte y ensayo, etc.) está en un 3 por ciento promediando entre quienes señalan ir semanalmente o mensualmente. Porcentaje que al distribuirlo da 0.3 por ciento para cada área, cifra que es relativamente escandalosa, pero reveladora de la tendencia. Asimismo, de las tendencias 'elitescas', la que más demanda presenta dentro del estudio es la desarrollada por visitas a bibliotecas y librerías (6.2 por ciento), seguida de visitas a

museos y galerías (4.5 por ciento) e ir al teatro (2.5 por ciento). Cifras estas que resultan casi insignificantes, frente al 92 por ciento que manifiestan estar frente al televisor todos los días, 71 por ciento escuchando radio, 62 por ciento oyendo música popular en CD o cassette, 49 por ciento leyendo periódicos y/o revistas o estar ante un computador 15 por ciento, todos los días o casi todos los días, durante todo el año.

Hoy por hoy todos los estudios sobre consumo cultural en perspectiva latinoamericana (Canclini,Orozco, Sunkel y otros, 1999) arrojan algunas tendencias que resulta, en este marco, interesante destacar.

Primero, la centralidad que han adquirido los medios electrónicos en las poblaciones urbanas. Segundo, el carácter fuertemente segmentado del consumo de los eventos de alta cultura. Los estudios muestran que los niveles de asistencia a eventos de la alta cultura (música clásica, teatro, ballet y ópera) eran muy bajos; en términos de perfil las personas se concentraban en los segmentos de mayor escolaridad e ingresos, así como entre el público de mayor edad. Tercero, los estudios revelan también niveles relativamente mínimos de asistencia a centros comunes de consumo (cines, recitales de música popular, eventos deportivos), todo lo cual nos está indicando una clara tendencia hacia la atomización de las prácticas de consumo y un cierto repliegue al espacio privado. Cuarto, la masificación de los consumos de bienes de la industria cultural no implica la homogeneización de los públicos, sino más bien una estructura de consumo altamente segmentada donde coexisten grupos, preferencias y hábitos dispares. Por último, los estudios revelan que el consumo de alta cultura y cultura popular se ve afectado por un proceso de mediatización que implica su incorporación y transformación de acuerdo con la lógica de los medios.

Pero no pensemos que esos datos son exclusivos de nuestra Vene-zuela y de América Latina. También en el llamado "primer mundo" vamos a encontrarnos con realidades culturales semejantes. Por ejemplo, en España un último estudio sobre hábitos de consumo cultural (SGAE,2000) nos dice que el 92.3% de los españoles no ha ido nunca a un concierto clásico. El 75.4% de la población nunca va al teatro, pero el 98.9% de los españoles posee en su hogar al menos un aparato de TV con una frecuencia de uso del 97.8%. El 49.1% no lee nunca o casi nunca y el 37% declara haber comprado un libro en los últimos doce meses. Casi el 30% leen diarios de información general todos los días o casi todos los días, y otro tercio los lee esporádicamente (…)

Se produce entonces lo que se ha dado en llamar el "des-ordenamiento cultural" que nos remite al papel que hoy, aquí y ahora, están jugando los medios y su cultura. También esos diagnósticos nos están hablando acerca de las nuevas sensibilidades que emergen en este tiempo-ahora. Así, la sociedad-hoy no puede ser pensada más sin la comunicación. Hemos visto que estamos en presencia de un ecosistema cultural al que podemos llamar con toda propiedad ecosistema comunicativo, porque la comunicación de los grandes medios y todo el uso múltiple que de ellos podemos hacer se está convirtiendo en un espacio estratégico. Los medios no sólo constituyen un poder real, sino que desde ellos estamos pensando y viendo las contradicciones que se dan y desenvuelven en nuestras sociedades.

En fin, la realidad depende cada vez más no de la propia realidad, sino de la comunicación massmediática que construye/reconstruye la misma realidad. A través de los medios y sus contenidos la realidad social se hace presente por intermedio de la información, de los discursos/relatos que nos ofrecen lectores diversos del acontecer diario.Hoy nuestras representaciones sociales, eso que llaman los imaginarios colectivos, son producto, en gran parte, de la representación mediática. Vivimos entonces en un mundo

de realidad virtual, pero real. Como diría Balandier: "el acontecimiento que los medios de masas procesan se convierte en la matriz en que se labran los mitos del presente, y la escena efímera en que el drama representado deviene portador de una lección"(1994:166).

En definitiva, podemos apuntar que en las sociedades de ahora el espacio privilegiado para el uso y consumo de una forma cultural es el constituido en torno a los medios de comunicación, convirtiéndose estos en identidades culturales que se construyen y se modelan a partir de los mismos medios.

Un diálogo con los medios

Entramos de lleno en el tema de los medios. Frente a los mismos se suelen levantar voces muy airadas, tanto de un lado como del otro, tanto a favor como en contra. Se dan posiciones extremas: apologistas y detractoras. No hay lugar para el punto centro. En ambas situaciones aparece el determinismo, aunque de signo contrario, pero determinismo al fin y al cabo. El asunto es complejo y hay que verlo con la suficiente serenidad y reposo intelectual, siempre alejado de las posiciones ideológico-políticas asumidas ya de antemano y que terminan por oscurecer el panorama. ¿Difícil? ¡Por supuesto! Pero no hay más remedio que intentarlo, porque de lo contrario al salto a los equívocos y a las posiciones no razonables y supuestamente verdaderas no hay más que un trecho.

Con esta premisa de arranque, digamos a continuación, e insistimos, que hoy los medios constituyen el núcleo de la sociedad que estamos presenciando. Somos testigos, menos actores, de una sociedad en donde la información se ha convertido en un “bien estratégico”, en un “valor de uso” para la producción, reproducción y perpetuación de la misma sociedad. La comunicación, en su sentido más amplio, como dicen ya muchos estudiosos del tema (Manuel Castells, Jesús M. Barbero, Anthony Giddens, N. Luhmann,

Manuel M. Serrano,…) ha pasado de tener un estatuto meramente formal hasta convertirse en un nexo de la integración social del presente y materia prima requerida para cualquier actividad productiva y de la existencia humana.

¿Y los medios, dónde quedan ellos? A los medios hay que verlos como las piezas claves de un gran sistema mundial-global de comunicación-información que tiene su asiento en la localidad particular de cada país (glo-calización). Los medios ocupan un lugar estratégico en la dinámica del presente informacional, no sólo por el nivel de confianza y de honestidad institucional que la gente deposita en ellos; en el consumo cultura –como ya apuntamos arriba– que se hace y que nos está indicando que el tiempo dedicado cotidianamente al consumo de medios de comunicación es muy superior al dedicado al resto de las actividades de índole cultural, y de igual manera hay que observar el abultado equipamiento mediático que se encuentra en los hogares de la clase alta y media venezolana, así como latinoamericana, y que las clases populares tienden a imitar en algunos renglones como el de la posesión de TV, por supuesto, el del equipo de música más sofisticado, aparato de video, teléfono movil, equipo hi-fi con o sin compact-disc, mando a distancia para TV y equipo de música, walkman radio entre los equipos que ofrecen más atracción.

En definitiva, podemos apuntar que en las sociedades de ahora el espacio privilegiado para el uso y consumo de una forma cultural es el constituido en torno a los medios de comunicación, convirtiéndose estos en identidades culturales que se construyen y se modelan a partir de los mismos medios. Así pues, tal como señala el investigador español Manuel Martín Serrano (1995), las principales transformaciones sociales que han irrumpido por la aparición de una massmediación vinculada a la era de los medios son:

1-Han afectado a la distribución y el uso del tiempo existencial de las personas. El tiempo de la persona dedicado al uso y consumo de los medios es otra práctica más entre las prácticas. Pero esta actividad suele salir ganando en tiempo relativo.

2-Además de la transferencia de tiempo, los medios de comunicación han recibido una transferencia de funciones comunicativas que antes se satisfacían por el contacto directo y la comunicación cara a cara.

3-Han afectado al empleo y disfrute de los espacios privados, y a su significado afectivo. Igualmente, el uso de los espacios públicos se ha visto alterado. Es el repliegue hacia el ámbito privado. En ese sentido, señala Manuel M. Serrano que "las distinciones territoriales, afectivas y sociales, entre espacios para la relación familiar, para el trabajo, para el esparcimiento, para la información, van a perder su pertinencia". Y en lo que atañe a las funciones afectivas que se espera de los medios, surge la tendencia al "aislacionismo" existencial tanto físico como emocional.

4-Han hecho posible el predominio de valores particularistas y etnocéntricos. Así mismo, hemos podido conocer de otras luchas, reivindicaciones y sufrimientos a partir de la "transparencia" que imprimen a los hechos, incluso involucrándonos a distancia.

5-Han establecido nuevas dialécticas entre las comunicaciones personales y las comunicaciones mediadas. Es el tema de las mediaciones sociales que logran las imágenes y las letras impresas en lo que tiene que ver con la construcción de la realidad, una realidad a distancia pero afectiva y efectiva que nos habla de nuevos quiebres y fragmentaciones existenciales. Esa realidad, por el hecho de estar mediada por el medio, resulta menos dramática y traumática.

6-Han derivado en una vinculación de dos actividades que estaban separadas: el informar sobre lo que acontece, y el intervenir en lo que acontece. Se confunden los papeles y se quebrantan las funciones clásicas de los medios. Irrumpen funciones de intervención en la sociedad, al punto que se convierten en actores institucionales que no sólo se

conforman con decir lo que pasa (ya sea narrándolo y/o interpretándolo) sino que ahora aportan salidas y soluciones implicándose en actividades especializadas destinadas a otras instituciones como la iglesia, el gobierno, el partido político… Nos dice Serrano que "a más largo plazo, es posible incluso que estas instituciones queden integradas como actividades especializadas dentro de la oferta de servicios comunicativos".

7-No han modificado en nada los factores que determinan la marginación comunicativa. Este aspecto tiene que ver no solamente, hecho que resulta de meridiana claridad, con la estructura social desigual, sino también con el equipamiento de infraestructuras y de productos comunicativos. Hay diferencias sociales que la comunicación mediática reproduce ostentosamente, incluso la refuerza.

8-Han creado las condiciones tecnológicas y económicas para un reencuentro de las prácticas comunicativas audiovisuales y textuales. En primer lugar, es la irrupción de lo multimediático, la convergencia tecnológica entre el audiovisual y los demás sectores como las telecomunicaciones y la informática. Ningún sector de esos se entiende y funciona separadamente. De igual manera, y en segundo lugar, así como se requieren competencias para la práctica textual-escrituraria, también hace falta un saber especializado para el uso y comprensión de la información mediática. El semiólogo Paolo Fabri decía recientemente que vivimos sumergidos en una cultura de imágenes, pero la analfabetización a la hora de leer esas imágenes es general. Y sostenía que es más importante la alfabetización visual que las campañas de promoción de la lectura. La televisión, por sí sola, enseña a la gente cómo entender sus imágenes, pero esa es una lectura implícita, hay que explicitar la gramática de la imagen. La gente ve y entiende, pero no sabe por qué.

9-Han culminado el proceso socioeconómico, que vincula la información para la comunicación con todos los otros usos no comunicativos de la información. La información debe ser un bien que se incorpora al sistema productivo de la sociedad, pero al mismo tiempo la obtención, procesamiento, transmisión y puesta en circulación de la información es una parte del proceso de producción, pero esta vez simbólico. La naturaleza del "bien información" requiere de una infraestructura tanto para la producción-emisión como para

su recepción que a su vez forma ya parte del sistema de producción y de reproducción de la sociedad. La existencia de un mercado de información es requerible para la propia información como para la producción de bienes y servicios. El sistema productivo se ha apropiado desde hace tiempo de la gestión en el uso de la información.

Como vemos, y en esto no podemos caer en integrismos filosóficos como los que sostuvo Adorno, a quien le debemos el término de Industrias Culturales como el vasto complejo de medios de comunicación asumidos desde una racionalidad instrumental y mercantil, debemos aceptar por la evidencia de los hechos que nuestro mundo es un mundo de medios de comunicación que va más allá de los propios contenidos y de la publicidad. Conclusión: de alguna manera la comunicación de los medios es vista como el escenario del reconocimiento social y de la constitución y expresión de nuestros imaginarios y tal como apunta Jesús Martín Barbero:

Los medios han entrado así a hacer parte de la experiencia social, de los nuevos modos de percibirnos. Lo que significa que en ellos no sólo se reproduce la ideología, también se hace y rehace la cultura de las mayorías, no sólo se comercializan unos formatos sino que se recrean las narrativas en las que se entrelazan el imaginario mercantil con la memoria colectiva (1997:2-3).

Ciudadanía y esfera pública en la Venezuela de hoy

Resulta un lugar común decir que los medios han suplantado a los políticos, aunque los medios lo desmientan a cada rato e incluso "ignoren" que ellos están siendo el principal factor de politización de la sociedad. No es que los medios quieran ser partidos políticos, pero la manera como ellos están construyendo y reconstruyendo la realidad, haciendo sociedad, hace que se comporten como partidos políticos ya sea en funciones de gobierno o simplemente en la oposición. Y los periodistas hoy se han convertido en un grupo social

privilegiado, en un grupo de referencia política al que hay necesidad de acudir porque, tal como lo expresa la ciudadanía, la gente, a los políticos de oficio no se les puede dejar solos en el manejo de la "cosa pública" porque ellos se deslegitimaron en ese manejo por la corrupción creciente, por la falta de sentido para gobernar y por la ausencia de un liderazgo capaz de conducir a la sociedad hacia pautas y valores de crecimiento y desarrollo de la propia sociedad como colectivo humano de intereses.

