

Prólogo

Investigar la investigación en comunicación

Miquel de Moragas Spà¹

La temática de este libro se inscribe en la corriente de estudios de la «metateoría de la comunicación» —de especial vitalidad en las últimas décadas— que analiza las agendas, los métodos, las funciones sociales y los condicionantes de la organización de la investigación en este campo.

Esta vitalidad tiene uno de sus antecedentes en la creación en 2008 de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC) y de su sección de Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación. Pocos años después, en 2014, esta asociación creaba el grupo de trabajo «Historia de la investigación sobre comunicación», que, a partir de 2020, se denominaría «Metainvestigación de la comunicación».

De una forma más directa este libro surge del IV congreso de la citada sección de AE-IC, celebrado en la universidad de Murcia en el año 2019, con el título de «Investigar la comunicación en y desde la periferia: Teorías y métodos no hegemónicos para el cambio social y científico».

Gracias a estas diversas iniciativas y, singularmente al desarrollo de varios proyectos de documentación científica que se mencionan en este libro, disponemos de un buen mapeo de la actividad investigadora sobre comunicación en España (autorías, grupos, publicaciones, tesis doctorales, temáticas tratadas, etc.). Pero, una vez cubiertas estas primeras fases de documentación sobre la estructura de la investigación, era necesario abrir

¹ Miquel de Moragas Spà es Catedrático honorario de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fue presidente de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación entre 2008 y 2016.

una nueva etapa de reflexión sobre las funciones y disfunciones de esta práctica teórica.

Este libro contribuye a este objetivo centrandó su interés en la investigación que habitualmente queda fuera del foco más convencional y burocrático: «la investigación desde la periferia». Para ello, se proyectan sobre la investigación diversas perspectivas, epistemológicas, geográficas, político-culturales y, también, administrativas y profesionales, poniendo al descubierto numerosas lagunas y desequilibrios, pero también las oportunidades que pueden derivarse de nuevos enfoques de investigación.

«Investigar desde la periferia» es una forma de investigación crítica que pone en cuestión, al mismo tiempo, tanto los aspectos epistemológicos (teorías, métodos, agendas) como los aspectos pragmáticos (aplicaciones, prácticas profesionales, lugares de publicación, expectativas de meritocracia, etc.).

Investigar en un contexto, considerar los flujos

Una pregunta general cruza todo el planteamiento de la metateoría de la comunicación: ¿para qué sirve la investigación?

La principal finalidad de la investigación sobre comunicación sigue siendo la investigación funcional o aplicada (en tiempos de Lazarsfeld (1941) se denominó «administrativa»), destinada a resolver problemas concretos de los grandes actores del sistema, a facilitar las estrategias de producción y comercialización de las industrias de la comunicación. Este tipo de investigación, que cuenta con los máximos recursos, no se propone crear conocimientos de interés general y de acceso público. Es investigación aplicada y confidencial.

Pero también existe otro tipo de investigación, no utilitarista, que se propone conocer el conjunto del sistema social, «conocer el mundo», mediante el estudio de la comunicación. Es en esta perspectiva donde se sitúa una buena parte de la investigación crítica en comunicación, más necesaria que nunca ante la nueva ecología de la sociedad de la información.

Pero la investigación crítica no debe conformarse, únicamente, con dar ideas para comprender (intelectualmente) el mundo, sino que también debe implicarse en la producción de conocimientos aplicables a las políticas democráticas de comu-

nicación, orientándolas en sus múltiples aspectos: educativos, culturales, de organización social, de salud, de desarrollo sostenible, etc.

En cada época histórica, en cada país y en cada región del mundo, la investigación ha recibido recursos y demandas sociales distintas, la mayoría de ellas dependientes de los centros de decisión política, económica y cultural. Estas demandas han ido cambiando a lo largo de las últimas décadas, desde la expansión de la *mass communication research* en los años 50 y 60, hasta los actuales nuevos retos de la era digital, pasando por la etapa de expansión del sistema radiotelevisivo (era *broadcasting*) de los años 80 y 90.

La mayor parte de las iniciativas de investigación se fue adaptando a las necesidades funcionales y de legitimación de los grandes medios y de la publicidad, hasta tal punto que podríamos establecer un paralelismo entre la hegemonía en el sistema de comunicaciones y la hegemonía de la agenda y las tendencias de la investigación.

Pero también es justo reconocer que la perspectiva crítica nunca dejó de estar presente en nuestras instituciones académicas, ya sea gracias a iniciativas personales (ensayos y tesis doctorales) o también gracias al apoyo de instituciones académicas y programas de I+D, como se evidencia en los trabajos de este mismo libro surgidos de investigaciones de origen académico.

