

# Índice General

<b>Introducción, por Enrique E. Sánchez Ruiz</b> .....	7
<i>Bibliografía</i> .....	13
<b>1. Condiciones institucionales para la práctica de la investigación académica de la comunicación: la persistencia de la triple marginalidad en México,</b>	
<i>por Raúl Fuentes Navarro</i> .....	15
<i>Una reconstrucción sintética de la constitución del campo en México</i> .....	18
<i>La triple marginalidad, actualizada</i> .....	27
<i>Interdisciplinariedad o ¿post-disciplinariedad?</i> .....	36
<i>La investigación de la comunicación como práctica sociocultural</i> .....	44
<i>Bibliografía</i> .....	53
<b>2. El tronco, el árbol, la enramada. La investigación de los medios de comunicación y de las Ciencias Sociales,</b>	
<i>por Raúl Trejo Delarbre</i> .....	57
<i>Marginalidades y auto aislamiento</i> .....	59
<i>De Tocqueville y Comte: prensa, potencia e influencia</i> .....	61
<i>Marx y Engels, autoritarismo de los medios y en los medios</i> .....	62
<i>De Lenin, a Gramsci, el periódico-organizador</i> .....	65
<i>Max Weber: una guía para estudiar a la prensa</i> .....	66
<i>El empirismo estadounidense, limitaciones y contribuciones</i> .....	70
<i>El catastrofismo de Frankfurt y el tránsito a la sobriedad</i> .....	71
<i>Aportaciones y variedad en los estudios culturales</i> .....	75
<i>Palabrería, suposiciones e imposturas intelectuales</i> .....	78
<i>Medios como legitimadores. En busca de los efectos desconocidos</i> .....	81
<i>Los medios como instrumentos de la política. Asombros y matices</i> .....	84
<i>Teoría política en italiano: Cerroni, Bobbio</i> .....	87

*Luhmann, medios como sistema en una sociedad de la comunicación*..... 89

*Advertencias contra una ideología de la comunicación* ..... 91

*Los creativos y provocadores enfoques de Marshall McLuhan* ..... 92

*El pensamiento social voltea hacia los medios y se cautiva con ellos.* 94

*Estudiosos que encuentran motivos para inquietarse ante los medios*..... 97

*Medios en contextos democráticos, ineludibles en procesos electorales*..... 101

*Sociedad global. El tamaño del mundo se ha contraído* ..... 103

*Manuel Castells, de la sociedad red al nuevo poder de la comunicación* ..... 105

*Interdisciplina, nuevos medios y antiguas preocupaciones*..... 107

*Zygmunt Bauman, el espacio público como gran pantalla*..... 109

*Mirar, desde el estudio de los medios, a las ciencias sociales* ..... 112

*Bibliografía y hemerografía* ..... 115

**3. Recuperar la crítica. Algunas reflexiones personales en torno al estudio de las industrias culturales en Iberoamérica en los últimos decenios,**

*por Enrique E. Sánchez Ruiz* ..... 121

*Introducción. Objetos de estudio multidimensionales*..... 121

*De climas de opinión a epistemes/paradigmas, al «espíritu del tiempo»* ..... 131

*Cambios en los «climas de opinión» académicos* ..... 135

*Pensamiento crítico y democratización comunicacional* ..... 140

*Caída del muro de berlin; la hegemonía «neoliberal»* ..... 143

*Mitos posmodernos y estudios culturales*..... 149

*Regreso de las miradas críticas a los medios* ..... 156

*Y...¿la crítica?* ..... 164

*Colofón: retos y perspectivas de la investigación latinoamericana sobre industrias culturales*..... 169