Es que estamos en presencia de una sociedad mediática y son los medios, no los políticos, los que dotan de estructura interna a la sociedad. Por tal razón no es gratuito, desde hace ya un buen tiempo, que los medios y sus profesionales sean el estamento social de mayor credibilidad y confianza-honestidad institucional del presente. Las cifras de distintas investigaciones entre el 2000 y el presente año nos indican que esos niveles de confianza y de honestidad institucional están entre 60 y 70 por ciento, además ocupando los primeros lugares junto con la iglesia. Igualmente hay que destacar el grado de credibilidad que los medios soportan para su favor: en una escala de 1:Muy creíble a 0:Nada creíble, nos encontramos con 0.88 de credibilidad para la televisión, 0.87 para la prensa y 0.53 para Internet. Y cuando vamos a medir la confianza en los periodistas, en relación con otros actores de la sociedad, vemos que los mismos tienen un 27 % de Mucha confianza y un 36 % de Algo de confianza. Esto no ocurre solamente en nuestro país, sino a escala casi planetaria. Hay un evidente proceso de mundialización cultural mediática que conforma en nosotros imaginarios de pertenencia a una cultura masiva global en la que nos estamos reconociendo e identificando como actores de una misma historia, como miembros que integramos una misma familia y como ciudadanos (todavía sin calificativo) que sentimos que participamos en la vida pública sin demasiados compromisos y acción social pues esta queda delegada en las páginas de los diarios y revistas, en las ondas de la radio, en las

tomas fotográficas y en las imágenes de la televisión. Es que la cultura, dentro de un concepto poco antropológico y muy literario, en palabras de Aldoux Huxley es como una especie de álbum de familia donde sólo los miembros de la familia reconocen de una ojeada los retratos del tío Víctor o del primo Honorato, evocan implícitamente sus manías, sus anécdotas, incluso algunas de sus palabras más características. Y sigue diciendo Huxley: los extraños son excluidos de este diálogo silencioso: no tienen la cultura del grupo. En síntesis, la cultura mediática es ese gran álbum de familia en la que todos nos estamos encontrando y en el que nos vemos identificados a través de la representación, de las mediaciones y delegaciones que la sociedad hace en los medios aunque sea de una manera simbólica.

Aunque sin desmeritar la trascendencia y significación que hoy tienen los medios, existen voces de alarma, pues ellos, como dicen algunos como Carlos Monsivais, "le dan forma verbal (y ordenamiento visual) a los estados de ánimo y las actitudes, pero no los crean ni los sostienen" (2001:32). Y si bien es cierto que el sentido societal ha ido creciendo en los últimos tiempos, que las irreverencias ante el poder se han hecho cada vez más presentistas, que el sentido realista o pesimista ante la vida se ha ido acrecentando por el estado de cosas, también es cierto lo que dice el mexicano Monsivais:

El "escapismo" de los medios masivos atenúa el estrépito del cambio, y es música de fondo del traslado del rancherío al tugurio, de la dictadura patriarcal a la "liberalización" de la familia. Los que escuchan radio el día entero, los que esperan de lo televisivo la amnesia instantánea de sus alrededores, no se sustentan en la fantasía sino en el convencimiento de su falta de derechos, de la violencia social y sexual que los rodea y los explica, de la indefensión esencial de sus vidas (Ibídem: 32-33).

Vemos entonces, aunque resulte excesivamente tajante, que hoy la representación mediática se constituye en un nuevo proyecto de vertebración social. Es decir, hemos descubierto que a través de los medios se han construido nuevas formas de relación social. Ellos son la plaza pública del "aquí y ahora", una plaza virtual pero real, una plaza en donde se están reflejando nuestras existencias y desde donde se están conformando ciudadanos distintos a los que conocíamos, ciudadanos mediáticos y sociedad civil mediática. Se habla incluso de una forma nueva de poder en donde el medio y sus profesionales se erigen en actores activos del poder y los ciudadanos meros receptores de la información y del juego político. Vemos entonces que los papeles se trastocaron: el poder del pueblo, de la ciudadanía, se ha traspasado a los medios, incluso el poder de los partidos y de la acción de gobierno también se ha visto suplantado por estos nuevos protagonistas que de puentes, mensajeros, han pasado a ser los actores principales de las nuevas y viejas escenas.

La sociedad de la visibilidad mediática

Lo que hemos venido apuntando hasta ahora es que los medios le han dado a la política y su oficiante, a la ciudadanía y a su correspondiente ciudadano una visibilidad hasta ahora desconocida. La política y los políticos y la ciudadanía como colectivo se hacen visibles a través de los medios, resultan ahora cercanos y próximos. Es como si estuvieran entre nosotros sin estar. Es la idea de la sociedad transparente, aunque a veces manipulada y tergiversada, pero indudablemente más transparente que antaño. Ignorar esta visibilidad y transparencia en la conformación de la ciudadanía y de la esfera pública es no entender el desarrollo de los acontecimientos del presente.

Empecemos por el asunto de la ciudadanía. Adela Cortina (2001) nos propone, con sentido profundamente humanizado, la conformación de la ciudadanía como hecho para asegurar la civilidad. La idea es fortalecer lo que ella llama el hogar público en donde los distintos actores sociales entren en sintonía. De ahí surge la referencia a una ciudadanía política (participación en la comunidad política), una ciudadanía social (participar en los derechos sociales), una ciudadanía económica (la participación significativa en las decisiones económicas), una ciudadanía civil (pertenencia a la sociedad civil) y una ciudadanía multicultural e intercultural (entender con sentido de tolerancia las diferentes culturas de una comunidad). Pero hoy aparece la idea de la ciudadanía mediática en donde se pueden hacer visibles esas otras formas de construcción ciudadana, pero también la aparición de un ciudadano vertebrado por el puente de los massmedia en donde sus acciones y derechos se vinculan a la acción de los medios. O como nos lo expresa Canclini, al plantear que:

Las industrias culturales son hoy el principal recurso para fomentar el conocimiento recíproco y la cohesión entre los múltiples organismos y grupos en que se fragmentan las grandes ciudades. La posibilidad de reconstruir un imaginario común para las experiencias urbanas debe combinar los arraigos territoriales de barrios o grupos con la participación solidaria en la información y el desarrollo cultural propiciado por medios masivos de comunicación, en la medida en que éstos hagan presentes los intereses públicos. La ciudadanía ya no se constituye en relación con movimientos sociales locales, sino también en procesos comunicacionales masivos (1995:90).

Diremos entonces que se trata de una manera nueva de manifestar y organizar los derechos de expresión ciudadana: "Una forma de ser ciudadano y de tener acceso a sus

derechos que se vinculan inexorablemente al tipo de acción llevada a cabo por los medios de comunicación" (Ortega y Humanes, 2000: 83).

Si la ciudadanía, en la más diversa literatura al respecto, significa ser miembro de una comunidad y participar en los asuntos públicos, la pregunta que nos asalta es la siguiente: ¿qué significa ser ciudadano hoy con la mediación tecnológica que imponen los más diversos aparatos mediáticos y qué sentido adquiere ahora el hecho de participar en los asuntos públicos? En el contexto actual la respuesta a la interrogante formulada implica tener muy presente la acción de los medios en la configuración de la nueva escena pública y su papel político al que se someten incluso los políticos de oficio y la misma ciudadanía.

Hoy lo público, como apunta García Canclini, supone aceptar el desborde de las interacciones políticas clásicas: "Lo público es el ´marco mediático´ gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un ´público´ los múltiples aspectos de la vida social" (1995:21). En otros términos, esto significa aceptar que en un mundo de comunicación generalizada y de interconexión-red, como el de ahora, el ciudadano, y su opinión pública, es reformulado desde la comunicación masiva y sus industrias culturales. Es un tiempo de nuevas sensibilidades y por lo tanto de estéticas accionadas por los medios.

En fin, estamos asistiendo a la cada vez más estrecha relación entre lo ciudadano y su esfera pública de acción y lo "impuesto" por la massmediatización. La centralidad, pues se trata de eso, que hoy imponen los medios da al traste con cualquier consideración teórica de volver a aquellas formas clásicas desde las cuales se formulaba al ciudadano y su esfera pública. De ahí que requerimos comprender lo que socialmente y políticamente significa esa nueva mediación social para intervenir en ella y conducirla por caminos que vayan más allá de la denuncia que un sector de la sociedad clama y de la espectacularización que los

medios le imprimen a todo lo que tocan. “Porque el medio -como dijera Jesús Martín Barbero- no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a construir una escena fundamental de la vida pública. En los medios se hace, y no sólo se dice, lo público” (2001:84).

El contexto venezolano y su metamorfosis

Visto el planteamiento que hemos elaborado, se trata ahora de ver de manera más concreta cómo se ha venido dando el mismo en la situación política venezolana. En nuestro contexto todo se ha trastocado, y no a partir de estos cuatro años y algo más del “proceso revolucionario” que dicen estamos viviendo. Nuestra situación de extrema conflictividad y polarización, de debilidad institucional y de creciente anomia social se topa con unos medios y periodistas que han visto crecer su grado de influencia hasta límites que ellos ni siquiera pensaron. Razón por la cual su responsabilidad crece no sólo en la medida de la credibilidad que han adquirido, sino del papel que ellos dicen estar jugando en estos precisos instantes. En ese sentido, si consideramos que hoy no hay en nuestra sociedad otra verdad pública que no sea aquella que difunden los medios; y que no disponemos de otras instancias alternativas para configurar lo público que la que ellos mismos proporcionan, se comprenderá la importancia que tiene la calidad del debate que propician en la configuración del espacio público y en la experiencia de los valores a él asociados. Una calidad que depende directamente de los periodistas: de sus saberes, competencias profesionales y preferencias ideológicas. De sus acciones se derivará cada vez más la cultura política de nuestra sociedad, contribuyendo decisivamente a la vigencia de unos u otros valores públicos. Es ésta una tarea cuya relevancia es incuestionable, pero cuyo

reconocimiento por parte de los profesionales del periodismo dista mucho de haberse producido. Y es que los periodistas se siguen moviendo en un territorio en el que la autocrítica rara vez se ejerce (Félix Ortega y María Luisa Humanes, 2000).

Todos los estudios de opinión tal como vimos antes, incluso los de carácter cualitativo, coinciden en afirmar que los medios son la institución con más prestigio, al lado de la iglesia, para el mantenimiento de la democracia y el orden. Los datos del presente son bien significativos al indicarnos que la sociedad requiere estar informada porque es una manera de estar actualizado y de adquirir conocimiento; que una manera de estar informado y actualizado es viendo televisión, escuchando radio y leyendo periódicos y revistas; que no debería censurarse ningún tipo de información; que entre los medios que tienen mayor credibilidad y que son "objetivos" está en primer lugar la televisión, luego la radio y finalmente la prensa; que los medios manipulan la información por intereses políticos, económicos y personales; pero que la comunidad se siente afectada por esa manipulación porque no se enteran de lo que realmente pasa que se supone es la verdad; los medios tienen una alta responsabilidad social que significa que deben ser imparciales y veraces, deben educar a la ciudadanía, deben apoyar a los ciudadanos, porque tienen poder de ayudar a la comunidad…estas aseveraciones nos plantean la idea del relevante papel que están cumpliendo los medios y sus profesionales en la intermediación de la "información como bien público" frente al ciudadano y la ciudadanía. Amén de que el planteamiento de los medios es que sus funciones y actuaciones están avaladas en nombre de la comunidad.

La situación ahora es preguntarnos si nuestra información y nuestros medios, por supuesto que los comunicadores, están cumpliendo realmente esas expectativas que la sociedad les plantea y además en momentos de crisis y conflicto como los actuales. La conclusión que podemos adelantar es que no, que nuestros medios se han valido de

prácticas y tácticas producto de la representación que ellos han logrado erigir en la situación venezolana actual que los ha conducido a manejar un derecho y un concepto de libertad de expresión sin ningún tipo de límites y de capacidad de autocrítica. Hoy los medios han adquirido un protagonismo fuera de su natural acción profesional. ¿Habrá que cuestionar el campo profesional mediático tradicional para el que nacieron los periodistas y los medios?

Muchos lo han planteado: nuestra sociedad se caracteriza por poca articulación o por una debilidad institucional que hace a la sociedad presa fácil de cualquier otra mediación social que surja o que aparezca por asalto y que resulte lo suficientemente atractiva. En ese sentido surgieron los medios como instituciones de mediación social entre la gente y sus demandas y los gobiernos-políticos-sociedad política. Hoy, en la realidad venezolana los medios han sido la pieza clave de vertebración política y social al lograr configurar un espacio público común en donde concurren todos los intereses más disímiles y en conflicto. Y que como dicen los españoles Félix Ortega y María Luisa Humanes:

Los medios originan así un marco de referencia colectivo, en el que se integran perspectivas y orientaciones plurales. Mas lo que no posibilitan los medios es que de estas representaciones divergentes se desprendan ámbitos institucionales autónomos. Su manera de llenar el déficit institucional no es generando una sociedad civil consistente, sino sistemáticamente dependiente de la acción mediática. Porque en lugar de una trama institucional, lo que esta acción propone es un núcleo de realidad contingente y cambiante que lleva al ciudadano no a organizarse, sino a estar permanentemente atento a la voluble inconsistente realidad de la actualidad (2000:203).

A partir de estas breves consideraciones, esquemáticas algunas y provocadoras otras y que además requieren de suficientes y variadas pruebas empíricas que no tenemos en

nuestra realidad, podemos apuntar algunas tendencias sintetizadoras: 1) Esta primera tiene que ver con la idea de que hoy los medios se han convertido en la principal pieza de representación de la realidad y por ende el poder que ellos adquieren es de naturaleza política en el juego de intereses que se mueven en la sociedad; 2) esta segunda consideración nos convoca al tipo de cultura ciudadana que se está moldeando desde el aparato mediático y que tiene que ver con la idea de un ciudadano mediático y una sociedad civil mediática que responde más a las representaciones sociales que operan desde los medios, que desde la propia escena pública que es desde donde el ciudadano debería sentirse interpelado; 3) la tercera precisión apunta a la idea del papel político que hoy asumen las industrias culturales, que obedece más a los intereses y políticas de las propias industrias culturales que no siempre son coincidentes con los del ciudadano; 4) esta idea apunta al hecho del papel de vertebración social que cumplen los medios como instituciones dotadas de poder legitimado por la propia sociedad; 5) es el planteamiento de la suplantación que han hecho los periodistas del papel político, moralizador y de liderazgo de los políticos y otros estamentos sociales (Félix Ortega y María Luisa Humanes, 2000: 199 y ss.).