Estas prácticas de teoría crítica contribuyeron a neutralizar —por lo menos en parte— las tendencias dominantes en la investigación, evitando que la bibliografía (libros y revistas), los métodos originados en los países más desarrollados del planeta (prioritariamente en lengua inglesa), se reprodujeran sin distancia crítica, y llegaran a imponer una concepción unificadora de la relación entre comunicación y sociedad.

Esta tendencia unificadora se iniciaba con la adopción de determinada terminología (*mass culture, mass media, globalization, information society, social media, smart city*, etc.), que no solo se imponía en el lenguaje académico, sino que también se incorporaba al lenguaje común. Esta terminología no es neutra sino definitoria, segmenta los fenómenos, prioriza aspectos, supone positividad, ignora las complejidades y las contradicciones.

Es desde un mismo lugar (y no precisamente desde la periferia) que se producen y se comercializan las nuevas tecnologías

de la información, que se impone la terminología unificada y que luego se extiende y genera la interpretación del modelo de sociedad. En los años 50 y 60 fue el concepto unificador de la «comunicación para el desarrollo», luego fue el de «sociedad de la información» o «sociedad global» y ahora el de «sociedad interconectada».

La veracidad de muchas de estas definiciones queda al desnudo cuando se confrontan con investigaciones comparadas que contraponen la realidad de la comunicación en los diversos contextos económicos y culturales.

Esta necesidad de relacionar la investigación y su contexto no es algo nuevo en el campo de la comunicación, aunque hoy sea una tarea más necesaria que nunca.

Como antecedente significativo podemos remontarnos a las aportaciones del boliviano Luis Ramiro Beltrán (1986) quien, en los años 70, al tratar de las «Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica», «desenmascaraba» las rutinas de exportación de corrientes «foráneas» y abría camino a la nueva escuela latinoamericana de comunicación, frente al funcionalismo desarrollista.

También en Europa se producirían diversas iniciativas para construir un discurso propio sobre las relaciones entre cultura y comunicación en la era de los *mass media*, con aportaciones tan destacadas como las de la Escuela de Frankfurt, la alternativa «apocalípticos e integrados» de Umberto Eco en 1965, o el nuevo «espíritu del tiempo» de Edgar Morin (1966).

Luego vendrían los estudios culturales de la comunicación con autores como Jesús Martín Barbero (1987) o Néstor García Canclini (1989) y las nuevas corrientes críticas de la economía política de la comunicación, que establecieron puentes entre la teoría crítica angloamericana (Smith, Mosco, Schiller, Murdock) y las teorías sobre políticas democráticas de comunicación que influyeron en el *Informe McBride* de la Unesco en 1980.

Estas experiencias también demostrarían que la contextualización de la investigación no significa aislamiento, sino más bien gestión, desde cada periferia, de los flujos de influencia.

Podemos recordar en este sentido el esfuerzo que tuvimos que realizar en España en los años 70, en el largo tránsito de las Escuelas de Periodismo a las Facultades de Comunicación, para ir abriendo puertas a la influencia internacional, especialmente

europea y latinoamericana, también norteamericana, a las que se había dado la espalda como consecuencia de la autarquía en tiempos del franquismo.

Se trataba de un doble cambio, tanto de punto de vista como de origen de las influencias, desplazando a la «doctrina española de la información» por la antropología, la sociología, la historia, la semiótica estructuralista y la economía política de la comunicación. Era un tránsito necesario para poder adaptarnos a las demandas del nuevo contexto democrático.

Sobre las prácticas de investigación: producción y difusión

Interpretar de manera crítica la investigación de la comunicación significa considerar aspectos epistemológicos, pero también aspectos relacionados con las prácticas de investigación y, específicamente, con las condiciones de producción del trabajo científico y las formas de publicación y de promoción de investigadores e investigadoras.

En este libro se examinan, por ejemplo, las limitaciones que suponen las formas de contratación del personal investigador, caracterizado por la inseguridad y la precariedad, o la supeditación de la promoción del personal investigador a las lógicas que imponen las industrias editoriales.

En este sentido se considera necesario revisar la actual interdependencia entre las publicaciones (principalmente revistas científicas) y los méritos académicos, una relación que se ha ido haciendo cada vez más estrecha, al ceder indirectamente (e incomprensiblemente) a los grandes grupos editoriales la valoración de la actividad investigadora.

Se tiende entonces a priorizar aquel tipo de investigación que cabe en los formatos y tiempos de los trabajos académicos (*papers*) y de los artículos en las revistas clasificadas. La investigación se va adaptando y restringiendo a los modos de evaluación académica (el artículo monográfico más que el libro de ensayo), aunque esto sea a costa de dejar fuera a los grandes y complejos temas de la comunicación.