*Bibliografía*..... 171

## *Introducción*

*Enrique E. Sánchez Ruiz*  
Universidad de Guadalajara

Se presentan en este libro tres contribuciones autorreflexivas que giran, en alguna medida, alrededor de la búsqueda de identidad como campo, de la comunidad de investigadores sobre los medios de comunicación. En este caso, la reflexión se refiere a los estudios sobre medios, sus vinculaciones y su ubicación con respecto a las ciencias sociales más en general, así como el contexto institucional, sociopolítico y teórico. El que las indagaciones mediáticas sean parte de las ciencias sociales parece ser una presuposición, más bien tácita que explícita, para quienes las realizan. Pero tal supuesto no siempre se «ejerce» en la práctica de los llamados «comunicólogos». Por ejemplo, con frecuencia dicen algunos que están haciendo «sociología de la producción de noticias», pero su ejercicio intelectual tiene poco de sociológico, tanto en lo teórico, como en lo metodológico y, con la mayor frecuencia, los productos no reflejan la lectura y el comando de lecturas y/o prácticas sociológicas. Algunos investigadores mediáticos más bien se identifican con las humanidades que con las ciencias sociales. La otra cara de la moneda recae en la indiferencia que tradicionalmente han mostrado las ciencias sociales más antiguas y dominantes, aunque también las instituciones que se relacionan con la educación superior y especialmente la investigación científica en los diferentes países iberoamericanos. En diversas formas, ya sean de maneras incluyentes o excluyentes, los estudios sobre medios de comunicación han interactuado con las ciencias sociales y esta interacción ha formado parte de las identidades que se han generado al interior de aquella comunidad académica.

Todas las colectividades investigadoras que comparten una disciplina, o un campo de indagación común, o preocupaciones cognitivas relaciona-

das, suelen generar —o eventualmente procurarse— una cierta identidad colectiva. No siempre se logra ni surge espontánea y monolíticamente. Se trata ésta de una tendencia más o menos «natural» de las comunidades humanas, que se manifiesta también en comunidades académicas. Con respecto a éstas, frecuentemente hay un nombre que las identifica colectivamente, a partir del campo disciplinario común de investigación: por ejemplo, los físicos, sociólogos, economistas, etc. A veces puede ser que esto no baste y recurran a otra palabra descriptiva, un adjetivo o un adverbio que los defina un poco más: sociólogos culturales; psicólogos políticos; economistas del desarrollo. Esto depende de la comunidad específica concernida. A quienes se dedican a desentrañar la operación de los llamados medios de comunicación, se les suele denominar «comunicólogos», o «investigadores de la comunicación», incluso «mediólogos». A pesar de que prevalece la denominación de «comunicólogos», esta colectividad está todavía lejos de haberse dotado de *una* identidad más o menos homogénea (o una disciplina bien articulada, que sustentase tal identidad). Desde luego que con el nombrar hay otras acciones, como agruparse, generar una comunidad académica, en el caso que comentamos (desde el surgimiento de departamentos y claustros académicos, hasta el de organizaciones gremiales de índole local, nacional o internacional). Los investigadores sobre medios suelen pertenecer a organizaciones nombradas con el apelativo «de la comunicación» (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, Asociación Iberoamericana de Comunicación, Asibercom, etc.). Nos solemos autodenominar «comunicólogos», pero muchos, posiblemente una mayoría, en realidad no estudiamos propiamente *procesos de comunicación*. Estudiamos *aspectos* de los medios de comunicación (quizás el tema y enfoque más favorecido es el de la política, lo que no necesariamente se refiere a la llamada «*comunicación política*»). Decía el presidente de la International Communication Association en 2005: «Por ejemplo, la investigación sobre deformaciones psicológicas como efecto del contenido violento de los medios, es aún psicología, y la investigación sobre las causas de la concentración mediática es aún economía, ... no comunicación» (Donsbach, 2006: 439). Sin embargo, hemos generado una imagen y una cierta identidad como «comunicólogos»; incluso, por ejemplo, se proclama que existe toda una «escuela latinoamericana de investigación de la comunicación» (Marques de Melo, 2002).

Por otro lado, las comunidades, al igual que los individuos, no «poseen» una sola identidad, homogénea, monolítica y excluyente de otras. Por ejemplo, yo puedo tener una identidad «barrial», que no excluye mi identificación tapatía<sup>1</sup> más amplia, o la mexicana, alguna cierta identidad latinoamericana o iberoamericana y, quizás, una norteamericana (Sánchez Ruiz, 2002). Las identidades se refieren a rasgos, marcas, prácticas, etc., que distinguen («identifican como...», pero también «identifican con...»); por ejemplo, la designación «antropólogo» que acompañada de ciertas prácticas intelectuales y académicas distingue más o menos claramente al antropólogo del demógrafo y de otros científicos sociales. Pero hay atributos y rasgos de diverso tipo que relacionan con otros individuos y grupos, ya sea en términos de diferencia, o de alguna suerte de correlación (Giménez, 2000). Un antropólogo, desde luego que con muy poca probabilidad se identificará *laboralmente* con un médico o con un albañil (como no sea mediante alguna metáfora, más poética que científica, o alguna analogía, que sigue perteneciendo más al dominio de la creatividad que al de la lógica o de la epistemología).<sup>2</sup> Es decir, este aspecto se refiere a la identidad como diferencia: «lo que sí soy, en contraste con lo que no soy»: el antropólogo *versus* el químico, por ejemplo, en el terreno de las áreas de investigación. Por otro lado, un antropólogo muy probablemente sí se identificaría como *científico social* (lo que soy en términos de pertenencia a una clase más amplia).<sup>3</sup> Como vemos, la generación de identidades tiene que ver con clasificaciones. Cómo nos identificamos con alguna «clase» de personas, complementado con que esas otras personas conviertan la «otredad» en identidad (que los «otros» científicos sociales acepten a los antropólogos como científicos socia-

