

PARTE III
La investigación de la Comunicación

CAPÍTULO 7

Los Estudios en Comunicación⁹

Carlos Arcila Calderón

7.1 LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Tal como en otras disciplinas, los estudios en comunicación requieren de una constante revisión para su actualización, especialmente cuando los roles, funciones y procesos de interacción comienzan a modificarse debido al surgimiento de modernas plataformas comunicacionales y de nuevos planteamientos conceptuales en torno al intercambio de información. Sin embargo, al momento de ingresar en el terreno de la investigación de los fenómenos comunicativos, los elementos epistemológicos y metodológicos no establecen una respuesta única a las necesidades de los planteamientos emergentes.

La investigación en las ciencias humanas y sociales ha sido siempre un punto de constante debate. La experiencia básica, como dice Gastón Bachelard (2000), es el primer obstáculo del conocimiento científico, pero este hecho, más que una limitación para acercarnos a los fenómenos, debe ser un acicate para proseguir la búsqueda continuada de paradigmas, métodos y técnicas que sean capaces de aproximarse de forma científica a una parte de la realidad. Dentro de nuestro espectro de observación-descripción-análisis nos encontramos con fenómenos que tienen distintos grados de complejidad, desde unos que se pueden explicar

⁹ El presente capítulo está basado en la ponencia “Investigar en el entorno digital: Elaboración de un instrumento tecnológico para el análisis de las interacciones en las redes”, presentada por el autor durante el IX Congreso Ibercom (Arcila, 2006b) y en la ampliación del artículo “La identidad como mediadora de la comunicación”, previamente publicado en la revista *Telos* (Arcila, 2008b)

con leyes relativamente simples, hasta otros que requieren de un enorme esfuerzo multi-inter-tras-disciplinario para acercarnos a ellos.

Cuando un investigador encuentra una teoría o una metodología “adecuada” en un determinado terreno no ha llegado al final de su trabajo, ni mucho menos podemos pretender que el resto de investigadores adopten cualesquiera de estos paradigmas. Es decir, lo que queremos aclarar es que la búsqueda teórica-metodológica sobre la comunicación no puede ni debe terminar nunca. Nuestro objeto de estudio es requeridor de muy diversos tipos de estrategias investigativas y recae precisamente en nuestras manos la tarea de ser constantemente innovadores en nuestros haceres y saberes sobre la práctica científica en comunicación.

En este sentido, el paradigma es sólo un conjunto de ideas sobre el modo de hacer ciencia y entender el mundo. En palabras de Thomas Kuhn son “relaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (1971: 13). Las ideas que conforman un paradigma son concurrentes, dependientes entre sí y muchas veces hasta contradictorias; pero son formas de abstracción que proporcionan un marco de prácticas articuladas para el quehacer científico.

Para dibujar los fenómenos, los seres humanos (individuos cognoscentes/cognoscibles) nos hemos dotado de herramientas, o mejor dicho de instrumentos, para “tornar geométrica la representación” (Bachelard, 2000) y así acercarnos a la comprensión del mundo que nos amenaza con tantas incertidumbres. Es precisamente en estos acercamientos donde la razón humana se ha conseguido con impedimentos y limitaciones que no le dejan observar más allá de las sombras de estos mismos fenómenos: sujeto y objeto se han buscado entre sí a través de mitos, de leyes y hasta desde el mismo caos, tratando de superar cualquier limitación en su camino. Un intento que se hizo cada vez más difícil, en la medida en que descubría la complejidad en sus objetos de estudio.

Según Jensen y Jankowsky (1993), la investigación sobre la comunicación de masas ha seguido los ciclos del desarrollo metodológico predominante en las ciencias sociales. Desde que se constituye como ciencia, la comunicación ha adoptado desde los métodos más cuantitativos hasta los meramente cualitativos. Ha ido de lo macro a lo micro. Pero gran parte de este trabajo “procede de investigadores académicos que se han visto influenciados por las convulsiones metodológicas en las humanidades y en las ciencias sociales” (1993: 83).

Las respuestas teóricas han venido influenciadas por el contexto teórico en el cual se han enmarcado las investigaciones. Conductismo, funcionalismo, teoría crítica, culturalismo, estructuralismo, mediaciones, interaccionismo simbólico, constructivismo, son, entre muchos otros, esquemas teóricos que dentro del campo de la comunicación han pretendido acercarse a los fenómenos. Además, atendiendo a su enfoque, García Calera y Berganza Conde (2005) explican que la investigación en comunicación se ha desarrollado en torno a cinco áreas principales: emisores, medios, contenidos, audiencias y efectos. Para todas estas tareas, se han utilizado incluso diversos métodos o perspectivas en una misma investigación, es decir, en palabras de Campbell y Fiske (1959) se ha realizado un “operacionalismo múltiple” conocido como *triangulación*.

Como señalábamos en un trabajo anterior (Arcila, 2008a), la comunicación es un fenómeno bio -psico-social dependiente de la estructura misma del hombre. El objetivo de reducirla o simplificarla a alguno de los elementos que intervienen en el proceso es un intento fallido, como lo demuestra la historia del pensamiento en comunicación humana y social. Armand y Michèle Mattelart (2005) señalan que la noción de comunicación abarca una multitud de sentidos y que está situada en la confluencia de varias disciplinas. Sin embargo, la fragmentación en el campo de la observación científica nos ha obligado a pensarla muchas veces como parcelas únicas, aisladas y desconectadas, sin asumir la enorme cantidad de relaciones que se suceden en el seno de un proceso donde convergen el hombre, la

naturaleza, la sociedad y la cultura, es decir, sin asumir la complejidad ante la cual nos encontramos.

Gran parte de los estudios sobre comunicación se han basado en entender el proceso comunicativo desde la óptica del receptor, o mejor aún, desde la perspectiva de los usos y las apropiaciones de los sujetos al momento de recibir un mensaje por cualquiera de los medios o canales existentes. Hoy, con la rápida expansión de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (NTIC) que rápidamente penetran entre capas cada vez más extensas de la población, no podemos escapar a estas categorías de análisis en cuanto es necesario dejar claro que gran parte de la importancia de la comunicación que se da a través de los nuevos medios está determinada por el uso que -consciente o inconscientemente- hacemos de ella y de nuestros repertorios personales que finalmente adjudican sentido a cualquier intercambio de información entre los seres humanos.

La comunicación –hoy- se produce a través de plataformas donde la cantidad de relaciones posibles son tales que los componentes tienden al desorden, provocando incertidumbre y dificultado el surgimiento de reglas generales que den cuenta de sus fenómenos. Pero dentro de esta inmensa cantidad de relaciones posibles (al igual que durante el surgimiento del universo, de la tierra, del hombre y de la sociedad) se van creando formas más o menos organizadas a partir de ciertas regularidades en los fenómenos. Dicho orden tiene lugar gracias a, por un lado, la presencia de individuos cognoscentes y adaptivos, y, por otra parte, de fuerzas sociales activas y dinámicas¹⁰. El orden que se produce en ella es producto de las modificaciones introducidas por el hombre y, además, por las reglas de organización que se producen en el interior de ella (sistemas autopoieticos¹¹ o autoreferenciales¹²).

¹⁰ Sobre este tema, ver el desarrollo anterior realizado en Arcila (2008b).

¹¹ Maturana y Varela, 2003

Los componentes que intervienen en el proceso de la comunicación son elementos que actúan como *catalizadores* de la interacción social comunicativa, restringiendo y –recursivamente- potenciando nuestras capacidades expresivas y de apropiación de los contenidos. Desde esta perspectiva *mediacional* (Arcila, 2008b), es posible aproximarse al *proceso de la comunicación* desde las lógicas que nos transmiten tanto nuestras identidades, como las categorías que recogen nuestra historia de vida –individual y compartida- y nuestro lugar en el contexto social, nuestras aspiraciones y deseos, nuestra cultura, nuestra visión del mundo e incluso nuestro sentir.

Todo proceso comunicativo se da –necesariamente- dentro de un proceso de socialización: donde se cumplen esencialmente las relaciones de cooperación, solidaridad, convivencia, conflicto y competencia (Nisbet, 1959). La necesidad humana de un individuo de entrar en contacto con su alter ego no se ve sosegada en ningún entorno ni plataforma. El medio no hace la interacción, pero si sugiere rutas para la acción, por lo que ellos se convierten en espacios para el intercambio humano, para el modelamiento mutuo entre las reglas que se imponen desde lo que Anthony Giddens (1984) denomina “estructura” y la capacidad de “acción-en-el-mundo” que poseen los actores.