Las grandes revistas académicas actúan como verdaderas *major*s de la difusión científica. Podríamos analizar la producción y la difusión de la investigación de la comunicación a escala inter-

nacional de manera similar a como estudiamos la industria del cine (o la industria audiovisual). La única producción que circula a gran escala es la que se difunde en el eje editorial Estados Unidos-Gran Bretaña. Existe, por ejemplo, un grave desequilibrio en el flujo de influencias entre Europa y América Latina, solo en parte corregido por el creciente interés por los estudios críticos de la comunicación y ahora por los estudios culturales.

Más aún, hoy asistimos al peligro de que esta concentración se extienda al control de otros formatos académicos: a los másters, a los seminarios, a los simposios y a las organizaciones académicas nacionales e internacionales. La política de investigación y sus evaluadores no deberían ignorar estas lógicas de concentración.

Investigación y burbujas académicas

El incremento cuantitativo de la oferta de estudios de comunicación de las últimas décadas (centros, profesorado, estudiantes, grupos de investigación) supone, en positivo, un incremento considerable de la masa crítica de investigación, pero al mismo tiempo supone el riesgo de facilitar la creación de «burbujas» que tienden a cerrarse en sí mismas, acomodándose a tendencias teórico-metodológicas unidisciplinarias, produciendo lo que podemos denominar investigación para el autoconsumo académico.

La proliferación de revistas especializadas que giran en torno a las autocitas, con escasa repercusión fuera de los estrictos círculos académicos, es una manifestación destacada de este encapsulamiento y pone en evidencia la necesidad de revisar los temas y los métodos de análisis utilizados.

Las investigaciones realizadas desde la periferia que se documentan en este libro nos confirman la idea de que la comunicación no es «una» disciplina, sino más bien una postdisciplina o, en todo caso, una constelación de disciplinas que exige prácticas cooperativas de investigación. Las fronteras disciplinarias, temáticas y también territoriales, tan vigentes en nuestro campo de estudio, deberían ser derribadas o permeabilizadas para una mejor investigación aplicable, crítica y responsable.

Este planteamiento exige plantear la investigación como una tarea comparada y cooperativa, lo contrario a una interpreta-

ción burocrática y competitiva de la misma. Ante el nuevo panorama de la investigación parecen más necesarios que nunca los estudios comparados y cooperativos, que permitan la diversificación de puntos de vista y, sobre todo, la comprensión de los fenómenos de comunicación en su contexto social.

Esto significa situar los grandes temas que relacionan comunicación y sociedad (violencia, género, jóvenes, deportes, noticias, audiencia, tecnologías, etc.) en sus marcos de referencia, como fenómenos transversales.

Estos enfoques nos obligan, por de pronto, a abandonar los antiguos esquemas mediocéntricos sobre los que se basó la organización de nuestras instituciones académicas (periodismo, publicidad, relaciones públicas, audiovisual, etc.) y que en la nueva ecología de la comunicación dejan de tener sentido. El nuevo enfoque reclama comprender la complejidad de las relaciones de comunicación, lo que, a su vez, reclama nuevas herramientas que nos conducen a la transdisciplinariedad.

Este interés por la transversalidad de los fenómenos de la comunicación, por la investigación del contexto, constituye el principal núcleo de la aportación de la investigación crítica. Este es el caso de estudios temáticos como la comunicación alternativa o comunitaria, las nuevas formas de producción y circulación de la información, la evolución de las mediaciones en la comunicación, los estudios sobre la diversidad cultural, la comunicación para el cambio social o los estudios feministas de la comunicación, entre otros.

El lector encontrará en este libro varios ejemplos de esa nueva mirada ampliada del campo de la comunicación, que incluye a los medios, pero también a otras formas de expresividad.

La mirada feminista

De manera muy destacada la mirada feminista constituye un ejemplo paradigmático de las aportaciones potenciales de la investigación crítica a la comunicación, al situar la comunicación en el núcleo de la estructura social, en la comunidad.

Estos planteamientos se producen en paralelo al incremento de la presencia de investigadoras en la actividad académica de la comunicación (profesoras, tesis doctorales, dirección de proyec-

tos, publicaciones). En este sentido, puedo recordar que la presencia de mujeres entre el profesorado de las antiguas escuelas de periodismo era excepcional, o que, en la etapa de creación de las Facultades de Comunicación, hace ya 50 años (1971), esta presencia aún era mínima. Desde entonces tuvo que recorrerse un largo y dificultoso camino para irse acercando a la igualdad de género.