Criterios para guiarnos

A partir de todos esos elementos apuntados que van desde el escenario cultural del presente que está influyendo en la manera de ver y de vernos; en el rol que están jugando los medios como industrias culturales en el sentido de re-situar los signos de reconocimiento e identificación; hasta la construcción de la esfera pública del presente y la aparición de una ciudadanía mediática; y considerando por supuesto el protagonismo que

han adquirido los periodistas como profesionales de la comunicación y mediadores simbólicos de la realidad hasta convertirse en nuevos intelectuales con voluntad de poder e influencia, es posible elaborar un menú de criterios que se le atribuyan a los medios, sus profesionales y a la información. Se trata de recurrir a modelos que distintas instituciones y estudiosos del tema han planteado en el sentido del papel que deben jugar los medios-comunicadores-información en las sociedades del presente, por muy en crisis que ellas se encuentren. No se trata de ninguna manera, pues esa no es nuestra intención, de exigir la indefinición política del medio y de los profesionales, pero tampoco de que los mismos sean vías de intolerancia, exclusión y de desorientación social. La apuesta a la que jugamos es que a partir de algunos criterios bien específicos que deben formularse frente a los medios y con los medios, logremos salir de la exacerbada situación en la que nos encontramos.

Empecemos de inmediato. Llega a nuestras manos el informe de la Comisión Hutchins titulado Una prensa libre y responsable, que apunta cinco requisitos para unos medios libres y responsables en una sociedad democrática (citado por McCombs:2004):

- Un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos de cada día en un contexto que ponga de manifiesto el significado completo de dichos acontecimientos.

- Un foro para el intercambio de comentarios y críticas, requisito que los defensores del periodismo público, por ejemplo, consideran que va mucho más allá del ámbito de las cartas al director y las ocasionales informaciones sobre audiencias públicas, debates civiles y otros sucesos casuales relacionados con asuntos públicos.

- Un panorama representativo de los diversos grupos sociales que constituyen la sociedad.

- Presentación y clarificación de objetivos y valores nacionales, requisito inextricablemente unido al requisito anterior debido a la creciente complejidad

cultural del mundo en su conjunto así como de los países y ciudades individuales. A la vez que señalaba que los medios de comunicación de masas son «un instrumento educativo, tal vez el más poderoso que existe», la Comisión también observaba: «Los medios de comunicación de masas, lo quieran o no, desdibujan o clarifican estos ideales al informar sobre los fracasos y logros de cada día».

- Facilitar el pleno acceso de los ciudadanos a la información sobre el estado actual de los asuntos públicos. Para lograr este ambicioso objetivo, los medios informativos deben considerar las enormes diferencias existentes en el grado de necesidad de orientación de los ciudadanos individuales y la existencia de múltiples públicos para la información de cada día.

Estos requisitos, según señala Maxwell McCombs de quien tomamos lo apuntado por el informe de la Comisión Hutchins, requieren una cautelosa reflexión profesional sobre las decisiones adoptadas diariamente sobre la organización de la agenda temática de los medios. Estos requisitos requieren asimismo una respuesta continua y explícita para medir la efectividad de los periodistas como comunicadores públicos que cumplen un papel social esencial (2004:7).

Desde otro ángulo de visión, pero complementándose con lo señalado, Carlos Zeller (2001:140 y ss.) de la Universidad Autónoma de Barcelona estudiando el llamado "campo periodístico" y considerando al periodismo como un bien público nos plantea el papel que deben cumplir los medios de información dentro de una concepción amplia de la democracia y del interés común. Desde ahí nos señala tres áreas a considerar en el entendido de la información como bien público:

-Se debe producir un cambio radical en el modo de trabajo de los periodistas, así como en la cultura periodística que racionaliza este método. El trabajo de los periodistas se ha de organizar a partir del principio de autonomía, que permite establecer los criterios de relevancia periodística con independencia de los factores que actualmente condicionan toda la construcción de la agenda periodística.

-El periodismo ha de explorar continuamente nuevas formas periodísticas que sirvan para elaborar una información compleja, capaz de dar cuenta de las causas y

de los efectos de los hechos considerados y de hacerlos comprensibles a los lectores y espectadores.
-El campo periodístico ha de ser un espacio adecuado para la formación de la voz de los distintos grupos sociales, más allá del lugar que éstos ocupen en la estructura social y en la estructura de poder.

Estas consideraciones, y otras tantas, parten del hecho de que los medios se manifiestan en tres grandes funciones: la de integración social, la de soporte y guía cultural y la de acción y socialización política, se expresan desde la idea de que la información es un problema político, social y cultural que está vinculado al desarrollo de una sociedad democrática, que en nuestro caso tiene mucho que ver con el hecho de alcanzar una sociedad de la inclusión, más que de la gobernabilidad. Esto último vendrá por añadidura.

Referencias bibliográficas

Balandier, Georges (1994). El poder en escenas. Editorial Paidós. Serie Studio. España.

Bisbal, Marcelino y Otros (1998).El consumo cultural del venezolano. Editado por la Fundación Centro Gumilla y el CONAC. Venezuela.

Cortina, Adela (2001).Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía. Alianza Editorial. España.

García Canclini, Néstor (1995).Consumidores y ciudadanos. Editorial Grijalbo. México.

Martín Barbero, Jesús (1997). El tejido social y comunicativo de la democracia. Papel de trabajo para la Fundación Social. Colombia.

Martín Barbero, Jesús (2001). "Reconfiguraciones comunicativas de lo público", en la revista Análisis, Nº26. Editada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). España.

McCombs, Maxwell(2003). "Información relevante para sociedades democráticas", en revista electrónica Telos Nº 58, Enero-Marzo 2004. Dirección: http://www.campusred.net/telos/home.asp. España

Monsivaís, Carlos (2001)."De la sociedad tradicional a la sociedad postradicional", en el libro colectivo Imaginarios de nación. Colombia.

Ortega,Félix y Humanes, Luisa María (2000).Algo más que periodistas. Editorial Ariel. España.

Serrano, Manuel Martín (1995)."Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual", en Comunicación Social 1995/Tendencias. Informes Anuales de Fundesco. Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (Fundesco). España.

Sociedad General de Autores y Editores(SGAE) y Fundación Autor(2000).Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural. Edición Fundación Autor. España.

Varios Autores(1999).El consumo cultural en América Latina. Tercer Mundo Editores y Convenio Andrés Bello. Colombia.

Vattimo, Gianni (1994). "Posmodernidad: ¿una sociedad transparente?, en el libro colectivo En torno a la posmodernidad. Editorial Antropos. España.

Zeller, Carlos (2001)."Los medios y la formación de la voz en una sociedad democrática", en la revista Análisis, Nº26. Editada por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). España.

El poder de los medios: Un recorrido a saltos por sus relaciones con el poder político

Eleazar Díaz Rangel*

Resumen

El presente ensayo analiza la influencia del sector comunicacional en la toma de decisiones políticas en Venezuela a través de la historia del país desde los umbrales del siglo XIX hasta ubicarse en el tejido actual de la comunicación y la política. Intenta demostrar el lazo protagónico con el que han actuado los diversos actores sociales en el devenir histórico venezolano: los desmanes de los dictadores, los infortunios de los periodistas y la censura a la libertad de prensa. No obstante el poder de la prensa durante el siglo XIX en Europa, en la Venezuela de finales de la misma época y hasta mediados del siglo XX, la situación es distinta, primero por la censura a la libre circulación de la opinión y la información, y segundo, por la baja capacidad de la prensa nacional para influir en la toma de decisiones de los poderes públicos. No es sino en la última década del siglo pasado cuando empieza a ganar credibilidad en la sociedad venezolana, al igual que otras instituciones como la Iglesia Católica y las Fuerzas Armadas, producto de la deslegitimación del sistema político de partidos y la crisis social reinante. Fue entonces cuando los medios de comunicación social, y la prensa en particular, comenzaron a ejercer el poder mediático, segundo en el mundo, después del poder económico y antes que el político; desempeñando el rol que dejaron los sindicatos y los partidos políticos.

Palabras clave: Poder, prensa, medios, credibilidad, control social.

The power of the media: a skipping tour on its relations with the political power

Abstract

The present essay analyzes the influence of the communicational sector in the political decision making in Venezuela through the history of the country from the thresholds of century XIX to the present weave of communications and politics. It tries to demonstrate the protagonist bow with which the diverse social actors have acted in Venezuela: the excesses of the dictators, the misfortune of the journalists and the censorship to the freedom of press. Despite the power of the press during XIX Century in Europe, in Venezuela, at the end of the same period and until half-full of XX Century, the situation is different, first by the censorship to the free circulation of the opinion and information, and second, by the low capacity of the

Recibido: 27 – 02 – 04 Aceptado: 29 – 03 – 04

* Profesor emérito de la Universidad Central de Venezuela. Ex director de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Director del Diario Ultimas Noticias.
diaze@camelot.rect.ucv.ve.

national press to influence in the decision making of the public po-wers. It is not but until the last decade of the last century, when the media begins to gain credibility in the Venezuelan society like other institutions like the Catholic Church and the Armed Forces, product of the illegitimacy of the political system of parties and the ruling social crisis.

Key words: Power, press, media, credibility, social control.

Rafael Arévalo González es quizás el más importante periodista venezolano de todas las épocas. Es una afirmación que debe resultar sorpresiva y puede resultar polémica, entre otras razones porque no obs-tante la trascendencia que tuvo en la prensa de fin de centuria y los primeros años del siglo XX, es poco conocido. Importa saber que en 1913 debía ser elegido Presidente de la República, y Arévalo, director del diario El Pregonero, el primero en venderse al pregón en Venezuela, en julio de ese año trece conversó con el Dr. Félix Montes y un grupo de amigos comunes, y decidieron postular al doctor Montes como candidato; lo hizo en un largo editorial que apareció el 13 de julio que nadie pudo leer.

¿Qué ocurrió? Los talleres del periódico, que eran los más modernos pues fue el primero en introducir la linotipo, fueron destruidos esa misma mañana y decomisada toda la edición, apenas se salvaron algunos ejemplares; el doctor Montes pudo huir disfrazado de arriero hasta La Guaira y de allí se fue a Curazao, no regresó hasta la muerte de Gómez; mientras tanto Arévalo González, pese a que le advirtieron que lo buscaban, se quedó en su casa donde fue detenido y llevado a la cárcel de La Rotunda, donde le remacharon par de grillos de 70 libras cada uno.

Ese día acabó su carrera periodística, que ya tenía otras prisiones menores. (Esta se prolongó por ocho años). Ese día también terminó la libertad de prensa del período gomecista. Ni un solo periódico informó nada de lo sucedido, y desde entonces, todos

supieron a qué atenerse hasta el 17 de diciembre de 1935, cuando murió el dictador y fue posible otra vez opinar e informar con libertad.

¿En un país de analfabetos, por qué esa preocupación de Gómez por lo que dijera la prensa? ¿Hasta dónde podía llegar su influencia? ¿Realmente era un poder? Lógico deducir que la dictadura, ni esa ni ninguna antes ni después, podría tolerar una prensa libre. Sería la negación del régimen, tal como lo revela la historia, la primera de todas las libertades que desaparece en un régimen dictatorial es precisamente la de opinar y de informar.

Poder de la prensa

Setenta y tres años antes, en 1840, se había hablado por primera vez del poder de la prensa; lo hizo ese extraordinario novelista y portentoso cronista de la sociedad de su tiempo, Honorato de Balzac, en agosto de 1840 en una revista francesa:

"La Prensa es, en Francia, un cuarto poder dentro del Estado, ataca a todos y nadie la ataca. Critica sin razón ni certeza. Pretende que los políticos y hombres de letras le pertenezcan y no quiere que exista reciprocidad: estos hombres deben ser sagrados para ella. ¡Hacen y dicen disparates tremendos! Es hora de discutir a estos hombres desconocidos y mediocres que ocupan un lugar importante en su época y que movilizan una Prensa equiparable en producción a la edición de libros. Si la Prensa no existe no habría, absolutamente, necesidad de inventarla".

Un periodista francés, Jean Daniel, de Le Nouvel Observateur, en septiembre de 1987, escribió al respecto:

"La expresión 'cuarto poder' entonces adquiere un significado diferente. Como el individuo en el universo de Balzac no tiene casi razones para otorgarle una confianza particular a los tres poderes, la Prensa se convierte, al igual que el ejecutivo, el legislativo y

el judicial, en una institución contra la cual no hay recursos ni apelaciones, y cuya finalidad –en todo caso el resultado– se traduce en un ataque a la persona y a las libertades".

Por supuesto, no es el caso de los periódicos venezolanos de comienzos del siglo XX, en un país que venía de un siglo de guerras, gobiernos autoritarios, insurgencias, dentro del mayor atraso concebible, y donde apenas uno de cada diez venezolanos sabía leer. Sin libertades hasta 1935, luego un período de limitaciones, donde la democracia presiona por conquistar espacios, con avances y retrocesos hasta 1958, cuando se recupera después de los últimos diez años de sombras y espadas, los medios tienen un vigoroso desarrollo. En esos años periodos hubo, algunos largos, en que la prensa estuvo sometida a la voluntad del gobierno, que fue su instrumento, o fue silenciada. A la caída de Pérez Jiménez y durante varias décadas, intactos el prestigio y la fuerza de los partidos y de los sindicatos, la influencia de estos era superior a la de la prensa, habían reconquistado su enorme fuerza, se han imbricado en la sociedad, en los barrios, en los centros de trabajo y de estudio, tienen una influencia determinante en la Venezuela de esa década. Y los medios jugaban el papel que les ha correspondido de siempre, el de informar, opinar, y, especialmente los audiovisuales, entretener.

No eran un poder, posiblemente ni siquiera el cuarto.

Hace 20 años, en el libro "El caso Venezuela: una ilusión de armonía", editado por IESA, Tomas Eloy Martínez podía afirmar que "Ni siquiera cuando actúan en bloque, la prensa venezolana tiene peso suficiente como para lograr que un funcionario venal sea sancionado –si tal funcionario dispone de adecuada protección política- o para forzar a los poderes públicos a que modifiquen una medida equivocada. No tiene tampoco influencia

para imponer un modelo de comportamiento social, para convertir a una película o un libro en éxitos masivos".

Personalmente, creo que el destacado periodista y escritor argentino no percibió un proceso que ya en 1984 se venía gestando y que empezaba a tener manifestaciones.

Cambios en los medios

En el siglo XX, nunca la prensa venezolana concentró tanto poder como en su última década. (Me refiero a la prensa y no a los medios, porque de estos se puede hablar en la segunda mitad del siglo, cuando aparece la televisión en Venezuela). Las encuestas de los años 90 expresaron invariablemente que las instituciones que más credibilidad tenían, en las que más confiaba el venezolano, eran la iglesia católica, las Fuerzas Armadas y los medios de comunicación, que se alternaban en las tres posiciones de vanguardia. Mientras que en el otro extremo de menor credibilidad figuraban los partidos, los sindicatos, los jueces y en los años de la crisis bancaria, los empresarios.