La mediación de toda infraestructura busca establecer pautas e itinerarios para la acción, modificando las percepciones tradicionales de espacio y tiempo, y sumergiendo al individuo en un entorno donde la rapidez de las interacciones y la posibilidad de moldear nuestras identidades convierten a la socialización en un proceso más fugaz y difuso. Las “tecnicidades”, como las llama Martín-Barbero (1998), están siendo capaces de dibujar un mapa diferente de prácticas sociales donde los actores tienen más facilidad para escoger sus *máscaras*¹³, cuyos

¹² Luhmann (1998) utiliza la idea de “sistemas autopoiéticos” para trasladarla a los sistemas sociales, llamándolos “sistemas autoreferenciales”.

¹³ Usamos la terminología de Erving Goffman (1981/2006) para referirnos a que el individuo muestra, en su vida cotidiana, una *máscara* o fachada que sirve para una “puesta en escena” en relación con una situación dada y con una personalidad que se forma a partir de pautas culturales propiamente locales y cerradas en torno sus vivencias.

marcos fijan las condiciones previas de interacción y tienden a contribuir a la construcción constante de su identidad individual.

Es por esto que los lazos sociales que puede establecer un individuo, tanto en lo que respecta a las normas y regularidades que emergen en la sociedad (macrosociología) como a las capacidades del sujeto para ejecutar la interacción social (microsociología), refieren a las necesidades del ser humano de involucrarse con su entorno en términos de pertenencia, cuya base motor es la creación de relaciones para la convivencia. O, siguiendo la tesis de Humberto Maturana (1991), es la necesidad de “amar”, de instituir relaciones afectivas y emocionales, la que constituye el origen de nuestras necesidades de socialización. Lo que ha ocurrido es que en nuestro intento constante, permanente y recurrente de involucrarnos con nuestra alteridad se producen regularidades –condicionadas por nuestra posición en el grupo-, que Bourdieu (1991) llama *habitus*, y que son fundamentalmente procesos que nos facilitan nuestro “estar-en-el-mundo” en tanto economía para la interacción social.

En las sociedades contemporáneas, lo que sí es posible añadir es que la multiplicación de los canales de comunicación han contribuido a la construcción y reconstrucción de unos lazos sociales “menos rígidos”, o, usando las terminologías de Zigmund Bauman (2005) y Lotfie Zadeh (1965), respectivamente, de unos lazos más “líquidos” o “difusos”, es decir, menos duraderos en el tiempo y en el espacio. Y esto es así porque tanto la interacción que puede ejercer un individuo como las señas de su identidad están marcadas por las características de un sujeto contemporáneo acostumbrado a la superabundancia de la información, al individualismo, al caos, a la incertidumbre y al reconocimiento de las subculturas¹⁴.

¹⁴ Arcila (2006).

Paradójicamente, el incremento de interacciones sociales más efímeras y menos duraderas no impide que se concreten relaciones duraderas, es decir, la mediación que ejerce la superabundancia de información en el *Sistema Social* provee de lógicas para la socialización, pero sólo en tanto ellas son acicates y pautas para la acción social, sin que ello signifique que se puedan elaborar categorías de comportamiento *a priori*. Al respecto, es también posible señalar que las lógicas que intervienen en el *Sistema Social* no han sido sólo afectadas por el *Sistema de Comunicación*, sino que es preciso tomar en cuenta la capacidad que el sujeto contemporáneo tiene para apropiarse de su entorno, en tanto es parte de un *Sistema Ecológico*¹⁵ que hace posible que a las cosas, a los acontecimientos, a las personas y a cualquier sujeto se le atribuyan valores, símbolos y expectativas, capaces de propiciarle gratificaciones o sufrimientos.

Casi siempre enmarcadas en explicaciones sobre la sociedad, el vínculo y la acción social, las teorías que han pretendido dar cuenta de la comunicación han sido, al final de cuentas, explicaciones simplificadas y esquematizadas a partir de modelos, es decir, de “construcciones racionales, constructos, que para ser eficaces no sólo deben ser contruidos para representar isomórficamente ciertos factores abstractos de un conjunto de fenómenos empíricos, sino que además deben corresponder a una teoría vinculada a este conjunto de fenómenos” (Rodrigo Alsina, 1995: 19).

La complejidad, como paradigma para entender la comunicación, nos da la oportunidad de huir de los reduccionismos y de acercarnos a los fenómenos, de aceptar la existencia de una cantidad de regularidades y organizaciones dentro de un mismo hecho observado (Arcila, 2008a). Al incorporar los planteamientos de Morín, es posible romper con las fórmulas tradicionales “ilustradas” que nos obligan a ver el mundo a partir de la lógica aristotélica, para encontrarnos ante

¹⁵Nos referimos al modelo de la “Mediación Dialéctica de la Comunicación Social” (MDCS), el cual formula un sistema conceptual especializado en la descripción, explicación y predicción de los cambios históricos que experimentan o pueden experimentar los sistemas de comunicación propios de nuestras sociedades. (Martín Serrano, 1982); (Piñuel Raigada y Gaitán Moya, 1999).

fenómenos que pueden ser descritos sobre la base de los tres principios de la complejidad: dialógico, recursividad organizacional y hologramático (Morín, 1994).

Las teorías son, en general, un sistema abstracto e hipotético-deductivo que constituye una explicación o descripción científica a un conjunto relacionado de observaciones o experimentos. De acuerdo con Stephen Hawking (1988), en *Una Breve Historia del Tiempo*, toda teoría debe describir con precisión una extensa clase de observaciones sobre la base de un modelo que contenga sólo unos cuantos “elementos arbitrarios”, y debe realizar predicciones concretas acerca de los resultados de futuras observaciones.

7.2 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arcila Calderón, C. (2008a). Comunicación Digital. En Arcila (Coord.), *Comunicación digital y ciberperiodismo - Nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales* (pp. 12-26). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Arcila Calderón, C. (2008b). La identidad como mediadora de la comunicación en los entornos virtuales. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación* (77), 125-132.
- Arcila Calderón, C. (2006a). El ciudadano digital. *Chasqui. Revista latinoamericana de Comunicación* (93).
- Arcila Calderón, C. (2006b). Investigar en el entorno digital: Elaboración de un instrumento tecnológico para el análisis de las interacciones en las redes. Ponencia presentada en *IX Congreso Ibercom "El espacio iberoamericano de la comunicación en la era digital"*. Universidad de Sevilla, 15 al 18 de noviembre de 2006.
- Bachelard, G. (2000). *La formación del espíritu científico*. México D.F.: Siglo Veintiuno Editores.
- Bauman, Z.(2005): *Amor líquido*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Bourdieu, Pierre (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

- Campbell, D. T. y Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin* (56), 81-105.
- García Calera, M. y Berganza Conde, M. (2005). “El método científico aplicado a la investigación en comunicación mediática”, en Berganza Conde, M. y Ruiz San Román, J. (coord.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Giddens, A. (1984): *The constitution of society: outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, E. (1981/2006). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. (6ª Reimpresión). Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hawking, S. (1988). *Breve historia del tiempo*. Barcelona: Crítica.
- Jensen, K. B. y Jankowski, N. W. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Kuhn, T. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Luhmann, N. (1998). *Teoría de la sociedad*. México: Triana.
- Martín-Barbero, M. (1998) [1987]. *De los medios a las mediaciones*. México D.F.: Editorial Gustavo Gili.
- Martín Serrano, M. et al (1982). *Teoría de la comunicación. I Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Editor A. Corazón
- Matterlart A. y Mattelart M. (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Ediciones Pailón Ibérica.
- Maturana, H. (1996): *El sentido de lo humano*. Santiago de Chile: Dolmen/Granica.

- Maturana, H. y Varela, F. (2003). *De máquinas y seres vivos. Autopoiesis: la organización de lo vivo*. Buenos Aires: Grupo Editorial Lumen.
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Nisbet, R. (1979). "El problema del cambio social". En Nisbet *et al.*, *Cambio social* (Pág. 12-51). Madrid: Alianza Universidad.
- Piñuel, J.L. y Gaitán, J. A. (1999). *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Rodrigo Alsina, M. (1995). *Modelos de la comunicación*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Zadeh, L. (1965): "Fuzzy sets" en *Information and Control*, 8 (3)

CAPÍTULO 8

Una mirada a la investigación en comunicación en Venezuela.