---

<sup>1</sup> «Tapatío»: Oriundo de la ciudad de Guadalajara, México.

<sup>2</sup> Lo que, por cierto, no significa que no valoremos la creatividad en la investigación científica. Por ejemplo, las metáforas y demás figuras del lenguaje pueden tener funciones heurísticas de gran utilidad. Pero en la medida en que digamos que lo que hacemos es *investigación científica*, la lógica debe prevalecer por sobre la retórica.

<sup>3</sup> En este lugar no agotamos —ni podríamos agotar— el tema. La construcción de la identidad académica involucra diferentes formas de participación e identificación comunitarias, procesos «disciplinarios» y/o «paradigmáticos», institucionales, culturales en un sentido más amplio, etc. (James s/f; Becher y Trowler, 2001).

les). Tanto individuos como grupos se «definen», o se «delimitan» como en una categorización, aunque no siempre se puede ser lógicamente riguroso (que las clases sean exhaustivas, mutuamente excluyentes). Es decir, los seres humanos, tanto individuos como colectividades, somos diversos, múltiples, y nuestras identidades lo reflejan. Las comunidades no son homogéneas y sus prácticas y culturas así lo evidencian. Entonces, en términos de las identificaciones, tanto individuales como colectivas, podemos tener todo un abanico, desde una tendencia centrípeta y homogeneizante, a otra centrífuga y heterogeneizante. Es decir, por lo menos hipotéticamente puede uno pensar en una comunidad académica con una identidad muy fuerte y casi homogénea, que por ejemplo en el ámbito teórico y metodológico se traduciría en el dominio de un solo «paradigma» (Kuhn, 1970). Solamente en comunidades muy pequeñas y en ciertos campos, muy consolidadas, puede esperarse esa gran homogeneidad. En el extremo, tenemos el caso hipotético de algún dominio en el que cada autor —exagerando el punto— sería portador de su propio paradigma: sin llegar a éste extremo, en algunos momentos la semiótica ha llegado a parecer este caso «multi-paradigmático», en el que ha habido diferentes propuestas teóricas y metodológicas, que no dialogan entre sí, o lo hacían muy poco.

Ahora bien, las identidades, los «paradigmas» y marcos comunes como los programas de investigación (Lakatos, 1980), o las tradiciones de investigación (Laudan, 1977), o las prácticas comunes y los *hábitus* que a su vez generan campos académicos (Bourdieu, 2008), no surgen colectivamente por «generación espontánea», sino que suelen originarse de propuestas particulares de individuos o de grupos pequeños, y luego pasar a generalizarse en alguna medida. Estamos ya hablando de liderazgos e influencias, incluso de poder y algún grado de «luchas» por el mismo (Bourdieu, 2008; Becher y Trowler, 2001). En el caso de campos de investigación como el nuestro, que en alguna medida emanan, o se relacionan con un ámbito profesional, las identidades elaboradas pueden —o no— incluir este medio profesional: es decir, por ejemplo algunos investigadores sobre los medios pueden *también* identificarse como periodistas, pero no todos (Bisbal, 2001; Trejo, 2008). Además, la periodística no es la única actividad profesional de «comunicador». Quien escribe esta introducción piensa que en comunicación no hay una, sino múltiples profesiones: no es lo mismo ser periodista que productor, di-

rector o guionista de ficción televisiva, que comunicador organizacional, aunque aceptaría que todos ellos puedan o deban tener un substrato común de conocimientos comunicativos propiamente (cf. Sánchez Ruiz, 2002b). Por otro lado, creemos que la actividad académica de tiempo completo (docencia e investigación) es una profesión *tout court*. Aquí se analizan algunas formas en que los investigadores sobre medios se relacionan con las ciencias sociales y con otros aspectos de la realidad más amplia. Sin embargo, no se agotan todos los temas posibles.