¿Qué había sucedido? Una complejidad de factores, entre los cuales estaban la corrupción y la ineficacia del sistema democrático, a las que se sumó el deterioro de la vida de los venezolanos, la inseguridad, el desempleo, el incremento de los precios, la devaluación del bolívar, que necesariamente fueron vinculados a los partidos, a los políticos y a los sindicatos. La abstención apareció como un dato electoral inusual, junto a otros signos reveladores del desprestigio de los partidos. Los espacios que estos abandonaron fueron gradual e insensiblemente ocupados por los medios, y en particular por la prensa, que siempre ha fijado el menú o agenda diaria.

Cuando los partidos perdieron su capacidad de llegar a las masas, a la sociedad, a la gente, cuando dejan de ser una correa de transmisión, tales mecanismos debieron ser

reemplazados por los medios. Ningún mensaje, ninguna línea, ninguna orientación se podía hacer llegar a su militancia, adherentes y simpatizantes, y al país, sin acudir a los medios. Los partidos habían dejado de ser un medio.

Uno de los primeros en adelantarse a advertir los aspectos negativos de esa concentración del poder fue, quizás para sorpresa de muchos, el Dr. Arturo Uslar Pietri; lo hizo desde Barcelona, en declaraciones del 25 de abril de 1966 al corresponsal de la agencia INNAC. Dijo, sencillamente:

"El periodismo en Venezuela ha estado en una posición sumamente subalterna y los periódicos en este país han llegado a ser grandes empresas plutocráticas y capitalistas... Hay, hoy en día, el peligro de que estas empresas se conviertan en grandes fábricas de opinión, lo que podría ser muy peligroso para un país el que la posibilidad de determinar la opinión pública quedase en manos de tres o cuatro ricos que pudieran decir: 'Vamos a fabricar este hombre, vamos a destruir este otro, vamos a hacer que la gente le coja odio a esta idea o crea en aquella'. Eso es un peligro inmenso para una democracia, de modo que no hay que contemplarlo con ideas románticas. Hay que asegurarle a los periodistas, a los hombres que hacen los periódicos, todas las garantías en su trabajo; hay que crear una responsabilidad, un límite al poder de los fabricantes plutocráticos y empresariales de opinión, que puedan convertirse en dictadores del país a través del poder económico".

Ese poder de los medios tuvo muchas expresiones, sobre todo a la hora de influir para que determinadas leyes no fuesen aprobadas. Por años se intentó reformar la ley de telecomunicaciones y el reglamento correspondiente; cuando el recién fallecido Alfredo Tarre Murzi, entonces Presidente del INCIBA, quiso estimular algún tipo de control de la TV, fue vetado. Nunca más su imagen apareció en la pantalla. Como también desapareció durante muchos años la del ex presidente Luis Herrera Campins porque decretó la

prohibición de propaganda de licores y cigarrillos en medios audiovisuales. Más recientemente, cuando en 1991 se estudiaba una profunda reforma a la Constitución de la República y diputados de AD y de Copei, con amplia mayoría en ambas cámaras, se atrevieron a proponer algunos artículos que les limitaba ese poder, establecían el derecho a réplica y a la información veraz, impedía el monopolio, etc, hubo tales presiones del Bloque de Prensa, de las cámaras de TV y de la de Radio, del Bloque de Prensa, con apoyo exterior, que no sólo engavetaron los artículos relacionados con los medios, sino que del tiro, engavetaron toda la reforma.

Otra vez habían demostrado su poder.

El segundo poder mundial

Mundialmente se producía un fenómeno de singular magnitud y características, después de la caída del muro de Berlín como símbolo del desmoronamiento del bloque socialista con la URSS a la cabeza, y del fin de la guerra fría. Surgía el poder mediático, como el segundo, después del poder económico-financiero trasnacional, y por encima del poder político. La tesis es de un grupo de estudiosos del fenómeno comunicacional en el mundo industrializado, y que resumió Le Monde Diplomatique en el libro "Les nouveaux maitres du monde" (*).

Veamos estas conclusiones:

"¿Quiénes son, en este fin de siglo, los verdaderos dueños del mundo? ¿Quiénes detentan, más allá de las apariencias, la realidad del poder en los estados desarrollados, democráticos? Plantear estas preguntas es constatar que a menudo, los gobernantes, elegidos después de homéricas batallas electorales, se encuentran frente a fuerzas

planetarias y terribles. Ellas no constituyen, como podrían imaginarse ciertos libretistas de TV, una especie de estado mayor clandestino conspirando en las sombras para conquistar el control político de la tierra. Se trata de fuerzas... que aplican las consignas neoliberales, que obedecen a sus objetivos: libre cambio, privatizaciones, monetarismo, competitividad productiva y cuyo slogan podría ser: 'Todos los poderes a los mercados'.

"Las finanzas, el comercio, los medios, entre otros dominios, estimulados por las nuevas tecnologías, han conocido una verdadera explosión, y dado nacimiento a imperios económicos de nuevo tipo que elaboran sus propias leyes, establecen sus sitios de producción, desplazan sus capitales a la velocidad de la luz, invierten en todos los confines del planeta. No conocen fronteras, estados ni culturas. Se burlan de soberanías nacionales. Indiferentes a sus consecuencias sociales, especulan contra las monedas, provocan reacciones y sermonean a los gobernantes".

El secretario general de las Naciones Unidas en 1995, Boutros Boutros-Ghalis, dijo que "La realidad del poder mundial escapa ampliamente a los estados. Tanto es así que la globalización implica el surgimiento de nuevos poderes que trascienden las estructuras estatales".

Por supuesto, alguien que hablara así no podía ser reelecto en la ONU.

Fue así cómo tales grupos, más poderosos que los estados, se apropian y controlan el bien más precioso de la democracia como es la información.

Ted Turner, dueño de la CNN, Rupert Murdoch, propietario de un imperio mediático, y Bil Gates, son más poderosos que el presidente de Estados Unidos, o que el jefe de estado de Rusia, o de Alemania.

"Para ellos, el poder político es el tercer poder; primero está el poder económico, luego el poder mediático, y cuando se tienen ambos, como el caso de Silvio Berlusconi en Italia, el poder político no es más que una formalidad", dice Ignacio Ramonet.

Esta es la nueva realidad mediática, bastante distinta a la que pintó Balzac en 1840, cuando percibió un cuarto poder, el de la prensa.

El caso Venezuela siglo XXI

¿Cuántas veces no hemos escuchado hablar de ese cuarto poder en Venezuela? ¿Desde cuándo lo escuchamos? En cualquier caso, creo que hubo momentos en que ese poder de los medios, ya no solo de la prensa, se fortaleció, como hemos visto. Pero nunca pudo acercarse a la concentración que nos han reseñado estos autores.

¿Qué ha sucedido en Venezuela en estos últimos años?

Hace tres años, en unas interesantes jornadas de reflexión sobre la libertad de prensa en la Universidad Fermín Toro, en Barquisimeto, respondí negativamente a una pregunta que presidía el panel donde estuve, "¿Son los medios espacios de resistencia?".

Seguramente fue formulada porque estimaron obvia una respuesta afirmativa, como fue la de la mayoría de los panelistas, de allí que sorprendió mi contestación negativa. Les ofrecí ejemplos de tres momentos oscuros de la libertad de expresión en Venezuela para fundamentar esa opinión.

El primero fue en julio de 1913, el episodio al que me referí al comienzo. La prensa no hizo resistencia, lo que hizo fue callar y devino en laudatoria, hasta el 18 de diciembre de 1935, al día siguiente de la muerte del tirano.

El segundo momento fue el 22 de abril de 1950, se había inaugurado en Caracas el estadio olímpico universitario con la asistencia de los tres miembros de la junta militar,

pero hubo una interpolación en los talleres y en lugar de leerse que habían estado los tres miembros de la junta, apareció que habían asistido los tres cochinitos, marca de una manteca de la época. El Nacional fue suspendido hasta el 3 de mayo. Fue la señal para toda la prensa, que debió llevar diariamente sus textos para la revisión de la junta de censura. Esta se hizo cada vez más rígida, hasta el 20 de enero de 1958, cuando estalló la huelga en la prensa. Durante todos esos años tampoco hubo resistencia.

Y el tercero y más reciente, ocurre en época de la democracia. Gobernaba Lusinchi y existía un régimen de cambio diferencial, RECADI, mediante el cual se presionó a todos los medios: el canal 2 debió suprimir su programa Primer Plano, Diario de Caracas prescindir de algunos columnistas, y ninguno podía informar nada que incomodara al alto gobierno, y menos lo relacionado con la pareja presidencial. El Nacional desafió esa línea, y sufrió las consecuencias, le negaron los dólares preferenciales para adquirir papel y otros insumos en el exterior. Con esa excepción, tampoco hubo resistencia. La prensa, la radio y la televisión callaron.

¿Por qué hablar entonces de los medios como "espacios de la resistencia"?

Los medios en la V República

Cuando se hace un balance de las agresiones y limitaciones a la libertad de prensa de cualquier momento de la historia de Venezuela, es inevitable un inventario de los periodistas muertos, perseguidos o exiliados; de los periódicos, radioemisoras y televisoras suspendidos o clausurados; del funcionamiento de los aparatos de censura así como de los censores, de los mecanismos de presión utilizados, desde las llamadas telefónicas a la agresión física y la eliminación de la publicidad oficial. Todas estas manifestaciones de la represión gubernamental contra la prensa tenían un efecto repetido: noticias que dejaban de

imprimirse, artículos que no aparecían, opiniones e informaciones que no se transmitían por radio ni la TV, periodistas silenciados, y por vía contraria, difusión de hechos y opiniones favorables al gobierno. Así son los balances del pasado, de lo que se llama "la cuarta república".

Desde noviembre de 1998 cuando el Bloque de Prensa aprueba la primera declaración alertando sobre las amenazas a la libertad de prensa en Venezuela si ganaba un candidato como Hugo Chávez, ha emitido muchas otras, pero tales amenazas no se han concretado. La declaración del 11 de enero de 2003 señala que el gobierno "...encuentra en los medios de comunicación un responsable y serio escollo para sus acciones y desmantelamiento y dominio de todas las instituciones democráticas de la Patria", y garantizan que "hacemos honor a todo riesgo, al imperativo histórico de preservar para nuestro pueblo la información libre y veraz que es tradición y orgullo del país". Como observan, el Bloque reconoce que la información sigue siendo libre y veraz, supuestamente, gracias a su defensa. Sin embargo, habría que cuestionar cuando dice que "es tradición" en el país. ¿Tradición? ¿Desde cuándo la información ha sido realmente libre y veraz?

Más recientemente, en marzo de 2004, publica un comunicado sobre "los intentos del gobierno por 'cercenar' la libertad de expresión", y denuncia que una declaración del ministro de Comunicación e Información acusando a El Nacional y a El Universal de difundir material subversivo, eran un "paso previo al inmediato decreto de censura global de prensa". (El Universal, 3-marzo-04). Después de cinco años de la llamada quinta república, el Bloque vuelve a pronosticar censura de prensa, tal como lo hizo antes de que Chávez fuese electo.

El caso es que en el balance que se puede hacer hasta ahora de esas libertades durante el gobierno del presidente Chávez (feb. 1999-marzo 2004), se suman agresiones verbales y físicas a periodistas en el ejercicio de la profesión y acoso a algunos medios por parte de grupos fanatizados partidarios del gobierno, hechos éstos que merecen enérgica condena. Igualmente ha sido criticado el presidente Chávez por sus ataques a medios, a propietarios de medios, y en particular a la televisión, así como por el uso abusivo de las cadenas de radio y TV.

Y aunque han sido calificados de intimidatorios, la verdad es que no han tenido efectos sobre ningún medio o periodista. No se puede hablar de periodistas presos o enjuiciados, ni de medios suspendidos o clausurados, y tampoco de informaciones que hayan sido prohibidas o de opiniones que dejaran de expresarse por cualquier medio como consecuencia de la acción gubernamental, ni hay medios, columnistas, comentaristas, articulistas amedrentados que hubiesen cambiado su línea política opositora. No obs-tante ello, entidades como la Sociedad Interamericana de Prensa han aprobado declaraciones denunciando agresiones a la libertad de prensa, y calificado hasta de fascista al gobierno venezolano por su trato a los medios.

En mayo de 2002, la encuestadora Datanálisis reveló los resultados de una medición de la opinión pública, pocos días después del golpe de abril que por pocos días derrocó al presidente Chávez. Desde abril de 2000 se habían realizado siete encuestas con una pregunta sobre la labor de determinadas instituciones "por el bienestar del país". La Iglesia, los medios y las Fuerzas Armadas se alternaban en los tres primeros lugares, con ventaja para los medios que aparecieron cinco veces en el primer lugar y una en el segundo, pero en la última (abril 2002) bajaron al séptimo. Evidentemente, castigaban su conducta sobre los días del golpe.

En mi página de Ultimas Noticias (6-enero-03), escribí sobre los tres cambios más importantes ocurridos en la sociedad venezolana en los últimos años. Este es uno de esos cambios:

"Otro aspecto de gran importancia es la discusión sobre los medios de comunicación y del periodismo. Desde abril se han celebrado más foros y encuentros para examinarlos abiertamente y se han difundido más publicaciones sobre esos temas que todos los realizados y publicados desde enero de 1958 hasta la época. Lo escribo consciente de lo que puede ser una exagerada afirmación, pero lo hace quien ha vivido esos momentos desde hace décadas, como profesional, como docente y como dirigente gremial. Nunca como ahora la gente discute y cuestiona tanto a los medios, o a la mayoría de ellos, y en especial a la TV, y al ejercicio de esta profesión, y demanda rectificaciones. Ni habían aparecido tantos medios alternativos como sucede en estos tiempos".

Sobre las relaciones del poder de los medios, los partidos y gobierno, escribí un artículo en la revista SIC (No 637, agosto 2001), de donde extraigo estos párrafos:

"Hoy, como hemos visto, la mayoría de los medios ocupan los espacios de los partidos de oposición, pero no se puede decir que se trata de resistencia, pues no existe una acción que pretenda avasallarlos, que limite o restrinja las libertades de opinar y de informar, basta leer los medios, escucharlos o verlos, para despejar cualquier duda que exista al respecto".