-seguimos apostando por la construcción de un campo académico-¹⁶

Marcelino Bisbal

8.1 DESDE EL CAMPO EDUCATIVO DE LA COMUNICACIÓN A LA ESTRUCTURACION CIENTIFICA DE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACIÓN

Hablar de la investigación de la comunicación, implica necesariamente hacer un repaso de cómo se fue estructurando el campo académico de la comunicación. Esta afirmación se fundamenta no sólo en razones teóricas, sino de orden práctico. Desde los comienzos, es decir desde el surgimiento de las primeras escuelas de comunicación social se estableció una relación de mutua determinación entre el estudio de la comunicación y su enseñanza y la necesidad de investigar los fenómenos de la comunicación social y su producto, la cultura de masas.

Podemos decir que los estudios de comunicación social en nuestra región son relativamente jóvenes si los comparamos con otras áreas del saber. Nuestros estudios de comunicación han tenido que vencer muchos obstáculos para llegar a convertirse en un *campo académico* con todo el rigor que exige la universidad. Estos estudios son herederos de un ejercicio-práctica laboral que tenía, y tiene todavía según sea la especialización-práctica, que ver con el hecho de obtener información y procesarla para un público ávido y deseoso de saber y enterarse de

¹⁶ Conferencia presentada durante el Encuentro de Grupos y Centros de Investigación de la Comunicación en Venezuela en la ULA-Táchira los días 14,15 y 16 de mayo de 2008, como parte de las actividades aniversarias del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes en San Cristóbal. Una versión previa de este texto se publicó conjuntamente con Rafael Quiñonez en la Revista No 140 de Comunicación del año 2007 (Bisbal y Quiñones, 2007).

lo que sucede en la realidad de lo social. Pero el ámbito de la información y su procesamiento-transmisión se fue complejizando no sólo desde el nivel de la obtención-procesamiento, sino desde la puesta en circulación-transmisión hasta llegar a la recepción-consumo-percepción. Es el surgimiento de lo que se ha llamado la *mediación tecnológica* que impuso rutinas como nuevas *subculturas ocupacionales* al interior del periodismo (designado así en genérico) y que nos obligó al empleo de un término que fue más abarcante como el de la *comunicación social*. Pero en ese esfuerzo de totalidad también surgieron las confusiones, las contrariedades e incluso hasta las distorsiones.

A partir del planteamiento anterior han surgido las críticas y referencias hacia el tipo de formación que se está impartiendo y por ende qué profesional está emergiendo y qué capacidad tiene para encarar la profesión y desde qué vertientes. No digamos en relación al tema, siempre complejo, de la investigación en comunicación y la destreza-formación con la que egresan los universitarios en comunicación social y la consideración de si los centros de formación universitaria en la disciplina son instancias de investigación o más bien son receptáculos de dotar de una formación más bien funcionalista, en el sentido de una capacitación eminentemente utilitarista-instrumentalista.

Las opiniones y los criterios al respecto son diversas, y hasta divergentes en ocasiones. El profesor e investigador venezolano Antonio Pasquali llegó a decir en el VII Encuentro Latinoamericano de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) que:

Considero como una segunda necesidad de mucha relevancia redefinir y actualizar el significado de “Comunicación” en el título de nuestras facultades y escuelas. Varias de ellas, permítanme decirlo con franqueza, vienen reiterando los viejos esquemas estructurales de las meritorias Escuelas de Periodismo, o no han logrado adecuarse a las nuevas demandas o carecen de infraestructura. Entiendo que muy pocas expresan a nivel curricular la polisignificación del término, en momentos históricos en que “pensar la

comunicación” en todas sus vertientes ha adquirido enorme relevancia(...) Nuestras facultades y escuelas necesitan abrirse en extensión y profundidad: por un lado acentuando su colaboración con Filosofía y demás ciencias del hombre, Economía, Educación, Ingeniería, Electrónica, Artes, Arquitectura; por el otro, ensanchando sus intereses curriculares cuando menos en áreas tales como la economía de la cultura y la comunicación, correos, telecomunicaciones (...) (Pasquali, cp. Fuentes, 1993: 86).

Esta es una perspectiva que centra la formación en el abanico de posibilidades comunicacionales e informativas que se han abierto en estos tiempos y en especial en todo lo que tiene que ver con el mundo de las telecomunicaciones dentro del espectro de las llamadas “tecnologías de la información y la comunicación” (TIC), pero eso sí, sin olvidar la óptica filosófica, antropológica y económica. Pero no es la única visión. Hay otros ejes de mirada que voltean la crítica hacia la capacidad literaria-escritural del oficiante, una mirada que resiente el hecho de que el periodismo de antes, como “noble oficio” y “ejercicio de vida”, se perdió en la selva de la comunicación social y todo el equipamiento técnico del que hoy se sirve. Desde esa óptica el mexicano Carlos Monsiváis apunta agriamente que:

Una prueba de los cambios la otorgan las escuelas y facultades de comunicación, donde ahora se aprende, sobre todo, a localizar el campo de aprendizaje. Al principio la carrera se proponía formas periodistas. Desde hace tres décadas por lo menos, al evidenciarse el poderío de los medios electrónicos (en México ahora hay cerca de trescientas escuelas o facultades de comunicación, y un número equivalente hay en toda América Latina), los planes de estudio se han trasladado de la meta de lo escrito a la atención obsesiva por las industrias culturales (...) Por eso, en la enseñanza de la comunicación pasa a tercer término, si les va bien, la información literaria y el deseo de escribir bien. Informar es ya usar a fondo la tecnología, no el idioma, y las ventajas de la inmediatez ocupan todo el espacio. Se pierde, si lo hubo,

el interés específico por la escritura. Se extravía, si lo hubo, el interés concentrado en la escritura. Se debilita la ambición de poseer un lenguaje variado y con matices (2007: 80-84).

Ante esas miradas, surgen otras que centran el problema en las nuevas formas en que hoy se produce la cultura y se consume. Hecho este que tiene que ver con las industrias culturales y los medios de comunicación masivos, y desde ahí los procesos de sociabilidad que se generan. Es toda la perspectiva que introducen más recientemente autores como Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini. Para el primero el asunto central es:

(...) la inserción de la comunicación hoy –sus tecnologías, actores y discursos– en las dinámicas de constitución de la cultura, de las culturas. Lo que equivale a darse como eje el estudio de los cambios en los modos y medios del reconocimiento social. Pues no es posible comprender la envergadura de las transformaciones operadas en la comunicación cotidiana, y el papel jugado por las tecnologías en ellas, sin abordarlas desde la reconfiguración de las relaciones entre lo público y lo privado, desde la reorganización de los espacios y las nuevas percepciones del tiempo (Martín-Barbero, 1994:122).

Pero en el escenario actual, paisaje marcado por la globalización y la mundialización de la cultura, el surgimiento de un ciudadano corporativo, de la idea del capital social, del signo de la responsabilidad social empresarial (RSE), de todo ese mundo de las publicidades integradas de mercado, de las organizaciones y sus expresiones de comunicación, de la importancia que cada vez más han tomado las identidades corporativas-institucionales, de las referencias identitarias que irrumpen desde el signo de las marcas y de todo el vasto espectro que hoy plantea la comunicación social... hacen que el tema se haya complicado y complejizado porque vemos entonces que la comunicación ya no sólo es el

periodismo, o el reportero, o el audiovisual, o las nuevas tecnologías que contribuyen al proceso de producción de la información, porque la comunicación ya no es sólo la Red, las ondas o el papel impreso. La comunicación pasa a ser el tejido constitutivo y constituyente de la vida social y todo lo que desde ahí se fragua para bien o para mal de los humanos.

Las preguntas son insalvables a estas alturas: ¿es posible darle forma desde el puente de la formación profesionalizante, a todas las demandas que la comunicación está imponiendo? ¿Es posible darle forma a las demandas de comunicación que vienen de la sociedad? Como apunta el mexicano Raúl Fuentes: “El reto es verdaderamente apabullante, pero ineludible, y supone una completa reformulación teórica y práctica de la teoría, la enseñanza, la investigación y las profesiones de la comunicación” (1993:87).