Hace más de veinte años, Raúl Fuentes Navarro y Enrique E. Sánchez Ruiz (1989) dieron cuenta de que los estudios sobre comunicación en México se encontraban en una situación de «triple marginalidad»: primero, con respecto a las ciencias sociales y luego en relación con la investigación científica más amplia (que a su vez estaba relegada de las prioridades del desarrollo). En múltiples foros en diversas partes del mundo, en los que hemos presentado este hallazgo, hemos encontrado algún grado de identificación de colegas de una diversidad de países y de organizaciones. Una parte del sugestivo capítulo de Raúl Fuentes aquí incluido, a partir de datos recientes, actualiza el asunto de la «triple marginalidad» y encuentra que, a pesar de que aún se sostiene en líneas generales la hipótesis, la situación parece ir cambiando poco a poco a favor de una mayor integración y aceptación del campo de estudios de la comunicación con respecto a aquellos más antiguos y prestigiados, aunque la investigación científica en general parece que recibe el mismo tratamiento marginal en la actualidad, que a fines de los ochenta del siglo pasado. Como lo comentamos antes, se trata de una situación que afecta al campo en muchos países, pero que Fuentes ejemplifica con la presentación intensiva del caso mexicano. Otro tema que trata la interesante contribución de Raúl Fuentes es el de la *disciplina* en relación con los estudios de comunicación. El autor cuestiona la deseabilidad de que se desarrolle tal campo disciplinario, en virtud de lo complejo y múltiple que es el objeto (o los objetos posibles) de estudio, y respalda una propuesta «*post-disciplinaria*», que él mismo ha estado formulando durante los últimos lustros. Aquí vemos una moción de identidad «hacia fuera» o *centrífuga*, en la medida en que lo que propone Raúl Fuentes es simplemente la integración de los estudios sobre comunicación a un campo más amplio, «*post-disciplinario*», que en principio se equipararía con *una ciencia social*, aún inexistente, pues en

principio no equivaldría a los paradigmas «decimonónicos» heredados (Wallerstein, 1999). Hay en México una iniciativa que posiblemente se pueda considerar opuesta a la de Raúl Fuentes, la del desarrollo de una *comunicología*, que propuso en los años setenta el publicista y escritor, español de origen, Eulalio Ferrer (Galindo, 2008). En este caso, hacia dentro (centrípeto), se sugiere el desarrollo disciplinario *comunicológico*, aunque en última instancia con conexiones e interfases transdisciplinarias. El tiempo dirá si la comunidad académica que estudia comunicación (o medios) finalmente adopta una u otra de estas propuestas identitarias, una hacia fuera y la otra hacia adentro. Por el momento, ambas propuestas parecen permanecer en una etapa «teorista» y no haber demostrado que sean fuentes robustas para guiar la investigación empírica que permita conocer mejor la realidad concreta en el ámbito comunicacional.

Raúl Trejo presenta en su capítulo un fascinante repaso de cómo los científicos sociales, pertenecientes a diversos campos, épocas y lugares, han considerado y tratado analíticamente a los medios de comunicación, comenzando por el periodismo decimonónico, hasta los nuevos medios que han hecho posibles los desarrollos tecnológicos contemporáneos. Regresando a las marginalidades, nuestro propio objeto de estudio estuvo relativamente marginado de los intereses de reflexión de los filósofos y científicos sociales durante mucho tiempo, como lo afirma Trejo en su capítulo: «Los medios de comunicación ocuparon un sitio solamente accesorio en la reflexión social y política hasta que, ya cercano el fin del siglo XX, fueron reconocidos como actores sociales con singularidades, intereses y efectos que los distinguen de otros protagonistas de la vida pública». Así, ha sido interesante el ir viendo que, si bien nuestro campo ha seguido siendo parcialmente segregado, nuestro objeto de estudio ha ido cobrando importancia a los ojos de sociólogos, politólogos y otros científicos sociales. El repaso es largo y muy útil, pues nos muestra cómo se ha ido contemplando el objeto principal de estudio de los llamados comunicólogos, los medios de comunicación, desde antes de que este campo académico adquiriese forma institucional y unas identidades académicas determinadas como las actuales. Es, además, una guía excelente para posibles lecturas sobre la evolución de los medios como representaciones sociales y conceptos teóricos en las ciencias sociales.