"Hay, sí, no se puede ocultar, una confrontación entre el Presidente y los medios, como nunca antes la hubo en Venezuela. Pudo comenzar el 15 de noviembre de 1998, cuando el Bloque de Prensa presentó un informe a la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, donde advertía de las amena-zas a las libertades de opinar y de informar si ganaba un

candidato con las características de Hugo Chávez. Bueno, ganó, pese a la posición de la mayoría de los medios. Desde entonces está planteada esa confrontación".

"Nunca antes la hubo en Venezuela. Ningún jefe de Estado se atrevió a desafiar el inmenso poder que administran. Menos en épocas electorales, cuando los medios son tan útiles para quienes buscan votos y promueven el proselitismo. Chávez lo hizo en 1998 y lo ha repetido. Unos medios que podían calificarse de inamistosos, y un Presidente que no busca acuerdos, sino que los confronta abiertamente".

En abril de 2002, antes y durante el golpe de Estado, la mayoría de los medios se alineó con las fuerzas que lo impulsaron; ese mismo año, impulsaron el paro general y el saboteo a PDVSA, y al cabo de 62 días debieron suspenderlo, el gobierno lo había resistido, y más recientemente, durante los violentos y destructivos hechos en el Este de Caracas, esos mismos medios los alentaron permanentemente y ni siquiera al cesar los mismos, y, conocido el balance de los mismos, hubo la más mínima voz de condena. Como se observa, es una conducta permanente, reiterada, de unos medios que hace tiempo dejaron a un lado su misión fundamental, como es hacer periodismo apegado a la verdad.

Algunas consideraciones sobre la investigación de la comunicación en Venezuela en el siglo XX: del modelo Lasswelliano a las nuevas tecnologías

Yaleida Chacín de Jimeno[*]
María Isabel Neüman de Sega[**]

Resumen

El presente trabajo ofrece una visión histórica de la trayectoria de la investigación de la comunicación social en Venezuela durante el siglo XX abordando aspectos como tendencias teórico-metodológicas prevalecientes, autores más destacados, centros de investigación, publicaciones periódicas de mayor circulación, así como la labor de institutos y asociaciones que han contribuido a la evolución de esa tarea. Como punto de partida para el análisis se consideró la influencia de las "Teorías Desarrollistas" pasando posteriormente a la corriente de la "Teoría Crítica Latinoamericana", la "Comunicación Alternativa" y los proyectos de "Democratización de la Comunicación e Información". A través del trabajo se puede apreciar cómo la investigación de la comunicación ha evolucionado de una investigación documental desarrollada sobre pautas foráneas a una investigación sobre multiplicidad de objetos, donde poco a poco han ido surgiendo enfoques teóricos propios que han estado conformando un campo disciplinar y abren toda una nueva etapa de producción endógena a la investigación de la comunicación en el siglo XXI.

Palabras clave: Investigación de la Comunicación, Venezuela, Ciencias de la Comunicación.

Some considerations on the investigation of the communication in Venezuela in the XX Century: from Lasswell model to new Technologies

Abstract

This paper offers an historical review of the path crossed by the investigation of social communication in Venezuela during the XX Century, approaching outstanding aspects like prevailing theoretical-methodological tendencies, authors, research centers, periodic publications of greater circulation, as well as the work of certain institutes and associations that have contributed to the evolution of that task. As a departure point for the analysis the influence of the "Development Theories", the "Latin American Critical Theory", the "Alternative Communication" and the projects of "Democratization of the Communication and Information" were consi-dered. Through the work it is possible to appreciate how the communication research has evolved from a documentary

Recibido: 25 – 02 – 04 Aceptado: 29 – 03 – 04

[*] Yaleida Chacín: Profesora Titular de la Universidad del Zulia. Licenciada en Comunicación Social, aspirante a la Maestría en Ciencias de la Comunicación y la Información. Correo electrónico: roberto_jimeno@hotmail.com

[**] María Isabel Neüman: Profesora Titular de la Universidad del Zulia. PPI 5272. Coordinadora de la Maestría en Ciencias de la Comunicación y la Información de la Universidad del Zulia. Correo electrónico: mneuman@luz.ve

investigation developed on foreign guidelines to an investigation on multiplicity of objects, where, little by little self-developed theoretical approaches have been arising, conforming a discipline field, opening the investigation of the communication to a new stage of endogenous production in the XXI Century.

Key words: Comunicaction Research, Venezuela, Comunication Science.

Introducción

La motivación para reunir esta información que da cuenta del desarrollo de la investigación en el campo de la comunicación social en Venezuela parte de una reflexión de Raúl Fuentes Navarro en 1991 en el Seminario Internacional Comunicación y Ciencias Sociales en América Latina en Bogotá. Ya al comienzo de la última década del siglo XX los investigadores latinoamericanos habían llegado a la conclusión que para poder consolidar la investigación en comunicación había que ocuparse de su estatuto dentro de la ciencia. Fuentes Navarro comparte con Fátima Fernández una cita de Iván Illich (1990) que hemos retomado porque explicita claramente las razones por las cuáles este trabajo queda plenamente justificado:

La marca de madurez de una disciplina es su creciente referencia a su propia historia

Transcurridos cuatro años del siglo XXI miramos lo que fue el comienzo y desarrollo de la investigación de la comunicación en Venezuela y consideramos que la revisión de ese proceso es parte de la consolidación de una nueva y desafiante etapa que hemos inaugurado con el nuevo siglo y que nos remite precisamente a una creciente referencia a nuestra propia historia.

En 1991 Fuentes Navarro era optimista en su balance y afirmaba, para el desarrollo del campo de la comunicación en Latinoamérica, que: “A pesar de la crisis económica, ha crecido y se ha diversificado; ha consolidado algunos de sus avances y ha mantenido la búsqueda de soluciones a la mayor parte de sus problemas e insuficiencias de base; continúa convocando a cada vez más jóvenes estudiantes por una parte, y por otra a la contribución de científicos sociales provenientes

de distintas disciplinas; pero quizá lo más importante sea el notable grado de organización -intercomunicación- que ha alcanzado a escala continental. Sin duda nuestro campo está hoy más estructurado y por ello más vivo que nunca".

Esta conclusión no sólo sigue vigente sino que se ha consolidado y orienta el presente trabajo que, aunque da cuenta del azaroso recorrido de la investigación de la comunicación en Venezuela, asume ese proceso como indispensable para la producción de conocimiento científico endógeno.

Nuestro objetivo central se orienta hacia una visión cronológica de las diferentes etapas atravesadas por la disciplina de la comunicación y su proyección investigativa en la segunda mitad del siglo XX en Venezuela. Este ensayo intenta resumir varias investigaciones realizadas a través de los años por las autoras desde el Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad Experimental de Ciencias y el Departamento de Investigación de la Comunicación de la Facultad de Humanidades, ambas de la Universidad del Zulia. Esas investigaciones fueron a su vez de carácter documental y de campo, pues originalmente se realizaron según los documentos de las instituciones y organizaciones estudiadas, la bibliografía inventariada en las bibliotecas académicas y las memorias de los eventos relacionados; y fundamentadas en múltiples entrevistas a lo largo de los años con los investigadores y estudiosos del campo de la comunicación social. Al final del trabajo se indican las investigaciones originales.

La información está organizada en períodos de evolución cronológica por décadas, describiendo en ellas aspectos esenciales como sus tendencias o enfoques teórico-metodológicos, temas de investigación, autores más destacados, centros de investigación y publicaciones periódicas de mayor circulación.

Tendencias y enfoques teórico-metodológicos

Tendencias en las décadas de los 60 y 70

El estudio de los procesos y problemas ligados al ámbito de las Ciencias de la Comunicación, nació en América Latina a partir de 1942, a raíz de la creación de las Escuelas de Periodismo en la región. Como respuesta a ese acontecimiento surge la necesidad de adelantar procesos de indagación basándose para ello en diferentes estrategias y modelos teórico-metodológicos los cuales han ido modificándose de acuerdo con las necesidades imperantes, así como con las tendencias y enfoques prevalecientes en cada etapa.

La investigación de la comunicación se desprendió del vertiginoso desarrollo que adquieren las Ciencias Sociales a partir de la II Guerra Mundial, como producto de las demandas militares y políticas imperantes, así como del auge económico evidenciado por Europa y los Estados Unidos, lo cual involucró la conquista de nuevos mercados en la posguerra.

Aunque es a partir de 1960 cuando la investigación social en Vene-zuela se inicia en forma sistemática y efectiva resulta ineludible destacar que antes de esa fecha aparecieron algunos trabajos que constituyeron un esfuerzo significativo en la época y algunos de ellos fueron impulsados por la recién creada Escuela de Periodismo de la Universidad Central de Vene-zuela en 1946.

En primer término encontramos el de Pedro Grases "Materiales para la Historia del Periodismo en Venezuela durante el Siglo XIX", realizado por encargo de la Escuela de Periodismo de la UCV y el cual ha sido considerado como la recopilación más importante acerca de los orígenes de la prensa en Venezuela.

Hasta 1960 existían muy pocos trabajos vinculados a la problemática de la Comunicación Social, y los que existían estaban basados más en los aspectos de la Historia del Periodismo en Venezuela, tal como expresamos en los párrafos iniciales. Además del ya reseñado estudio de Pedro Grases, entre 1961 y 1963 se publican los estudios de Jesús Rosas Marcano "La Prensa Nacional y las Elecciones Generales de 1958", "El Times de Londres y la Expedición de Miranda a Venezuela" y "La Independencia de Vene-zuela y la Prensa de París". También en 1963 aparece el de Humberto Cuenca "Imagen Literaria del Periodismo".

Sin embargo, como pioneros de la investigación de la comunicación podemos mencionar a aquellos estudiosos como Antonio Pasquali, Martha Colomina de Rivera, Eleazar Díaz Rangel, Jesús Rosas Marcano, Eduardo Santoro y Héctor Mujica entre otros, quienes impulsaron la actividad investigativa vinculada a la comunicación y su problemática en el contexto latinoamericano.

Al hacer un recuento de las investigaciones realizadas en el país, por lo menos para las décadas 60 - 70, nos percatamos que en ellas se han concentrado dos focos de interés:

1. Aquellos donde la tendencia prevaleciente desde el punto de vista conceptual tendió al seguimiento o influencia de la Teoría Clásica europea o a la norteamericana de la "Mass Comunication Research" y el consabido modelo de desarrollo a través de la Difusión de Innovaciones o Modelo Lasswelliano.
2. El fundamentado en la naciente Teoría Crítica Latinoamericana que intentaba romper con los esquemas tradicionales de investigación.

Tendencias en la década de los 80

Venezuela, al igual que el resto de los países latinoamericanos, no escapa de la onda expansiva que en toda Latinoamérica produce cambios en los enfoques y paradigmas de análisis de los medios de comunicación.

Los problemas económicos de los 80 asestaron un duro golpe a la investigación en América Latina, lo cual se reflejó en la caída de la actividad de investigación en las universidades, sobre todo las dependientes del financiamiento estatal.

Al analizar las décadas de los 80 y 90 en América Latina, observamos que tanto en los otros países de la región como en el caso específico de Venezuela, las tendencias teórico-metodológicas se modifican de una década a otra.

Al igual que en el resto de los países latinoamericanos, la "Comunicación Alternativa" en Venezuela hizo énfasis en la reconsideración de las prácticas comunicacionales, orientándolas más hacia el aspecto micro de la comunicación. Se estudió el receptor como un actor social, concepción

opuesta al modelo tradicional donde el papel del receptor o decodificador era eminentemente pasivo. De la misma forma la aplicación de esta corriente implicaba tomar en consideración lo popular, lo local y la revalorización de las tradiciones intrínsecas de nuestro pueblo.

A mitad de 1980, sin perder de vista el carácter alternativo de la comunicación, emerge en nuestro ámbito otra tendencia cuyo pionero en América Latina fue Jesús Martín Barbero, quien hace duras críticas a los paradigmas anteriores e incluso cuestiona algunos aspectos presentes en la concepción que se maneja acerca de la alternatividad en la comunicación.

La propuesta de Martín Barbero se encamina hacia las culturas populares, buscando una ubicación histórica de los procesos y productos de la "cultura de masas" en relación con la culturas populares, así como la contextualización de lo producido en los medios de comunicación en relación con los espacios de la cotidianidad. Para el mencionado autor lo alternativo, lo participativo, lo popular implica "...transformar el proceso, la forma dominante y normal de la comunicación social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra"(...). Sobre el mismo aspecto Martín Barbero señala: "…No estoy afirmando que las alternativas de comunicación popular deban ser únicamente marginales a los grandes medios, que no puedan existir alternativas que involucren a los medios masivos, estoy alertando contra la ya vieja y peligrosa ilusión -macluhiana- de que lo alternativo pueda venir del medio en sí mismo" (Martín Barbero,1987: 196).

Esta reflexión de Martín Barbero no es otra cosa que una advertencia en relación con lo falaz de una comunicación alternativa concebida bajo esquemas erróneos, lo cual a la larga lo único que haría sería seguir contribuyendo con la retórica de la dominación cultural aunque desde una perspectiva aparentemente diferente, bajo el disfraz de alternatividad. En consecuencia: la comunicación sería alternativa en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos, si junto al lenguaje del medio se investigan los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan confundidos ya la memoria popular y el imaginario de masas.

Al finalizar los 80 la tendencia se vuelca hacia las "políticas culturales democratizantes" donde lo cuestionado es el papel protagónico del Estado en oposición a los requerimientos del avance de las comunicaciones bajo los retos que plantea la comunicación alternativa, entendida ésta como la necesidad de participación de la sociedad civil en los procesos de comunicación. Esta tendencia se proyecta a los 90 donde cobra nuevamente importancia la tan ansiada necesidad de establecer un Nuevo Orden Informativo Internacional y los organismos, asociaciones e instituciones existentes orientan sus rumbos procurando encontrar medios más eficaces para el logro de los objetivos propuestos, aun cuando a juicio de algunos estudiosos, en el seno de la UNESCO, este debate se ha perdido en los últimos tiempos.

Para Jesús María Aguirre (1991), las transformaciones experimentadas en la actividad investigativa en Venezuela en las últimas dos décadas del siglo XX, se debieron a factores tanto endógenos como exógenos. Entre los primeros figuran algunos como la crisis económica del país con la consecuente recesión laboral, la masificación del ejercicio profesional por parte de los comunicadores sociales, el surgimiento y ascenso de una política postmodernista, etc. Entre los factores exógenos se mencionan la reconversión tecnológica y el reglamento de la UNESCO.