8.2 NUESTRA MIRADA A LA INVESTIGACION QUE ESTAMOS HACIENDO

En 1979 en un encuentro de investigación de la comunicación en México leíamos este texto:

Las revistas académicas y las organizaciones profesionales son los indicadores más obvios de lo que constituye el contenido y las fronteras del campo. En las reuniones y los artículos es donde se evidencian con mayor fuerza las preocupaciones sobre la unidad o la fragmentación de un campo, sus paradigmas dominantes, su estatus disciplinario y sus batallas metodológicas. ¿Por qué importa todo esto? ¿A quién le importa si aquello en lo que estamos es un campo o una disciplina o un área de investigación, o si podemos estar de acuerdo en ciertas teorías o procedimientos? Pues a nosotros nos importa porque las respuestas a estas preguntas moldean nuestro medio de vida: no sólo lo que hacemos sino cómo somos percibidos por otros (Bisbal y Quiñones, 2007).

Desde han surgido muchas interrogantes. Quizás las más pertinentes tienen que ver con estas tres cuestiones: -¿qué investigación sobre comunicación estamos haciendo?,-¿desde dónde la estamos haciendo? y -¿cómo la estamos haciendo (pregunta ésta que convoca al *método*). Quizás pudiéramos añadir, para complejizar más la cosa, el asunto de la pertinencia-relevancia del hecho investigativo y los resultados que se desprenden.

Desde América Latina y desde hace ya un buen tiempo, ha habido intentos por responder a esas preguntas. Uno de esos intentos, y que nunca fue completado, fue el trabajo titulado *Las revistas de comunicación en América Latina* del brasileño Gonzaga Motta (1989). De ese informe queremos destacar dos párrafos que funcionan como perspectiva básica para entender cómo se veía el recorrido de la investigación de la comunicación en América Latina:

El investigador de la comunicación y la cultura latinoamericanas, a diferencia de sus pares europeos o norteamericanos, trabaja a partir de una toma de posición, y su producción refleja los momentos de la coyuntura política. En ningún momento, ni siquiera en los períodos de mayor ingenuidad, este intelectual parece haber trabajado y producido sin preocuparse en responder a los requerimientos político-sociales. La preocupación principal, que parece superar a la curiosidad científica, es la necesidad de intervención en la realidad. Las excepciones parecen confirmar la regla (...)

En América Latina en el área de la comunicación y la cultura, por lo tanto, no ha tenido lugar la institucionalización weberiana de la ciencia (consagración de comportamientos de la “comunidad científica” a través de la asimilación de papeles sociales propios de la ciencia, tales como el desinterés político, la racionalidad y la neutralidad emotiva) al menos con los moldes norteamericanos. En realidad, la actividad científica en materia de comunicación durante las últimas tres décadas (tal vez con la excepción de Brasil), no se ha institucionalizado ni siquiera en cuanto a la instalación en un lugar propio y aceptado como lugar de investigación. En realidad, la producción científica más significativa de esta área se realizó, y todavía se

realiza, fuera de los mecanismos del Estado (universidades, tecnoburocracia, etc.) y la producción de revistas –sitio por excelencia donde tiene lugar el flujo de la producción intelectual- parece reflejar con precisión este hecho.

(1989:151)

Antes ya se habían escrito con el mismo sentido de preocupación algunos ensayos del también brasileño José Marques de Melo (uno en 1983 y otro en 1984). Pero será en la presentación ofrecida al *I Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación* (1992) en donde Marques de Melo, centre su reflexión y análisis sobre el tema en el sentido de afirmar tajantemente que:

Evidentemente, no todos los cientistas latino-americanos fizeram revisoes das suas posturas teóricas e metodológicas, mantendo-se fiéis aos ideais acalentados no início de carreira. São pessoas ortodoxamente vinculadas ao positivismo-comtiano, ao marxismo-leninismo, ao behaviorismo-skineriano, etc. Mas constata-se a emergencia de um contingente expresivo que logrou assimilar principios das várias correntes de idéias. São pesquisadores que, preservando a utopia e assumindo o pragmatismo, articularam uma conducta investigativa referenciada pelo contexto histórico e pelas demandas da realidade. Trata-se de uma “latino-americanacao” da pesquisa que, sem perder o rigor científico, mantém o compromisso ético de transformar a sociedade para atender ao interesse público e servir à colectividade. A applicacao de pressupostos das escolas de Chicago, París e Frankfurt vem conduzindo a um tipo de mestiçagem académica, consentânea com a própria fisonomia cultural do nosso continente. Isso tem evitado a paralisia teórica e o engessamento metodológico, a que se condicionaram, segmentos de comunidade científica de países avançados, numa atitude cómodamente contemplativa, mas seguramente auto-destrutiva (1992:pp.17-18).

Pero quien más he venido indagando sobre el tema de la investigación y la comunidad de investigadores de la comunicación ha sido el mexicano Raúl Fuentes Navarro (1993). Sus reflexiones no sólo responden al contexto mexicano, sino que se extienden hacia la región en general. Así, el autor destaca en sus innumerables trabajos de indagación investigativa acerca de la investigación comunicacional:

Los sistemas comunicativos e informativos y sus multidimensionales articulaciones con los sistemas económicos, políticos y culturales tanto globales, como nacionales, regionales y locales, han estado cambiando radical y aceleradamente en los últimos años, y lo seguirán haciendo(...)De ahí la importancia de afinar y extender los criterios de pertinencia social del trabajo académico que como se señalaba antes, han sido una constante entre las preocupaciones de los investigadores mexicanos y latinoamericanos más en general. Pero también de ahí la importancia de afinar y extender los criterios de rigor científico, que nos permitan no caer en el discurso ultra-ideologizado de los setenta.

(...) Creemos que a partir de la consolidación de estas bases, es como podrán superarse los juegos de calificaciones y descalificaciones que han prevalecido al interior y desde el exterior de la comunidad de investigadores de la comunicación y, sobre todo, que podrá avanzarse en el mejor cumplimiento de la función social que, en última instancia, otorga sentido al trabajo científico: la generación de un conocimiento sistemático y riguroso, aplicable a la comprensión de la "realidad" comunicacional concreta que vivimos, y al mismo tiempo pertinente, útil para su eventual transformación democrática (1993: 33)

En nuestro contexto debemos señalar el texto de Jesús María Aguirre -*De la práctica periodística a la investigación comunicacional. Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social y cultura de masas* (1996)-. Allí se dice que:

Teniendo en cuenta que Marcelino Bisbal y yo elaboramos conjuntamente en 1980 un ensayo de aproximación sobre la situación investigativa en el país (Aguirre y Bisbal: 1981), he considerado estimulante retomar ahora el problema para efectuar un balance más objetivo y evaluar las transformaciones que se han operado, no solamente en esta década pasada, sino en el conjunto de la producción investigativa venezolana desde la mitad del siglo hasta principios de 1990.

Aunque el balance no tiene una hipótesis orientada, nos ha guiado el doble interés de precisar la génesis del pensamiento venezolano sobre comunicación, que surge a partir de la práctica periodística, y a la vez descubrir la producción y los desplazamientos temáticos(...)asumo exploratoriamente el juicio de Raúl Fuentes Navarro sobre la producción mexicana y, en general, latinoamericana, cuando matiza que(...)la etapa “fue enormemente rica en cambios y rupturas dentro del campo académico de la comunicación” (Aguirre, 1996: 11).

Por su parte, en 1997, el mexicano Guillermo Orozco en *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, nos plantea que:

Con base en nuestro análisis sobre la investigación de la comunicación, apreciamos en el trabajo realizado desde América Latina la preocupación de los investigadores por realizar sus investigaciones con un sentido crítico, ligado a las múltiples necesidades sociales.

Esta tradición de una investigación crítica no es un espejismo, aunque no siempre haya dado los resultados esperados. La intencionalidad crítica de la investigación latinoamericana ha sido reconocida internacionalmente(...). No obstante, la mera intencionalidad no basta, ni ha bastado. Se requiere oficio y método para alcanzar los objetivos críticos propuestos(...) Más que nunca, el cómo investigar, el desde dónde hacerlo y el para quién hacerlo, constituyen una tríada inseparable en la búsqueda por transformar aquello que se

pretende estudiar y conocer. Son a la vez los principales componentes que tienen que “cargarse de sentido” para substanciar y sustentar cualquier proyecto futuro mediador en la investigación de la comunicación (1997:190-191).