El capítulo de Enrique E. Sánchez Ruiz hace otro tipo de repaso, éste, a través de ciertos cambios de «epistemes», o de climas ideológicos dominantes de las ciencias sociales Iberoamericanas. Así, rastrea un clima propicio a la crítica social, dominante durante los decenios de 1960 y 1970, y un «espíritu del tiempo» de corte conservador que se configura en los ochenta y predomina hacia el fin del milenio y principios del siglo actual. Propugna por la recuperación del espíritu crítico que reinó en las ciencias sociales latinoamericanas en el pasado. Un eje que atraviesa esta contribución es la necesaria interacción de los estudios sobre medios de comunicación con las ciencias sociales, en virtud de la complejidad y multidimensionalidad de aquellos como objetos de análisis.

Más que encontrar soluciones y propuestas «finales» a las problemáticas planteadas, en este libro se proponen una serie de temas para la discusión, tanto teórica, como epistemológica e incluso ética y política, que pretenden un avance colectivo —en la medida en que los colegas profesores, investigadores y estudiantes tomen el reto. La misma complejidad, actualidad y mutabilidad de los medios e industrias culturales en tanto posibles objetos de indagación científica (y desde luego, de intervención social, cultural, económica y política), llama a cuestionar, discutir críticamente estos temas, así como otros históricamente relevantes y algunos emergentes, que entre otras cosas pueden llevar a consolidar y a vincular las identidades académicas y a fortalecer la presencia dentro del concierto de las ciencias sociales de quienes nos dedicamos a este objeto de análisis elusivo y hoy en día casi omnipresente, como son los medios, procesos, circuitos y redes de comunicación y de información.

### Bibliografía

- BECHER, Tony y TROWLER, Paul R. (2001). *Academic Tribes and Territories. Intellectual enquiry and the culture of disciplines*. Buckingham: Open University Press.
- BISBAL, Marcelino (2001). «La nueva escena y el comunicador social: el resentimiento entre la 'razón identificante' y la 'razón instrumental' ¿Desde dónde pensamos el problema?». En *Diálogos de la Comunicación*, Núm. 61 (Fefacs, Lima, Perú).
- BOURDIEU, Pierre (2008). *Homo Academicus*. México: Siglo XXI Editores.
- DONSBACH, Wolfgang (2006). «The identity of Communications Research. 2005 ICA Presidential Address», en *Journal of Communication*, Vol. 56, Núm. 3, Septiembre.
- FUENTES NAVARRO, Raúl y SÁNCHEZ

- RUIZ, Enrique E. (1989). «Algunas Condiciones para la Investigación Científica de la Comunicación en México». Guadalajara: ITESO. *Cuadernos Huella*, Núm. 17.
- GALINDO Cáceres, Jesús (2008). «Hacia una Comunicología posible en México. Los planes de estudio, la bibliografía y las teorías de la comunicación», en CHÁVEZ y KARAM (Coords.), *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*. México: Praxis, U. de Colima, U.A. de Baja California, U.A. de la Ciudad de México
- GIMÉNEZ, Gilberto (2000). «Materiales para una teoría de las identidades sociales», en José Manuel VALENZUELA ARCE (coord.) *Decadencia y auge de las identidades*. México: El Colegio de la Frontera Norte/Plaza y Valdez.
- JAMES, Nalita (s/f). «Academic Identity Development: Narratives of Shifting Experiences» Documento del Centre for Labour Market Studies, University of Leicester, bajado el 26 de Octubre, 2007, en: [http://britsoc.co.uk/user\\_doc/05BSAConfJames.Nalita.pdf](http://britsoc.co.uk/user_doc/05BSAConfJames.Nalita.pdf).
- KUHN, Thomas S. (1970). *The Structure of Scientific Revolutions (Second edition, enlarged)*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LAKATOS, Imre (1980). *The Methodology of Scientific Research Programs*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LAUDAN, Larry (1977). *Progress and its Problems. Towards a Theory of Scientific Growth*. Berkeley: University of California Press.
- MARQUES DE MELO, José (2002). «Identidad del Campo de la Comunicación: Estrategias para salir del gueto académico», en *Diálogos de la Comunicación*, Núm. 62 (Felafacs, Lima, Perú)
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (2002a). «Identidades en transición en América del Norte: ¿Identidades posnacionales?», en *Republicana. Política y Sociedad*, Año 1, Núm. 1 (Universidad de Guadalajara).
- \_(2002b). «La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: Notas para una agenda», en *Diálogos de la Comunicación*, Núm 64, Noviembre (Felafacs, Lima, Perú).
- TREJO DELARBRE, Raúl (2008). «Comunicólogos y comunicadores. Entre la torre de marfil y el torrente mediático»; Participación en el Noveno Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, octubre 10 de 2008.