Los mencionados factores constituirían el marco referencial del entorno de los problemas del país, pero al hacer referencia a la problemática interna del ámbito que nos ocupa, tendremos que aceptar el hecho de que al tambalear los paradigmas teóricos del marxismo y funcionalismo se propaga el eclecticismo conceptual que deja en entredicho el peso de las Ciencias de la Comunicación y su necesaria unidad, aunque a juicios de otros, esta crisis y su concomitante ruptura epistemológica son males necesarios en el proceso de búsqueda de nuevos paradigmas y propuestas.

Tendencias en la década de los 90

Las macrotendencias de esta etapa fueron: las mediaciones culturales, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, estudios sobre el receptor, la sociología de las profesiones, no solo en Venezuela, sino en América Latina.

Las mediaciones culturales

Esta tendencia se afinca en la importancia de las llamadas matrices culturales en la interacción social, en la cual los medios de comunicación de masas no son los determinantes, y mucho menos los totalizadores de la experiencia cultural, ni en Latinoamérica, ni en ningún otro lugar del mundo. Los más fieles exponentes de la mencionada tendencia han sido Néstor García Canclini en México y Jesús Martín Barbero de Colombia en el contexto latinoamericano, que a su vez sienta su base en los fundamentos de las Escuelas como la de Birminghan y los postulados de Umberto Eco.

El binomio cultura-comunicación, ilustrado bajo dicha perspectiva en Venezuela, ya había sido abordado en la década de los 70 y principios de los 80 por estudiosos como Alfredo Chacón y Carlos Silva, entre otros, quienes desarrollaron métodos etnográficos que permitieron indagar en el complejo mundo de las interacciones simbólicas.

Un investigador que ha destacado en esta línea en Venezuela es Tulio Hernández, quien se orienta hacia el análisis de las mediaciones culturales partiendo de las proposiciones hermenéuticas de García Canclini, sobre el tema de las llamadas culturas híbridas. Para Hernández el viraje del proyecto debe dirigirse "a la comprensión de las tendencias prospectivas de las prácticas culturales y comunicacionales populares al conferirles un valor que las ubique en relación al movimiento de las contradicciones claves de la sociedad, y que va mucho más allá de propuestas generales como las políticas nacionales de comunicación o el uso función de los grandes medios".

Las nuevas tecnología

Sin temor a equivocarnos podemos afirmar que ellas se convirtieron en las divas de los 90. Ya a fines de los 80 asomaban como candidatas a acaparar la atención despejando incertidumbres en lo que a conveniencias de su adopción y consecuencias de su uso se refiere.

Además de los informes técnicos, que no se hicieron esperar, y las repercusiones económicas que se hicieron insoslayables, así como los análisis sociológicos, lo novedoso de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación apuntó hacia la vertiginosa aplicación de las mismas, y su integración a las telecomunicaciones y a la informática llegó a alcanzar tal magnitud que muchos hablaron de una Segunda Revolución Industrial, cuyo radio de acción se iba extendiendo hacia límites insospechados, a pesar de que apenas en 1997 es cuando se comienza a acceder a la WWW desde las universidades.

Entre los pioneros en las indagaciones relacionadas con los aspectos jurídicos del tema se menciona a Herbert Corma en 1986 y Antequera Parili en el mismo año. En lo relativo a los aspectos laborales se destacaron las actuaciones del Colegio Nacional de Periodistas, (CNP), y el Sindicato Nacional de Prensa, (SNP), en 1984. Estas organizaciones llevaron a cabo más de una docena de eventos en los últimos 15 años del siglo XX para discutir el tema del impacto de las tecnologías de la información en el ámbito laboral del comunicador social.

Los trabajos de grado de las universidades venezolanas fueron pioneros en el análisis de las tecnologías de la información como el de Carlos E. Colina, en el cual se analizaba el impacto de la informatización en los juegos infantiles y en los procesos comunicacionales y educativos del país. Desde la Universidad Católica Andrés Bello, Caroline de Oteiza comenzó la investigación-desarrollo para la automatización de la información bibliográfica sobre comunicación en Venezuela. Ese esfuerzo se ha transformado en una de las mejores bases de datos del país.

En 1997 se publica: “La Generación de Capacidad Tecnológica en la industria informativa del país”, donde María Isabel Neüman aplica categorías de análisis sobre innovación tecnológica y desarrollo al proceso de introducción de las tecnologías de la información en los medios de

comunicación social inaugurando una línea de investigación que se ha desarrollado en el programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Zulia.

Estudios sobre el receptor

Para algunos reconocidos estudiosos como Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre, con la toma de conciencia sobre las mediciones culturales cayeron viejas certezas sobre los medios masivos, particularmente la televisión.

El mencionado fenómeno obedece en parte a los cambios suscitados en la composición de los medios, en la cultura creciente de los usuarios, así como a otras variables intervinientes. Se citan las experiencias de Mario Kaplun y José Martínez Terrero en Latinoamérica y en Venezuela del equipo Comunicación del Centro Jesús María Pellín.

La Sociología de las profesiones

El entrar en crisis el mercado ocupacional y crecer desmesuradamente la matrícula estudiantil en las universidades nacionales, incentivó a un pequeño grupo de investigadores docentes a concentrar su esfuerzo en el análisis de la problemática profesional, elaborando perfiles ocupacionales y examinando, tanto las expectativas de los actores involucrados como la situación de los egresados en las diferentes Escuelas de Comunicación Social del país.

De esta iniciativa han surgido interesantes trabajos, sobre todo en universidades como la Universidad Católica Andrés Bello y la Universidad del Zulia, convocados por organizaciones internacionales como la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Los más completos de ellos son los de Jesús María Aguirre: “La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela” y “La enseñanza de la comunicación: dilema entre currículo y mercado” de las profesoras Elda Morales y Luz Neira Parra.

Temas de investigación e investigadores más destacados

En las décadas 60 y 70

En estas décadas de análisis la mayor proporción de investigaciones y estudios provino de las Universidades Nacionales, no sólo en el rubro de las Tesis de Grado y los Trabajos de Ascenso, sino de la investigación individual y grupal que realizaban los docentes de nuestras casas de estudio.

Este tipo de investigación arrojó importantes resultados desde el punto de vista científico, hecho que adquiere más valor si consideramos que en nuestro país no existía para esa época un verdadero estímulo para esta importante tarea sobre todo en el renglón comunicacional.

De ese sector surgen por ejemplo las obras de Pasquali basadas en el análisis de la estructura radio-televisiva venezolana y donde se enfocan sus géneros, procedencia, espacio dedicado a la publicidad. Los resultados de sus investigaciones van a influir incluso en aquel tipo de investigación más arraigada en la metodología de inspiración norteamericana, puesto que el mencionado autor fue considerado en las décadas posteriores el mayor exponente de la corriente de la Teoría Crítica Latinoamericana, la cual marca pauta en toda América Latina.

Sus cuestionamientos se encaminan a la crítica de los supuestos efectos positivos de la comunicación masiva en el desarrollo integral de los países. Además de "Comunicación y Cultura de Masas" (1963) publica otros títulos de interés como "El Aparato Singular" (1967 U.C.V.), "Comprender la Comunicación", en 1970, donde hace importantes aportes al área académico-investigativa y a través de los cuales se manifiesta la necesidad de un acercamiento por parte del investigador hacia los centros de decisión, a fin de desencadenar un aporte práctico a la problemática comunicacional de nuestro país.

Pasquali, a pesar de haber sido considerado como un investigador altamente influenciado por el estructuralismo francés, se hace reconocer como un innovador en materia investigativa al

alejarse notoriamente de los esquemas norteamericanos funcionalistas. Mediante su libro "Comunicación y Cultura de Masas" demostró que ante la fuerte arremetida de la Industria Cultural todo país en legítima defensa posee el derecho de reafirmar su identidad cultural, resguardarla y salvaguardarla.

Para 1967 se publican los trabajos de Martha Colomina de Rivera "El Huésped Alienante", desde la Universidad del Zulia, y el de Eduardo Santoro "La T.V. Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño", publicado por la Universidad Central de Venezuela.

Pocos años después la profesora Colomina publica su obra "La Celestina Mecánica", donde se hacía mayor énfasis en los aspectos sociopolíticos de la comunicación. Los mencionados trabajos entran en la categoría de "Estudios de Efectos". También en el 67 aparecen "Pueblos Subinformados" de Eleazar Díaz Rangel y "El Imperio de la Noticia" de Héctor Mujica, ambos profesores de la U.C.V. Estos trabajos abordan el manejo de la información por parte de las Agencias Internacionales de Noticias y su papel tergiversador de la información, en ellos ya se vislumbra la necesidad de un Nuevo Orden Informativo Internacional (NOI) al evidenciar la desigualdad del flujo informativo entre los países desarrollados y los subdesarrollados, lo cual genera el fenómeno de la “Desinformación”.

Desde otra perspectiva, la del punto de vista teórico y epistemológico, deben reseñarse las contribuciones de Rigoberto Lanz con "Dialéctica de la Ideología” (1975), y Ludovico Silva con "Teoría y Práctica de la Ideología" (1974), quienes en sus obras plantearon de forma rigurosa y a través de sólidas conceptualizaciones un marco teórico metodológico para llevar a cabo el análisis de los medios, insertándolos en el hegemónico fenómeno de la dominación cultural. Ambos teóricos volcaron en sus trabajos el análisis marxista acerca de la función que cumplen los factores culturales e ideológicos en la concentración y acumulación del "capital global", "material ideológico" en el sistema capitalista.

A medida que avanzaban los 70 aparece otro tipo de estudios orientados al diagnóstico y planificación de la actividad comunicacional venezolana. Es menester mencionar en este renglón al

famoso "Proyecto RATELVE", documento sobre Políticas de Comunicación, único en su tipo en América Latina y en el cual se incluye por vez primera el sector comunicación en un Plan de la Nación.

Como factor importante y que fue parte activa y destacada en dicho renglón, cabe mencionar a Oswaldo Capriles con su libro "El Estado y los Medios de Comunicación en Venezuela" (1976), en el cual se analiza la relación entre el Estado, las estructuras de poder, los medios de comunicación y las políticas de comunicación.

También en la década de los 70, el sociólogo y profesor de la U.C.V., Leoncio Barrios, en un trabajo de ascenso cuyo título fue "La Formación de Investigadores de la Comunicación Social en Venezuela", clasifica y reúne las investigaciones sobre comunicación realizadas en el país en cuatro categorías, de acuerdo con sus características, ellas son:

.- Trabajos de carácter periodístico o reseña fundamentados en opiniones libres del autor, especulativos en el buen sentido del término, por carecer de un método sistemático en la recopilación y manejo de información.
.- Estudios sobre comunicación, efectos y tendencias en los receptores, realizados con fines comerciales, lo cual hace dudar de lo confiable de sus resultados o los efectuados por las empresas privadas de comunicación para su consumo.
.- Trabajos cuyos contenidos documentales o categoriales, en todo caso eminentemente teóricos, tienen como función básica la de servir de texto de consulta o referencia apuntando al desarrollo y funcionamiento de la comunicación en el país.
.- Investigaciones de campo que han seguido un procedimiento sistemático de recolección de datos empíricos, factibles de comprobación.

En las décadas 80 y 90

Para estas décadas permanecen activos los Departamentos de Metodología e Investigación en las Escuelas de Comunicación de la U.C.V., LUZ, UCAB, ULA Táchira, en las cuales afortunadamente se generan constantemente trabajos en las categorías de Tesis de Grado y Trabajos de Ascenso, Maestrías y Proyectos de Investigación. Esto conduce a que el mayor número de estudios e investigaciones sigan proviniendo del sector académico. También se investiga en el área de la comunicación, aunque en menor cuantía en las Escuelas de Sociología, Psicología y Antropología, Letras y Trabajo Social.

El profesor de la UCV, Pasquale Nicodemo (1991), señala que la investigación de los 80 y 90 se realiza en tres sectores: el público, el privado y el académico y que de los tres el más productivo es el privado, donde se realizan algunas investigaciones interesantes, pero cuyos resultados no se publican ya que se realizan como estudios de mercado contando para ello con sus propios departamentos de investigación conformados por sociólogos, psicólogos, estadígrafos.

Para Marcelino Bisbal (1991) los escenarios son básicamente dos: el sector privado y el académico, en cuyo interior se ha producido un "...desplazamiento en cuanto a la calidad de la investigación que se está haciendo, en cuanto a la utilidad de la misma y en cuanto a la utilización de novedosas metodologías de investigación. La investigación de lo académico sigue repitiendo los mismos esquemas de análisis/reflexión, las mismas metodologías ligadas a la llamada "Teoría Crítica" y son muy poco útiles sus resultados pues no dan cuenta de lo que está pasando en el ámbito de la comunicación y la cultura, no se está innovando. Y eso es debido a las técnicas que estamos empleando y a cómo enfrentamos el objeto de investigación".

Sobre el mismo tópico el profesor José Ignacio Rey (1991) afirma "que a esas investigaciones no se les da uso ni continuidad, suelen ser dispersas. El aparato instrumental que utilizan es con alguna frecuencia deficiente". Coincide así mismo con el profesor Bisbal en que en la actualidad la investigación se ha desarrollado más en el sector privado con sus estudios de mercadotecnia, sin embargo sobre este punto se pregunta "si no será que lo privado que domina en Venezuela está tan atrasado como el Estado, en la medida que no dirige la investigación hacia lo macro, es decir, hacia los problemas colectivos". Para concluir este punto podemos sin embargo mencionar que los temas más tratados durante estas décadas han estado vinculados con los tópicos siguientes1:

Las Nuevas Tecnologías:

- Jesús María Aguirre: "Perspectivas de la Televisión por vía Satélite en Venezuela".
- Alejandro Alfonso: "Investigación y Nuevas Tecnologías".
- Marcelino Bisbal: "La Comunicación Interrumpida", "La Comunicación Vía Satélite bajo la Optica Latinoamericana", "La Mirada Comunicacional".