Todos esos aportes sirvieron como intento de caracterizar la investigación comunicacional de América Latina en general y de Venezuela en particular. Esa caracterización nos va a apuntalar algunas ideas sueltas que a continuación vamos a presentar. Para tal efecto, partimos de una revisión de las revistas académicas que sobre comunicación y cultura se editan-producen en nuestro país. No se trata de un trabajo “bibliométrico” sobre el tema, sino más bien una revisión de una muestra de ejemplares de esas revistas, dentro de un corte en el tiempo (2005-2007) y formular, desde allí, algunas preguntas que tienen que ver con cuestiones tales como:

-*Temáticas-objetos* de investigación. Se procuró conocer el contenido trabajado por las distintas publicaciones. Este aspecto nos dio indicios acerca de la orientación o áreas de interés en las que se han concentrado las revistas analizadas. Ver cómo se nuclean los temas, si hay o no dispersión, si las publicaciones se especializan temáticamente y a qué línea editorial responden. Así pudimos conocer si ha habido cambios en el tiempo o si por el contrario, más allá del contexto social y político en el que nos movemos, se mantienen los principios originarios que fundaron la publicación. En síntesis, conocer si: ¿hay o no continuidad temática?, ¿qué temas dominan? y a ¿qué criterios o líneas responden?

-También resultó interesante indagar cómo se presentan los productos de la investigación (“formato de presentación”). En el análisis de los documentos que *formas* predominan en términos de construcción del texto o relato investigativo. ¿Se trata de estudios empíricos o de divulgación-diseminación de investigación?

¿Es un ensayo especulativo o es un producto investigativo cuantitativo y/o cualitativo? ¿Se emplean los distintos géneros periodísticos para dar cuenta de la investigación y sus resultados o se queda en una teorización libre y hasta subjetiva?

-*Los investigadores* que dicen hacer investigación comunicacional: ¿quiénes son? y ¿quiénes son los más “productivos”?

-*Los enfoques metodológicos* que predominan. El objetivo fue poder conocer y detectar las influencias epistemológicas que se hacen visibles en nuestras investigaciones. Igualmente, interesaba detectar la pertinencia teórica y metodológica presente. ¿Nos hemos centrado en un único enfoque o se ha dado la diversificación? ¿Se polarizan los enfoques-posturas epistemológicas? ¿Se hacen presentes las tendencias innovadoras capaces de rebasar la dualidad metódica –enfoque *empirista* y *dialéctico*- que venía imperando en nuestra investigación?

-Finalmente, quisimos indagar algunos otros aspectos con los cuales se vinculan los distintos documentos revisados como productos investigativos. La investigación, la producción de conocimiento y la simple divulgación-diseminación de investigaciones y resultados no se dan en el “vacío”, fuera de un contexto... El objetivo fue conocer, hasta dónde fuera posible y detectable, la relación de los productos-documentos analizados con cuestiones tales como: -relación de la investigación con coyunturas políticas, económicas, sociales y culturales (“campo estructural”); -relación de la investigación con la producción académica y con la necesidad teórica de producir nuevo conocimiento (“campo teórico”); -relación de la investigación con un compromiso político y/o de denuncia (“campo político”); -relación de la investigación con cuestiones técnicas-profesionales (“campo técnico-profesional”) e –investigación-estudio para intervenir en la realidad.

El ejercicio que llevamos a cabo tuvo sentido. La pequeña exploración hecha pretendió no la historia de cada una de las publicaciones académicas que sobre

comunicación y cultura se editan en el país, el objetivo fue mucho más ambicioso e intentó dar cuenta de cómo se está desarrollando la investigación sobre esa temática en el país, cuál es su política editorial reflejada en los distintos artículos (documentos) y temáticas ofrecidas, cuáles son las perspectivas de investigación, qué tipo de ventana representan esas publicaciones para la comunidad de investigadores de dentro y fuera de Venezuela y el tema de la siempre reiterada pertinencia.

En resumen, según el estudio cuantitativo y cualitativo a las revistas *Comunicación*, *Quórum Académico*, *Anuario ININCO* y *Temas de Comunicación*, podemos apuntar que durante el tiempo del análisis (últimos cinco años) estas publicaciones, a través de los trabajos publicados, se caracterizan así:

1-Por una reiterada preocupación temática entorno al estudio sobre lo que debe ser un medio de comunicación y cuál relación debería tener en la esfera de la política, en especial en un ámbito sociopolítico donde los medios de comunicación toman un rol activo de militancia política frente o favor del poder Estado y sus gobernantes. Esta temática, de carácter coyuntural, ha determinado buena parte del volumen de trabajos publicados en revistas como *Comunicación* y *Quórum Académico*. No ha sido así en las otras dos publicaciones.

Otro aspecto que debemos destacar es la poca presencia que tiene el tema de otras formas de comunicación que tienen que ver con las organizaciones, las empresas, el área de la publicidad... Lo que denominamos *Comunicación Organizacional-Empresarial*. Solamente el tema se hace presente en la revista *Comunicación*. La temática que tiene que ver con *Libertad de Expresión y Derecho a la Información* se destaca significativamente en la publicación del Centro Gumilla y muchas veces ligado a lo coyuntural del momento político que vive el país.

2-Una clara presencia en las publicaciones entorno a la comunicación-cultura a tener un grueso de sus páginas dedicadas a artículos ensayísticos caracterizados más por la especulación teórica, que la investigación empírica. Esta última

creciendo exponencialmente con el transcurrir de los años a partir del 2002. Se nota, lo que ya apuntaba en 1997 Guillermo Orozco, la presencia de textos principalmente ensayísticos, a veces con poco nivel de profundidad y mucho análisis descriptivo y/o exploratorio.

3-Ante una gran diversidad temática para realizar tanto investigaciones como análisis teóricos, se corresponde una gran diversidad y atomización de autores que tienen espacio para compartir sus inquietudes en todas las publicaciones acerca de la comunicación en Venezuela y de la región en general. También se aprecia un “alto grado de etnocentrismo” en el tratamiento temático.

Sí se aprecia claramente, en aquellos autores-investigadores que publican con más frecuencia en las revistas consideradas, una línea sostenida en la temática tratada. Se puede hablar de la presencia de definidas líneas de investigación, aunque lo coyuntural nos esté determinando en estos momentos.

4-La gran complejidad de las realidades comunicativas y culturales del presente, tanto locales como globales evitan el encasillamiento en la explicación de los fenómenos comunicativos bajo paradigmas de las ciencias sociales de manera cerrada, siendo lo más prudente apelar análisis más orientado a lo descriptivo o exploratorio, completamente abierto a toda explicación epistemológica. La perspectiva de la Teoría Crítica sigue estando presente, pero de manera más bien flexible y abierta. Muchos de los trabajos publicados se reconocen allí, pero logran rebasar los límites pautados por esa perspectiva. El análisis de las mediaciones con fuerte influencia de investigadores como Martín-Barbero, García Canclini, Guillermo Orozco se hace presente en diversidad de temas y tratamientos.

5-Hay una gran divergencia entre las publicaciones del tema de la comunicación y la cultura, en torno a darle más preponderancia en sus estudios a propósito de la situación concreta de la relación entre medios y políticas, y la necesidad de conservar el carácter meramente especulativo y abstracto del análisis de la comunicación tanto global como local.

Por su parte, el investigador y amigo Jesús María Aguirre (2007), en otra breve investigación hecha conjuntamente con la nuestra (titulada *Investigación venezolana sobre comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007*) y que como dice el mismo autor es una continuación del estudio de él mismo: *De la práctica periodística a la investigación comunicacional* (Aguirre, 1996) nos refiere que en las conclusiones de ese texto se criticaba la enorme dispersión de la documentación y la falta de actualización del estado del arte, que facilitarían el acceso automatizado de los documentos y la evaluación de los documentos con la posibilidad de acumular y mejorar la investigación del campo.

En esta nueva revisión y actualización del estado del arte, a pesar de los nuevos dispositivos tecnológicos –especialmente las bases de datos e Internet– no hemos percibido una mejora cualitativa en los procedimientos de recogida de datos, ni en la puesta a disposición de los mismos, aunque se han acelerado los tiempos de producción de las publicaciones y sobre todo su hospedaje en Internet bajo el formato digital.

Ello es indicio de varias fallas, ya detectadas anteriormente, como son la discontinuidad en la producción y diseminación académica, los cambios en la administración pública, pero también las variantes en las universidades y las fundaciones privadas a la hora de definir sus proyectos de conservación y difusión. A ello habría que sumar la dificultad de acceso a la producción de las editoriales no situadas en Caracas, la crisis de las asociaciones profesionales e investigativas y el hospedaje anárquico de las publicaciones electrónicas en Internet, que hacen más difícil el rastreo selectivo a pesar de los buscadores.

Y en relación a las temáticas e intereses, Aguirre apunta que las líneas de menor desarrollo eran las de teoría social, metodología y ética. Si exceptuamos cierta innovación por la apropiación de corrientes contemporáneas, la creación sigue siendo escasa.