- Caroline de Oteiza: “La Automatización de la Información sobre Comunicación en el CIC de la UCAB”.
- Marcelino Bisbal y Elizabeth Safar: “Frente al Dilema de las Nuevas Tecnologías”.
- María Isabel Neüman: “Tecnología de la Información. Area Impresa”, “Impacto de las Nuevas Tecnologías en la Prensa Nacional”, “Notas de Tecnología e Información” y “Generación de Capacidad Tecnológica en la Industria Informativa”.
- Migdalia Pineda: “Nuevas Tecnologías de la Información y Políticas Nacionales de Comunicación: Primeros Pasos en Europa. Algunas Reflexiones para América Latina”, “Sociedad de la Información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos”.

Trabajos sobre Comunicación Alternativa:

- José Ignacio Rey: “Subversivos o Integrados: Lo Alternativo en Perspectiva Latinoamericana”.
- Tulio Hernández: “10 Años de Alternativa en Comunicación”.

Trabajos sobre los Medios de Comunicación e Ideología:

- Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal: “La Ideología como Mensaje y Masaje”.
- Manuel Bermúdez: “La Ficción Narrativa en Radio y Televisión”.
- Marcelino Bisbal: “La Industria de la Comunicación”.
- Trabajos sobre Medios de Comunicación e Información:
- Eleazar Díaz Rangel: “La Información Internacional en Venezuela: 1908-1985”; “La Información Internacional en América Latina”, “Cuarenta Años de Comunicación Social en Venezuela 1946-1986”.
- Migdalia Pineda : “América Latina en la Sociedad Informatizada”.
- Trabajos sobre Mediaciones Culturales:
- Marcelino Bisbal : “De las Mediaciones Mass Mediáticas a la Cultura Popular. Acotaciones de la Discrepancia”, “Comunicación y Cultura para Pensar lo Mass Mediático”.
- Tulio Hernández : “Usos Teóricos y Usos Comunes : lo Popular y la Investigación de la Comunicación”.
- Alfredo Chacón : “Tesis para la Delimitación del Campo Cultural Popular”, “De la Cultura en Venezuela”.

Trabajos sobre la Sociología de las profesiones:

- Gloria Cuenca de Herrera : La Formación de los Recursos Humanos en Comunicación Social”.
- Jesús María Aguirre: El Perfil Ocupacional de los Periodistas de Caracas”.
- Elda Morales y Luz Neira Parra : “Estudio Diagnóstico de la Situación
- Ocupacional del Egresado en Comunicación Social de LUZ”.

Otros temas:

- -Cultura e historia del periodismo, entre los cuales destacan los realizados por profesores de la FEC de LUZ como Alicia Pineda, Gledis Sánchez, Doris Pachano, Sara Labarca, etc.
- Elizabeth Safar y Antonio Pasquali: “La Comunicación Social: Memorias de un País en Subasta”. 1992.
- Centros de Investigación y Publicaciones Periódicas

Décadas 60 y 70

Antes de comenzar la descripción de los Centros de Investigación existentes en Venezuela para las décadas 60 y 70 es importante destacar que antes de esas fechas se creó el Instituto de Investigaciones de Prensa, (IIP). Este instituto nació en 1958, adscrito a la entonces Escuela de Periodismo de la U.C.V., bajo la dirección de Ramón J. Velázquez, pasando luego a ser dirigido por Raúl Agudo Freites.

El IIP publicó en 1958 el trabajo "Qué Publicó la Prensa Venezolana bajo la Dictadura de Pérez Jiménez", estudio que contenía un breve análisis del comportamiento de la prensa en el período de gobierno del mencionado General. También se publica la obra de Ana Luisa Llovera "La Prensa de Acción Democrática en el Destierro". Para 1959, se lleva a cabo la publicación de la colección "Cuadernos de Periodismo", la cual inaugura las publicaciones periódicas relativas a la carrera periodística de aquella época, publicando obras como "El Tabloide" de Héctor Mujica, "Bello Periodista" de Federico Álvarez.

Entre 1961 y 1963 salen a la luz pública los trabajos de Jesús Rosas Marcano "La Prensa Nacional y las Elecciones Generales de 1958"; "El Times de Londres y la Expedición de Miranda a Venezuela" y "La Independencia de Venezuela y la Prensa de París". También en 1963 se publica "Imagen Literaria del Periodismo" de Humberto Cuenca.

En el transcurso de estas décadas y como ya hemos podido constatar en páginas anteriores de este trabajo, se manifiesta en Venezuela un importante auge de los estudios e investigaciones sobre el tema de la comunicación, los cuales fueron emprendidos no sólo por investigadores individuales, sino también por algunos grupos interdisciplinarios, quienes llegan a conformar algunos centros de investigación y cuya labor fue bastante fructífera en esas décadas.

El ININCO

Nace en Caracas en el año 1974 bajo la dirección de Antonio Pasquali como un centro dependiente de la Universidad Central de Venezuela. En lo que a líneas investigativas concierne este instituto abunda en el tópico de las Políticas de Comunicación y otros temas de relevancia a nivel nacional e internacional.

Entre los objetivos fundamentales de su creación estuvieron los siguientes:

.- La creación de vinculaciones entre la investigación en comunicación y la toma de decisiones políticas tanto en el plano nacional como latinoamericano.

.- Contribuir al establecimiento de principios que permitiesen diagnosticar y pronosticar, ya fuese en forma global o específica los aspectos esenciales de la comunicación social a los fines de poder formular, aplicar, evaluar y corregir los procesos de toma de decisiones políticas.

.- Cooperar en la formulación de políticas y planes, así como asesorar en lo relacionado con los instrumentos científicos esenciales para tal formulación y ejecución de las decisiones para su evaluación y corrección a los países latinoamericanos, como una forma de contribución al diseño de una comunicación democrática en el verdadero sentido de la participación social.

.- Intentar promover, a través de dichas asesorías y relaciones, la creación de equipos permanentes de investigación en los países de la región, así como favorecer la continuidad de esfuerzos hacia un nuevo orden comunicacional integrado a su vez a un nuevo orden social y democrático en América Latina.

.- Recoger los resultados de las investigaciones y trabajos realizados, mejorar la percepción científica de la realidad nacional y regional, así como contribuir a una eficaz diseminación y difusión del conocimiento científico en ese estadio, especialmente en ámbitos universitarios, pero también a nivel de la colectividad.

Bajo la premisa de la problemática comunicacional como política se desarrollaron estudios sobre Legislación de la Comunicación en Venezuela, El Sistema de Radiodifusión Venezolano, Estudios de factibilidad para el establecimiento de un Sistema de Radiodifusión para la Ciudad Guayana, Estudio de Imagen del Instituto Nacional de la Vivienda (INAVI), El Proyecto Familia.

El ININCO participó como asesor en la preparación de muchos eventos nacionales e internacionales, entre otros se citan: La Conferencia Intergubernamental para Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe en 1976 en la ciudad de Costa Rica; la Reunión de

Expertos en Comunicación (Panamá, 1978), en cuyo seno se evaluó la aplicación de las resoluciones tomadas en Costa Rica, así como la posibilidad de crear la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), y en 1980 organizó el congreso de la AIERI en Caracas.

También participó en los estudios de factibilidad para la creación de la Agencia Latinoamericana de Noticias (ALASEI) y colaboró en la realización de estudios, diagnósticos y formulación de Políticas en Comunicación e Información en países como Nicaragua y Honduras.

Su órgano de divulgación, los Cuadernos del ININCO, sirvió para difundir variedad de temas vinculados al fenómeno de la comunicación. Entre los primeros volúmenes encontramos los siguientes tópicos:

- "Actas del III Encuentro de Investigadores de la Comunicación".
- "Información es Poder".
-"El Nuevo Orden Informativo Mundial. Informe para el Comité de Relaciones Exteriores del Senado de los Estados Unidos de América".
- "El Futuro de las Telecomunicaciones. Informe para la Preparación de la Conferencia Administrativa Mundial de Radio 1979".

El Centro Jesús María Pellín

Este centro nace en Caracas en 1975 y su boletín exponía lo siguiente:

> "(...)como medio de expresión a las inquietudes que el moderno proceso de la comunicación suscita en los profesionales de la misma por iniciativa de un grupo de comunicadores venezolanos preocupados por el deterioro progresivo de una genuina comunicación social en nuestro país y conscientes de las implicaciones negativas que ese deterioro tiene para el desarrollo político e integral del hombre y del pueblo venezolano".

En dicho centro funciona el Departamento de Investigación asociado a la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, su órgano divulgativo, la Revista COMUNICACIÓN es ampliamente conocida en América Latina y en los países europeos de habla hispana y representó y aún representa el órgano de expresión más importante en materia de publicaciones sobre comunicación social en nuestro país.

Décadas 80 y 90

El ININCO

Como resultado de los conflictos evidenciados en relación con los problemas de financiamiento interno así como con la disgregación de algunos de sus fundadores, dicho instituto refleja una baja considerable en su producción, hecho que se manifiesta en la disminución de la cantidad y calidad de sus publicaciones.

Los "Cuadernos del ININCO" manifestaron en sus páginas una evidente reducción de tópicos y volumen de los mismos en cuanto a la problemática comunicacional reinante para el momento.

Entre sus artículos, los de mayor envergadura fueron los escritos por Oswaldo Capriles:

- "¿Política de Comunicación o Comunicación Alternativa?".
- "De las Políticas Nacionales de Comunicación al Nuevo Orden Internacional de la Información. Algunas Lecciones para la Investigación".
- "Por una Cultura Alternativa".
- "Influencia de las Películas Extranjeras en Venezuela".

El Centro Jesús María Pellín

Este centro, sin embargo y a pesar de todas las vicisitudes de las décadas, inyecta nuevos ímpetus a sus miembros, algunos de los cuales figuran como pioneros de la Comunicación Alternativa y enfrentan los nuevos retos de la comunicación en estos tiempos de crisis y revoluciones paradigmáticas en la comunicación colectiva.

Apuntes y Cuadernos de la U.C.V.

Ambas publicaciones surgen en la década de los 80 como producto del esfuerzo realizado por la Escuela de Comunicación Social de la UCV, con el fin de publicar los trabajos más destacados de su planta de profesores en el área de la comunicación. Publicaron artículos y ensayos sobre tópicos comunicacionales y educacionales.

Grupos y Asociaciones

El Colegio Nacional de Periodistas, Seccional Distrito Federal (CNP-DF)

Inicia en 1979 la publicación de folletos sobre materia comunicacional con el propósito de contribuir a la formación de sus agremiados y de los estudiantes de Comunicación Social, así como también de la revista "El Periodista".

Su publicación Cuadernos de Periodismo incluyó tópicos como:

- "Los Periodistas Latinoamericanos y el Nuevo Orden Informativo Internacional".
- "La Industria de la Comunicación, una Maquinaria en Movimiento".
- "El Informe Mc Bride 1".
- "La Información en 1985. Un Estudio Provisional de las Necesidades y de los Recursos".
- "El Informe Mc Bride 2".
- "Periodismo, Comunicación y Nuevas Tecnologías".

El Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONVEIC)

CONVEIC nace en nuestro país en 1995 como una extensión regional de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, (FELAFACS), y a él se adscriben como miembros naturales las dos Escuelas de Comunicación Social de las Universidades Nacionales, UCV y LUZ, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, el programa de Comunicación Social de la Universidad de los Andes en el Táchira, el programa de Comunicación Social de la Universidad Católica Cecilio Acosta y el Instituto de Mejoramiento Profesional del Periodista. Su primer presidente fue Eleazar Díaz Rangel y logró reunir a todas las escuelas de comunicación que funcionaban para el momento así como a otros institutos que incidían en la formación del comunicador social en el país.

Se organizaron múltiples eventos y el resultado de ellos fue recogido en publicaciones puntuales. CONVEIC actualmente está en una crisis institucional, al no ser resuelta su situación de legitimidad por cuanto debe rotarse la presidencia entre las direcciones de las diferentes escuelas de

comunicación que están allí desde su fundación. Este procedimiento lamentablemente no se ejecuta desde hace varios años, lo que ha impedido al CONVEIC seguir funcionando.

El Departamento de Ciencias Humanas de la Facultad Experimental de Ciencias (FEC)

En la Facultad Experimental de Ciencias de LUZ nace el Departamento de Ciencias Humanas de la misma, el cual congrega una variada gama de profesionales en diferentes disciplinas.

Dicho Departamento, a través de sus unidades académicas, ha adelantado un considerable volumen de trabajos, entre los cuales existe una cantidad bastante representativa de estudios vinculados al sector de la comunicación social, elaborados por lingüistas, licenciados en Filosofía y Letras, pedagogos y licenciados en Periodismo y Comunicación Social. La producción del Departamento ha sido a lo largo de todos sus años de trayectoria bastante significativa a pesar de las limitaciones que ha debido superar en lo que respecta a recursos financieros.

Buena parte de los trabajos realizados tanto en el mencionado Departamento como en otros de la FEC han sido reseñados y publicados a través de la Revista Opción, órgano divulgativo de dicha Facultad con amplia cobertura regional y nacional. De este Departamento surge la línea de investigación de Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura liderada por Lourdes Molero, Julián Cabezas y José Enrique Finol, entre otros, que luego pasa a conformar una de las líneas de investigación del programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación y del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información.

La actividad investigativa en la Escuela de Comunicación Social de LUZ. Su Departamento de Investigación de la Comunicación

En 1970 se crea en la entonces Escuela de Periodismo de LUZ el Departamento de Investigación de la Comunicación; después de su creación, la Jefatura del mismo es encargada a la profesora Colomina. A dicho Departamento se adscribieron las materias del eje teórico-metodológico del pensum vigente para entonces.

En 1970 la Escuela de Periodismo se transforma en Escuela de Comunicación Social con cuatro menciones o especialidades: Periodismo Audiovisual, Periodismo Impreso, Publicidad y Relaciones Públicas e Investigación de la Comunicación, esta última no se crea hasta 1975.

El Departamento de investigación surge como una unidad docente cuyo principal fin fue el de la administración de las cátedras adscritas al eje teórico-metodológico del pensum de la Escuela. Entre dichas cátedras se encontraban las de Psicología de la Comunicación, Opinión Pública, Teoría y Sociología de la Comunicación, Estadística, etc.

Para el momento de la creación de la Mención de Investigación de la Comunicación Social en LUZ, en la Escuela de Comunicación Social de la U.C.V. existía una similar bajo el nombre de Comunicología.