En cambio los retos asumidos entonces por la comunidad científica en torno a los problemas de las nuevas tecnologías, las mediaciones culturales y el recepcionismo han tenido una respuesta efectiva, si bien no podemos afirmar lo mismo respecto de la sociología de la profesión y de la comunicación organizacional.

La apertura a los estudios culturales ha obedecido al intercambio e influencia globalizadora, mientras que el énfasis en los problemas de legislación y libertad de expresión ha obedecido en buena parte a la situación política nacional.

8.3 PARA CERRAR

A partir de 1999 se inicia todo un proceso de “ordenación” y de “redefiniciones” que dan al traste con muchas equivocaciones cometidas y seguramente no asumidas, pero también con muchos logros que no es el caso enumerar y detallar. Con el triunfo de Hugo Chávez Frías y el desmoronamiento de la sociedad política tradicional, y dominante por un poco más de cuarenta años, se abre un terreno fértil para la “refundación del país” como anunciara el mismo Presidente después de la aprobación de la nueva Constitución. Y en ese camino andamos...

La política, o una concepción de la política, fue irradiando todos los espacios y rincones de la vida del país. Incluso, la calle no quedó exenta de esa dinámica. Así, el campo de la cultura y la comunicación han sido también lugares de la política. La representación gubernamental de esas dos instancias lo expresa de manera visible a través de las palabras que ya se traducen en acciones. El (para el momento) Ministro de la Cultura, Francisco Sesto, quien recién asumía el cargo, lo decía: “El Ministerio de la Cultura se constituirá como un órgano con cartera, con funciones políticas y estratégicas”. Y el Ministro de Comunicación e Información para 2008 –Andrés Izarra- fue más que elocuente: “Para el nuevo panorama estratégico que se plantea, la lucha que cae en el campo ideológico

tiene que ver con una batalla de ideas por el corazón y la mente de la gente. Hay que elaborar un nuevo plan, y el que nosotros proponemos es que sea hacia la hegemonía comunicacional e informativa del Estado”. De esta manera apreciamos como el actual Estado tiene claridad sobre la significación estratégica de la cultura y de los medios de comunicación y en ese sentido, hay que entender el gran esfuerzo que están haciendo los más diversos “actores políticos” del llamado “oficialismo” para la *reinstitutionalización* y la *reconstrucción* del Estado, de la polis, de la comunidad política y cultural, de la ciudadanía y de la sociedad en general.

A partir de la escena actual en la que se mueve nuestra Venezuela, la aventura epistemológica y de práctica social de seguir buscando los nudos que encierran la relación entre cultura, comunicación e investigación arranca por comprender que estos tiempos que corren en nuestro país no son los más proclives para una experiencia de la cultura, la comunicación y la investigación de oportunidad democrática. Es evidente que rondan en la atmósfera otros conceptos y experiencia acerca de esa relación.

La idea que intento reivindicar como ideal de esa relación son el del reconocimiento y expresión de la diversidad cultural del país, el de la diversidad y respeto a la pluralidad ideológica y política, el de la necesaria disidencia con fundamento en la razón, el de la garantía de información plural... De lo contrario entramos en una realidad de país que se va pareciendo cada vez más a todo lo que hemos venido negando como realidad de país y de sociedad. Creo que es el brasileño Renato Ortiz quien llega a decir que la discusión sobre la cultura, la comunicación y la investigación de ambos fenómenos se vuelve, obligatoriamente, un debate sobre la democracia.

8.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Aguirre, Jesús M. (2007). Investigación venezolana sobre comunicación y cultura de masas. Panorama bibliográfico: 1994-2007. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (140), 88-97.

-Aguirre, Jesús M. (1996). *De la práctica periodística a la investigación comunicacional. Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social y cultura de masas*. Caracas: Ediciones UCAB y Fundación Polar.

-Bisbal, Marcelino y Quiñones, Rafael (2007). La investigación de la comunicación vista desde las revistas académicas. Una mirada introspectiva. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (140), 70-87.

-Fuentes Navarro, Raúl y Sánchez Ruiz, Enrique (1992). Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, (3).

-Fuentes Navarro, Raúl (1993). Telecomunicaciones, cultura y enseñanza de la comunicación. *Dia-Logos de la Comunicación*, (36).

-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.

-Márques de Melo, José (coord.) (1992). *Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*. Sao Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación/Escuela de Comunicacoes e Artes.

-Martín Barbero, Jesús (1994). Comunicación y diseño cultural. *Dia-Logos de la Comunicación*, (38).

-Monsiváis, Carlos (2007). *Las alusivas pérdidas (Discurso en la FIL)*. México: Editorial Anagrama.

-Motta, Gonzaga (1989). Las revistas de comunicación en América Latina, *Telos* (19).

-Orozco Gómez, Guillermo (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Buenos Aires: Ediciones de Periodismo y Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata.

CAPÍTULO 9
COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD:
La articulación de las investigaciones en la ULA Táchira¹⁷

*Carlos Arcila, Reinaldo Cortés, Patricia Henríquez,
José A. Sosa, Herly Quiñónez, Carmen A. Valecillos*

La comunicación como campo de investigación es relativamente joven. Es –para algunos- una ciencia, en tanto posee un objeto de estudio e interesa a una comunidad científica. En cuanto a área del conocimiento se ha nutrido de las perspectivas teóricas y metodológicas de las ciencias humanas y sociales, aunque progresivamente ha ido constituyéndose como un campo del saber diferenciado de otras ramas como la sociología, la antropología y la psicología. Sin embargo, la naturaleza de su mismo objeto de estudio no permite que la comunicación sea analizada desde una única mirada, todo lo contrario: la riqueza y la complejidad del fenómeno requiere de un trabajo constante e interdisciplinario para ser capaces de aventurarse en la difícil tarea de un área del saber tan dinámica y multifactorial.

En este sentido, el Departamento de Comunicación Social, de la Universidad de Los Andes - Táchira, se ha planteado como un reto -en el marco de su 25 aniversario- la constitución de un Grupo de Investigación que estudie la comunicación a partir de diferentes enfoques teóricos y metodológicos, recordando que desde su fundación en 1983, las investigaciones en esta unidad académica han apuntado a diversos tipos de estudios, que se han paseado desde lo cuantitativo a lo cualitativo, han ido de lo macro a lo micro, comprendiendo que nuestra labor como científicos sociales debe ser la de formular explicaciones más o menos coherentes sobre la realidad y verificar (o falsear) los planteamientos

¹⁷ El presente capítulo está basado en el texto de *Justificación de la Creación del Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”* que presentó el Departamento de Comunicación Social de la ULA-Táchira para su reconocimiento ante el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico (CDCHT)

hipotéticos que sobre nuestro objeto se pueden rescatar del corpus de conocimiento existente.

El grupo “Comunicación, Cultura y Sociedad” busca, pues, fortalecer las investigaciones individuales que se han gestado durante años, articulándolas en torno a programas más amplios de investigación que permitan un acercamiento más preciso a nuestro objeto de estudio: la comunicación. Dicha articulación abarca el análisis y la comprensión de diferentes prácticas comunicativas, en tanto ellas deben ser entendidas dentro de contextos sociales y culturales, aunando a ello la necesidad de trascender la unidisciplinariedad que ha intentado predominar en otros campos de las ciencias sociales y que ha traído como consecuencia el empobrecimiento de los resultados en la investigación social.

Nuestro propósito se completa al entender que los esfuerzos sostenidos durante años deben necesariamente pasar al dominio público, por lo que otro de los objetivos del Grupo es el de la difusión y divulgación oportuna del conocimiento científico que generamos para que él sea compartido por las comunidades científicas¹⁸ y por el público no-especializado que se interese en nuestros aportes. Esta responsabilidad radica entonces en comunicar sobre la comunicación, es decir, en divulgar las bases teóricas, metodológicas, técnicas y los resultados de las investigaciones que se desarrollan en el seno de nuestro grupo.

Las líneas de investigación del grupo son: 1) Comunicación y cultura 2) Sociedad y Tecnologías de la Información y Comunicación 3) Comunicación Política y 4) Periodismo.

¹⁸ Actualmente, el Grupo edita –en conjunto con el Laboratorio de Investigación Educativa Simón Rodríguez de la ULA- el Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, al que se puede acceder en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>. Asimismo, se puede acceder a más datos del Grupo en <http://www.human.ula.ve/grupocom>.