La mención de Investigación de LUZ se mantuvo por 10 años y en ella se formaron unos 30 licenciados en Investigación de la Comunicación Social, de los cuales un 70% de ellos se encuentran dedicados al área de la docencia y la investigación en nuestra universidad.

El Departamento realizó una loable labor en cuanto a la integración del grupo de investigadores de la comunicación en Venezuela se refiere, mediante la organización de cuatro de los cinco Encuentros que se realizaron entre 1971 y 1981 y tiene en su haber una importante producción y una activa participación entre el grupo de investigadores venezolanos.

En el primero de esos Encuentros, cuya sede fue en Maracaibo en 1971, se planteó la necesidad de difundir los resultados de las investigaciones y establecer prioridades de investigación. Los ponentes informaron sobre los diversos estudios que se llevaban a cabo en las instituciones a las cuales pertenecían. Estaban básicamente representadas la U.C.V. y LUZ. En 1975 se reúnen nuevamente en Maracaibo, consolidándose el grupo con aportes desde diversas perspectivas. A estas alturas ya se encontraba lista la formación de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, (AVIC), la cual se instala definitivamente en 1976 durante el III Encuentro organizado por el ININCO en Caracas.

La AVIC, como consecuencia lógica de su fundación, se adscribe posteriormente a la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación AIERI, IAMCR en el plano internacional, y a cuyos congresos y eventos mundiales asistieron algunos de nuestros más destacados investigadores en diferentes oportunidades.

De esta época son los trabajos de Xiomira Villasmil sobre Difusión Masiva y Hegemonía Ideológica y el de Migdalia Pineda: "Modelos de Difusión y sus Alternativas". En este último se abordan los modelos teóricos clásicos para proponer un nuevo modelo alternativo.

Diez años después, en 1991, se realiza en Maracaibo el V Encuentro de Investigadores de la Comunicación, auspiciado por la Escuela de Comunicación Social, conjuntamente con la Facultad Experimental de Ciencias en LUZ.

Lamentablemente en esa oportunidad la asistencia de investigadores activos fue poco representativa y sus conclusiones adolecieron de las mismas características, hecho éste que nos da una idea de la desarticulación y desvinculación existente en el área comunicacional desde mediados de los 80.

Las razones ya las hemos descrito: carencia de centros y grupos que organicen y recluten investigadores, desincorporación por parte de algunos de nuestros más renombrados investigadores, algunos de los cuales se dedicaron a la producción individual y aislada en la disciplina u otra ramas, y otros integrados al mercado productivo nacional en diferentes sectores como mercadotecnia, publicidad, asesoramiento a organismos estatales.

A finales de la década de los 90 surgen las primeras líneas de investigación como la de tecnologías de la información y comunicación impulsada por María Isabel Neüman, la de formación del comunicador social, encabezada por Elda Morales y Luz Neira Parra y la de gerencia de las comunicaciones, liderada por Luis Rodolfo Rojas.

Finalmente en 1994, impulsados desde este Departamento, se crea el programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación y en 1997 el Centro de Investigación de la Comunicación y la

Información de la Universidad del Zulia, los cuales inauguran una nueva etapa para la investigación de la comunicación desde esta casa de estudios.

Conclusiones

El fenómeno de la comunicación social en el siglo XX estuvo vinculado a las necesidades expansivas del sistema económico imperante, el cual intentaba proyectar su hegemonía hacia los países periféricos. En América Latina, por ser una región periférica y no desarrollada, la investigación nació y se desarrolló bajo la influencia de los polos hegemónicos de Europa y Estados Unidos, gracias al desarrollo alcanzado por las ciencias sociales, cuyos logros fueron puestos al servicio de los intereses económicos para obtener beneficios de carácter político, valiéndose para ello de los medios de comunicación.

La UNESCO jugó un papel determinante en el surgimiento de la investigación comunicacional en los países latinoamericanos mediante la creación de la CIESPAL en 1959, la cual ha sido impulsora incansable de la tarea investigativa y bajo cuya sombra han nacido múltiples asociaciones y centros dedicados al fomento de la investigación en materia comunicacional y auspiciando cursos de adiestramiento y perfeccionamiento profesional.

El modelo de Difusión de Innovaciones y el funcionalista Lasswelliano, utilizados al inicio de los estudios en comunicación, demostraron ser insuficientes y poco reveladores de nuestra realidad latinoamericana, ya que algunos de los índices cuantitativos de desarrollo utilizados fueron superados por los países latinoamericanos, sin que éstos se constituyeran en promotores de un verdadero desarrollo social y económico de la región.

El agotamiento de las posibilidades dinámicas del proceso industrial, el fracaso de las políticas de cambio y la crisis social imperante en algunos países condujo a otra crisis en el ámbito teórico, y como respuesta a ella apareció la teoría crítica latinoamericana como una denuncia de la dependencia cultural y un desafío a las estructuras de dominación.

No obstante que la corriente crítica constituyó una especie de línea de fuego contra los enfoques mecanicistas y la industria cultural, el rompimiento con el modelo funcionalista fue más teórico que práctico, más afectivo que efectivo, al modo de ver de algunos autores como Martín Barbero, ya que sus estudios dejaron traslucir la aplicación de las mismas metodologías que se cuestionaron.

Se produce en consecuencia una investigación aislada, discontinua y fraccionada que se convirtió en un factor aislante por la carencia de una interdisciplinaridad, lo cual condujo a la fragmentación del objeto de estudio y a un aislamiento o negación de apertura hacia otros enfoques menos cerrados que coadyuvaran a la lucha contra la dependencia cultural manifiesta o latente en los medios de comunicación y sus contenidos.

La década de los 90 se caracteriza por experimentar no sólo una tendencia a la Comunicación Alternativa y a las nuevas tecnologías, sino también por la tensión que se evidencia entre la generación de conocimientos sobre comunicación y la transformación social de los sistemas comunicacionales vinculados con el impulso de la democracia.

En la década de los 90 se observa un volver al tópico de la definición de políticas nacionales de comunicación, reconsideración que adquiere sentido en virtud de la invasión de las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación e información, razón por la cual la temática experimenta una marcada tendencia hacia dichos tópicos en los cuales se concentra el mayor volumen de la producción investigativa en estos años.

Algunos organismos como la FELAFACS han continuado en su labor integradora y motivadora mediante la realización de eventos en diferentes países, mas los resultados particulares no se han compaginado totalmente con los objetivos globales. A pesar de todo, por lo menos ha logrado mantener una línea de comunicación constante, permitiéndonos el intercambio de ideas relacionadas con la problemática de la investigación en las Escuelas y Facultades de Comunicación de la región latinoamericana.

El final de siglo nos encontró enfrentando una especie de retorno a la duda metódica y al escepticismo dogmático. En tal sentido, algunos especialistas de LUZ, entre los cuales citamos a las profesoras Migdalia Pineda, Elda Morales y América Rincón, señalaron que debe hacerse una reconstrucción "... de la matriz epistemológica que permita definir el fenómeno comunicativo como objeto de estudio e investigación científica. Esto nos obliga a plantearnos el lugar que debe ocupar la definición del fenómeno una 'determinada teoría del ser y la realidad'... desmitificar el principio empirista de la preminencia del objeto real sobre la forma de pensar del sujeto que conoce".

Para finalizar, es pertinente destacar que es urgente profundizar sobre la epistemología de la comunicación y evaluar concienzudamente lo que ha sido la producción investigativa anterior, para solventar los antiguos y comunes errores. Apenas estamos iniciando esta ardua tarea, no solo en Venezuela, sino en toda América Latina, lo cual nos permitirá juzgar la jerarquía, consistencia y calidad de los proyectos y en consecuencia concentrar los recursos necesarios para el logro de tales fines, de tal forma que en un futuro no muy lejano se le adjudique a las controversiales ciencias de la comunicación la legitimidad que se merecen.

Investigaciones base para este ensayo que pueden encontrarse en el Centro de Investigación de la Comunicación y la Información- Universidad del Zulia

1. Chacín de Jimeno, Yaleida: (1993) "La investigación de la comunicación social en América Latina (Desde sus inicios hasta 1993)" Trabajo para ascender al escalafón de Titular. Facultad de Ciencias- Universidad del Zulia, 174 págs.

2. Neüman, María I.: 1987 "La Investigación de la Comunicación Social en Venezuela". Trabajo inédito de la Maestría en Planificación y Gerencia de Ciencia y Tecnología de la FEC. Maracaibo.

3. Nones, Nelly; Chacín Yaleida y Neuman, María I. "La Investigación de la Comunicación Social en Venezuela". 1977. Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Licenciadas en Comunicación Social. Maracaibo, Universidad del Zulia. Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. 236 págs.

Notas

1 Sin que deba tomarse este inventario como completo sino sólo como una muestra de lo producido y hecho público en la década.

Referencias bibliográficas

Aguirre, Jesús María y Otros: (1991) "Investigación Comunicacional en Venezuela - Diagnóstico y Prioridades-" Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa. Caracas, Centro Gumilla. No. 76. Cuarto Trimestre.

Bisbal, Marcelino y Otros: (1991) "Investigación Comunicacional en Venezuela - Diagnóstico y Prioridades-". Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa. Caracas, Centro Gumilla. No. 76. Cuarto Trimestre.

Fuentes, Navarro: (1991) "El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina". Ponencia en el Seminario Internacional Comunicación y Ciencias Sociales en América Latina, X Aniversario de FELAFACS, Bogotá, octubre de 1991.

Illich, Iván (1990): El Género Vernáculo. Mortiz/Planeta, México.

Martín Barbero, Jesús: (1987) "Retos a la Investigación de Comunicación en América Latina". Revista Comunicación y Cultura. La comunicación masiva en el proceso político latinoamericano. México. Universidad Autónoma de México. Ediciones Ulmni-Say.

Nicodemo, Pasquale y Otros: (1991) "Investigación Comunicacional en Venezuela -Diagnóstico y Prioridades-". Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa. Caracas. Centro Gumilla. No. 76, Cuarto Trimestre.

Rey, José Ignacio y Otros: (1991) "Investigación Comunicacional en Venezuela -Diagnósticos y Prioridades". Revista Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación. Perspectiva crítica y alternativa. Caracas. Centro Gumilla.Cuarto Trimestre.

Luis Britto García Venezuela: investigación de unos medios por encima de toda sospecha

Fondo Editorial QUESTION, Caracas.(2003)

El libro de Luis Britto García (Venezuela: investigación de unos medios por encima de toda sospecha) nos brinda la posibilidad de atender de manera aguda los sucesos del 11, 12 y 13 de abril de 2002 en Venezuela; momento puntual en el cual muchos paradigmas se rompieron a través de la irracionalidad y otros se erigieron en medio de la crispación política vivida. El autor nos saca del desfiladero de la desinformación y nos sitúa de forma oportuna en la razón, orientada en este caso, a cultivar la suspicacia en la población por los mensajes emitidos desde los mass media venezolanos. Haciendo síntesis de lo ocurrido en esos días, Luis Britto ofrenda a través de este libro la mirada acuciosa de un intelectual que discierne sobre los pormenores del golpe de Estado de 2002, el cual concretó el primer acontecimiento conspicuo de la historia de la República Bolivariana de Venezuela en este incipiente siglo que aún da sus primeros pasos.

Nuestro país se debate entre la construcción de un nuevo concepto de democracia y los anquilosados esquemas políticos que concluyeron en un bipartidismo obtuso carente de vocación social y sumidos en la lógica de la democracia representativa. En toda esta coyuntura histórica nacional los medios de difusión masiva privados, mal llamados medios de comunicación social, han decidido delatar sus intenciones por alcanzar el poder, haciendo uso de la manipulación y establecimiento de símbolos para el fundamento de alegatos que justifiquen su acción ante los ojos de los venezolanos. Este planteamiento pernicioso para la estabilidad social tomó impulso durante el golpe de Estado de 2002, en ciertos sectores de la clase media y altas esferas del país transformados en un tipo de

“ciudadano mediático” que asumen determinada versión de la realidad de los hechos, obviando el sentido propio que éstas tienen, internalizando como verdadero el discurso que viene de la televisión, la radio y la prensa, los cuales están agrupados en monopolios económicos del país y fuera de él.

No nos sorprende la actitud desafiante con la que Luis Britto García analiza este singular episodio de nuestra historia contemporánea, con rigor metodológico, aguda perspicacia y compromiso ético con la verdad de los hechos. Este libro desmonta el discurso de los medios de difusión masiva nacionales y a la vez cuestiona la posición viciada de los tribunales venezolanos, los cuales dejaron en libertad en menos de 24 horas a los francotiradores que en el mes de abril segaron la vida de unos venezolanos.

Britto García en sus cortas y contundentes líneas deja cierto malestar porque delata que durante mucho tiempo estuvimos sumidos bajo la simulación de unas instituciones, partidos políticos y medios que –durante mucho tiempo- fueron referentes para la sociedad venezolana, defensores de la libertad de expresión que hoy ellos mismos han secuestrado, privando del derecho a la información a la mayoría de la población, como se evidenció el 13 de abril de 2002. En ese corto y significativo período de abril, fuimos testigos de un sistema que legitimó comunicacionalmente un golpe de Estado. Fracasado el golpe los medios insistieron en esa falsedad para ex–culpar a los golpistas, es por ello que los factores de la oposición apelaron -como muy bien lo señala Luis Britto en su obra- a la creación de “Medios que actúan como partidos políticos, como tribunales, como jueces y partes, como legisladores, que validan o invalidan constituciones o leyes”.

El autor nos introduce en el relato paso a paso hasta quedar frente a esta parte de la realidad de los hechos de abril que siempre repercutirán en nuestros oídos como el tipo de suceso que recae en uno para no irse jamás. Desde ese momento todo cambió y así lo

explica este libro. Luis Britto García hace lo suyo, lo que le corresponde como intelectual, describe el absoluto de los acontecimientos para hacerlos inteligibles, corresponde revisarlos con atención para poder cultivar en nosotros y por nosotros el juicio indispensable en estos tiempos. Este libro no sólo desenmascara a unos medios de difusión masiva venezolanos transformados en plataformas políticas de desestabilización social, también propone una manera de relatar, hilvanar los hechos de un momento específico con la sencillez necesaria para hacerlo digerible a todos; no es un panfleto, que no se malinterprete y compare este trabajo con el "análisis" soez de quienes utilizan la palabra para distraer a la población desde las páginas de algunos periódicos.

Mariano Alfonso Alí
Periodista