9.1 COMUNICACIÓN Y CULTURA

La investigación, en las áreas de competencia establecidas por los departamentos académicos en la Universidad de Los Andes Táchira, ha venido avanzando paulatinamente y una demostración de este hecho lo constituye el aumento interanual del número de investigadores reconocidos por el CDCHT; no obstante, en algunos casos es el esfuerzo personal, más que una política estable de los departamentos, lo que ha permitido este avance cuantitativo y cualitativo. Por ello, el Departamento de Comunicación Social, a partir de la experiencia alcanzada por sus profesores, ha tomado la decisión de afianzar, impulsar, fortalecer y apoyar todas aquellas iniciativas dirigidas a desarrollar una política estable de investigación en el área de la comunicación social. Así, la constitución del Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad” supone un paso muy importante en el establecimiento de esta política.

Una de las líneas de investigación a desarrollar es la relación “Comunicación y Cultura”. ¿Por qué “Comunicación y Cultura”? Intentemos dar respuesta a esta pregunta base. En nuestro Departamento de Comunicación Social han hecho y hacen vida académica profesores con formaciones originalmente dispares y diversas: sociólogos, historiadores, periodistas, comunicadores, educadores, lingüistas; no obstante, con ciertas preocupaciones comunes; una de ellas la comunicación, percibida y abordada desde la particular perspectiva que esa formación inicial ha posibilitado, y como es obvio, con acuerdos y desacuerdos en ocasiones agrios en lo político, práctico y teórico, pero siempre tratando de consensuar en el debate no posturas comunes sino las validez de las apreciaciones y el necesario intercambio de ideas que hacen de la vida académica nuestro particular paraíso. La otra, la necesidad de entender la diversidad cultural que gravita en cada una y todas las manifestaciones que la comunicación, socialmente hablando, es capaz de evidenciar, independientemente de las características del discurso social empleado para expresarlas.

Multiinterdisciplinariedad, este neologismo sería quizás, el que mejor se avendría a caracterizar intelectualmente lo que ha sido el Departamento de Comunicación Social desde su constitución, cambiando o, mejor, haciendo suya una expresión del memorable Elias Canetti (1981): “metamorphoseando”, la relación “Comunicación y Cultura” en “Cultura y Comunicación”, dependiendo de esa diversidad constitutiva, y no sólo como un juego de palabras o una simple inversión terminológica, sino con las implicaciones epistemológicas, sesgos y determinaciones que supone el poner el acento en uno u otro rasgo de la relación. Así, desde la problemática derivada del género, pasando por los análisis del discurso, o la caracterización de las tendencias musicales y cinematográficas, los problemas de estilo, la “moda”, las estéticas, las derivaciones éticas en el “hacer” y “decir” social, la modernidad y la postmodernidad, lo popular, la tribalización, la contracultura, la secularización de la sociedad hasta la “razón de ser” del periodista y del comunicador, han sido, por mencionar algunas, preocupaciones intelectuales que han recorrido durante sus veinticinco años de existencia a esta Escuela de Comunicación. Ese es y ha sido el tapete sobre el cual fluye la discusión académica. Y pensamos que es, de múltiples maneras, su “razón de ser”: “Comprender la comunicación” para comprender la cultura y “Comprender la cultura” para comprender la comunicación, parafraseando a Antonio Pasquali (1979), y así superar el condicionamiento que quizás en muchas ocasiones supone formar profesionales para prácticas muy concretas vinculadas con los medios.

El compromiso del Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad” al establecer esta línea de trabajo tiene como objetivo darle organicidad y sistematizar los trabajos individuales que con frecuencia se realizan en el Departamento vinculados a esa relación tan importante que subyace.

Ejes de trabajo de la línea sobre “Comunicación y Cultura”:

- Estudios de género
- Tendencias musicales y cinematográficas
- La estética y la moda
- El discurso social

9.2 SOCIEDAD Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

La evolución de los medios de comunicación y del periodismo está estrechamente vinculada a la evolución tecnológica de las sociedades y los tiempos actuales están marcados por la velocidad del cambio. Enfatizando estas dos ideas, Canga (2001) sostiene:

Como en muchas otras ramas de las Ciencias y del Saber, el periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia. Y todos estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos. Es la tecnología la que marca, en muchos casos, los ciclos evolutivos de determinados avances y la que acorta la duración de los mismos cada vez a mayor velocidad.”(2001: 34)

En la década de los 80, las nuevas tecnologías transforman los medios de comunicación separándolos de la noción de “audiencia masa” y orientándolos hacia la segmentación, personalización e individualización. La multiplicación de los canales de TV y su especialización temática, la TV por cable, el VHS, el walkman y las emisoras de radio temática son sólo algunos ejemplos del inicio de un proceso de segmentación y diferenciación de audiencias, que aunque masiva en cuanto a número ya no es de masas en cuanto a la uniformidad del mensaje

que recibe (Sabbah, 1985, cp. Castells, 1998). La transformación que ha supuesto la comunicación por Internet, parece que inicia un nuevo ciclo en la evolución del periodismo.

Esta transformación es el núcleo central de la línea sobre “Sociedad y Tecnologías de la Información y la Comunicación” del Grupo de Investigación, pues si bien, la diversificación de los medios de comunicación favoreció la segmentación y personalización de las audiencias, pareciera que no se ha transformado por completo la lógica unidireccional del mensaje. Estos nuevos medios de comunicación propios de la sociedad red ponen el acento en la interactividad. A diferencia de los medios de comunicación de masas tradicionales, en los medios donde se ha incorporado -tecnológica y culturalmente- las propiedades de la interactividad, los usuarios juegan los roles de emisor y receptor indistintamente. En este sentido, también centramos nuestra atención sobre la condición de *metamedio* de Internet, en tanto reúne en un solo soporte texto, imagen, audio y video. En síntesis la integración de varios medios en uno y la interactividad ofrecida son las notas distintivas de este nuevo entorno comunicativo.

La simbiosis entre “desarrollo tecnológico – transformación de los medios de comunicación” imprime un carácter cambiante al ejercicio periodístico y resalta la necesaria formación continua de los profesionales que lo ejercen; más aún en los momentos actuales donde la rapidez del cambio tecnológico deja obsoletas las tecnologías en muy poco tiempo.

De allí la importancia de una línea de investigación como la que se incorpora en el Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”, pues busca abordar el estudio científico de las transformaciones e impacto que provocan las TIC en la comunicación, la cultura y la vida de las sociedades.

De esta manera, la línea de investigación sobre “Sociedad y TIC” acepta el reto de abordar las transformaciones que ha introducido en el periodismo y en la sociedad las innovaciones tecnológicas alcanzadas en la sociedad de la

información, tal y como lo explica Castells (1998): la transformación ocurrida con las tecnologías de la comunicación e información tienen las mismas dimensiones de las producidas con la invención del alfabeto o la popularización de la prensa.

En consonancia con el objeto que se propone estudiar, se adopta un enfoque comprensivo de la realidad que permita abordar el estudio de los soportes, géneros, plataformas y lenguajes propios de los medios digitales a la par que promueve procesos de reflexión sobre los modos de comunicar en estos medios y analiza críticamente los cambios sociales, políticos, económicos y culturales que introducen en la sociedad las nuevas tecnologías. Otro referente importante dentro del “hacer investigativo” en esta línea de trabajo es el compromiso de investigar para promover el desarrollo local, regional y nacional. El conocimiento y su gestión (Gestión del Conocimiento, GC) es la clave para el desarrollo de las naciones en la sociedad de la información.

Ejes de trabajo de la línea sobre “Sociedad y TIC”

- Cambios sociales, políticos, económicos y culturales que introducen en la sociedad las TIC.
- Usos de las TIC
- Modos de comunicar en los medios digitales. Soportes, géneros, plataformas y lenguajes propios de los medios digitales.
- Diseño, producción y valoración de medios digitales.
- Formación de periodistas para medios digitales.
- Ciencia, tecnología, divulgación y desarrollo regional y local.
- Ética en los medios digitales

9.3 COMUNICACIÓN POLÍTICA

Diversos autores han señalado la dificultad de la definición de la comunicación política; otros han intentado ubicarla como “el papel de la comunicación en la política” (Chaffe, cp. Ochoa, 2000: 3); o “aquella que genera efectos sobre el funcionamiento de un estado político u otra entidad política” (Blake y Haroldsen, cp. Ochoa, 2000: 3); también “la función básica que en cierto modo controla y hace posibles las demás funciones del sistema político” (Almond y Coleman, cp. Ochoa, 2000: 4); o Meadow, que la reconoce como el “intercambio de símbolos o mensajes que, con un significativo alcance, han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento del sistema político” (Ochoa, 2000: 4). Otra definición la supone como “una actividad comunicacional considerada política en virtud de las consecuencias actuales y potenciales que ésta tiene para el funcionamiento del sistema político” (Fagen, cp. Ochoa, 2000: 4); y, finalmente, el mismo Ochoa la define como el proceso de “transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político” (Ochoa, 2000: 5). Así, en ella se incluyen todos aquellos aspectos de la comunicación cuyo propósito sea fijar reglas, normas, principios, órdenes y, en general, todo aquello que contribuya a determinar una relación de poder entre los participantes de esa misma comunicación (adaptado de Ochoa, 2000: 4-5).

Lo interesante de las anteriores definiciones radica en el carácter definitivo de la comunicación bajo un contexto político, es decir, este tipo de comunicación (la política) se concibe con un fin específico (no desligado del de sus orígenes en la retórica aristotélica) el cual no es meramente informar, sino convencer, persuadir o incluso disuadir.

De todo lo anterior se puede inferir que la comunicación política posee una naturaleza persuasiva que relaciona a todos los actores políticos (contemplando en este panorama a las instituciones, principalmente, al Estado mismo) en una sociedad determinada. La gestión (o promesa de gestión) de los representantes

de la sociedad, la forma en que estos ofrecen, presentan y difunden sus logros en su desempeño por sí mismos o al frente de instituciones (a las cuales también se ligan). Además de ello, teniendo como fundamento una idea (una ideología) con un fin específico (la conservación o consecución del poder) se puede decir que, en cierto modo, la comunicación política conlleva en sí misma, el estigma de la propaganda.

Pero, ¿hasta qué punto la comunicación política significa formas de persuasión concebidas única y exclusivamente para influir de manera directa sobre los gobernados por parte de un Estado o cualquier institución o actor político en una sociedad determinada, o poder, omnipotente y omnipresente? Ésta es una de las preocupaciones fundamentales por las cuales incluir una línea de investigación basada en “Comunicación y Política”, en el seno del Grupo “Comunicación, Cultura y Sociedad”.

Y es que toda comunicación, palabra que en tanto posee el prefijo “co” implica la interacción de dos elementos en un proceso de intercambio comunicativo, es de naturaleza persuasiva (existe un grado de coactividad psíquica) y cualquier otra forma de interacción a nivel de individuos puede ser catalogada como mero intercambio de información. Hoy en día, es cierto, esa comunicación ha evolucionado, y no sólo compete a un orador, sino que: “se presenta en formas inusuales: los símbolos patrios, la arquitectura de los edificios públicos, el mapa de la nación, slogans, escudos e insignias, estandartes, etc.” (Canel, 1999: 12).

Una de las características de la comunicación política refiere a las características de los mensajes políticos en la actualidad, en los cuales el uso de signos se circunscribe al empleo meticuloso de símbolos, íconos y metáforas. Entonces se comienza a perfilar el empleo de elementos simbólicos (que no hablados ni o escritos) en la retórica política, esto nos conduce a examinar este proceso comunicativo más detenidamente. Este es uno de los campos que un Grupo de Investigación sobre *Comunicación* no puede obviar, pues le corresponde directamente la responsabilidad del análisis de estos mensajes masivos.

Al plantearse aquí el estudio de la comunicación política como un intercambio de naturaleza simbólica, el análisis de este proceso de comunicación debemos enmarcarlo dentro de uno o varios *paradigmas*. Uno de ellos, del que echa mano la línea de investigación sobre “Comunicación y Política” es el *Interaccionismo Simbólico*. Pero, ¿qué pertinencia puede poseer un paradigma como el anterior para una línea de investigación?

Una definición operacional de comunicación política se nos muestra como el arte de la retórica del discurso político clásico, pero adaptado a un mundo con un nivel de desarrollo de los medios de comunicación como el contemporáneo en el que impera un alcance e inmediatez nunca antes vistos, y siempre con un fin: persuadir. En este sentido, la comunicación política se constituye, entonces, en una forma de persuasión basada en la utilización de cualquier recurso simbólico que implique el intercambio de signos con el fin de influir políticamente en el escenario de la sociedad moderna. Es, en el sentido clásico del término, *interaccionismo simbólico*.

Con ellos, sabemos que la evolución de las sociedades ha sido determinada por las nuevas formas de interacción entre sus miembros, es decir, de la evolución y alcance de los medios. Estos aportan interpretaciones de la realidad que son internalizadas por el público, ello indica que la percepción que tienen de su entorno proviene de su interacción con los medios. En este punto, el Grupo sobre “Comunicación, Cultura y Sociedad”, debe detener su mirada para preguntarse ¿cuál sería el papel de la comunicación política? Las respuestas estarán seguro orientadas por conceptos como el de “moldear”, “persuadir”, en fin, interactuar sógnicamente con los otros para lograrlos convencer de lo que yo pienso.

Ejes de trabajo de la línea sobre “Comunicación y Política”

- Opinión Pública
- Análisis de Contenido y del discurso
- Conducta político – social¹⁹
- Propaganda²⁰
- Liderazgo y Grupos de poder²¹
- Efectos de la comunicación política
- Cultura Democrática
- Marketing Político

9.4 PERIODISMO

El estudio del periodismo se puede realizar desde los más diversos ángulos, la tradición en esta materia así lo demuestra, sin embargo, existe un área bien precisa donde se hace necesaria la reflexión y el análisis para mejorar no sólo la estructura teórica de esta profesión sino también su práctica y su enseñanza. Ella es la referida al periodismo en sí, aquella que está relacionada con la estructura del mensaje periodístico y sus reglas estilísticas.

Una línea de investigación de este tipo debe responder a muchas preguntas sobre los textos que se producen en una mesa de redacción, un estudio de radio o televisión o simplemente sobre los que circulan en la red y se les denomina periodismo digital o ciberperiodismo, es decir, estaríamos frente al análisis de las

¹⁹ Instituciones

²⁰ Imaginarios sociales

²¹ Personalización de la política

actividades referidas directamente al modo en que puede obtener, procesar y presentar el mensaje periodístico a un público que necesita de ese bien social.

La profesionalización del periodismo trajo consigo la incorporación de ese oficio al campo académico, y si bien ese cambio se produjo dos siglos después de que el periodismo se consolidara como el medio adecuado para transmitir información de la más variada índole a la sociedad, rápidamente logró consolidarse como un campo no solo de enseñanza sino también de investigación. Pues a la vez que surgía la necesidad de enseñar y aprender un oficio en aulas universitarias, también los investigadores se dieron cuenta de la necesidad de entender la influencia política y social de la actividad periodística.

Por tanto no es de extrañar que los pioneros en este campo fueran los sociólogos, Max Weber, Walter Lippmann, Harold Laswell, Paul Lazarfeld y muchos otros que como ellos que se atrevieron a incluir al periodismo dentro de las grandes investigaciones de su tiempo, las cuales hoy siguen siendo referencias para quien intente hacer seguimiento en este campo que terminó por llamarse Teoría de la Comunicación, pero que debe escindirse conceptualmente de la Teoría del Periodismo.

La línea de investigación sobre “Periodismo” del Grupo sobre “Comunicación, Cultura y Sociedad”, parte de la base de que actualmente los estudios sobre este oficio se han diversificado y que hemos observado cómo el mensaje es estudiado no sólo desde la sociología, sino también de la psicología, lingüística, ciencias del derecho y filosofía, entre otras. Es por ello que también reivindicamos la interdisciplinariedad, no sólo para estudiar el mensaje producido en los medios, sino con la finalidad de evaluar su calidad, pertinencia y estructura, además de hacer que la actividad de investigación contribuya con mejorar la enseñanza de la profesión.

Ejes de trabajo de la línea sobre "Periodismo"

- La búsqueda de la información y su jerarquización
- La elaboración del mensaje
- La presentación del mensaje al público
- La enseñanza del Periodismo
- Nuevos lenguajes y nuevos medios en la práctica periodística

9.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Canel, J. (1999). *Comunicación Política*. Madrid: Tecnos.
- Canetti, Elías (1981). *La conciencia de las palabras*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Canga L., J. (2001). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (7), 33-48.
- Castells, Manuel. (1998). *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1. La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ochoa, O. (2000). *Comunicación Política y Opinión Pública*. México: McGraw Hill.
- Pasquali, Antonio (1979). *Comprender la Comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.