Este incremento de la participación de mujeres en la academia ha impulsado la renovación de los temas y los enfoques de la investigación en comunicación, pasando por sucesivas etapas. Primero con el predominio de los estudios de contenido sobre los estereotipos que prefiguran la desigualdad en la imagen de hombres y mujeres, en la publicidad, en el cine, en la información. En una fase posterior, con enfoques más socioeconómicos, que estudiaban la presencia (ausencia) de mujeres como profesionales en los medios y en las estructuras de poder de la comunicación.

Los nuevos enfoques feministas, al introducir nuevas fórmulas para interpretar la estructura social, también cambiarían el paradigma de las funciones y los usos de la comunicación, cuestionando en cascada varios lugares comunes de la investigación hegemónica de la comunicación. La experiencia de la investigación feminista es paradigmática del nuevo rumbo que debe tomar la investigación, no solo respecto de los lugares desde donde se hace la investigación, sino también de los lugares donde habitan los sujetos que se comunican.

Desde el punto de vista metodológico, el análisis de temas como las desigualdades de género, la exclusión y las migraciones, o la ocultación de las lógicas de los procesos de información, reclamaba una nueva mirada interdisciplinar a la comunicación. Pero desde el punto de vista teórico, este análisis reclama también una nueva mirada a la comunicación, ahora desde la perspectiva de los derechos humanos.

Como dice Teresa Vera en su capítulo «no se trata de agregar mujeres (o género) sino de subvertir las pautas que guían las preguntas con las que apelamos a la realidad con la intención de transformarla».

Prospectiva en una etapa de cambios

La necesidad de investigación crítica, desde la periferia, se hace aún más evidente con la aparición de internet y las nuevas formas de información en la era *big data*.

La historia de la comunicación en las últimas décadas se caracteriza por la sucesión acelerada de cambios en el panorama —y en el paradigma— de la comunicación. Al desarrollo de la era *broadcasting* (años 1990), le siguió la era internet (1996-2006) y la consolidación de las redes sociales (2006-2010), hasta llegar a la actual etapa del *big data* y de la inteligencia artificial. Esta última etapa coincidiendo con la expansión de la pandemia del coronavirus (2020-2021) que ha producido una especie de «efecto lupa» sobre la evolución del sistema de comunicaciones, conjugando, paradójicamente, conectividad y aislamiento.

En este nuevo contexto la investigación debe afrontar importantes retos. Por una parte, ofrecer una visión de conjunto («el espíritu del tiempo») sobre las funciones de la información en la sociedad, y eso significa avanzar en una prospectiva capaz de identificar tanto sus riesgos como sus potencialidades. Por otra parte, la investigación también debe facilitar el aprendizaje del uso de estos nuevos recursos en proyectos prosociales y de comunicación participativa, en el marco de nuevas políticas de comunicación y cultura.

Téngase en cuenta que la aceleración de los procesos tecnológicos facilita el ocultamiento de sus propias contradicciones. Sus agentes (las grandes plataformas) son, al mismo tiempo, sus fabricantes y promotores. No se limitan a autodefinirse como nuevos medios y nuevas oportunidades de comunicación, sino que también nos orientan en la interpretación del modelo de sociedad en la que nos invitan a vivir.

Tardíamente, después de una primera etapa de optimismo fundacional (Facebook se generaliza en 2010), se ha ido descubriendo que no todo era espontáneo, neutral o transparente en la red. Los usuarios de internet nos fuimos dando cuenta de que, atraídos por las ventajas en los servicios de información, estábamos siendo sometidos a un control permanente de nuestras comunicaciones. Fuimos descubriendo que, con la trazabilidad de nuestros datos y gracias a unos algoritmos cuya lógica se mantenía oculta, se iban creando en nuestro entorno bur-

bujas informativas, que nos hacían más controlables y podían terminar haciendo más estrecho el enfoque de nuestra mirada al mundo.

Vivir en un campo de referencias construidas únicamente con información «amiga» podía representar grandes ventajas para las estrategias de la publicidad, que buscan *targets* precisos y más «gustos» que «desagradados», pero también podía tener efectos perversos sobre la toma de conciencia y el debate democráticos.

La interpretación sesgada y el optimismo inicial con el que se recibió la era internet y las redes sociales constituye un ejemplo de lo que la investigación crítica debe contrarrestar, distinguiendo potencialidades y riesgos. No es la primera vez, a lo largo de la historia de la comunicación, que la introducción de novedades se presenta inicialmente con las mejores expectativas de democratización y de participación, para ir perdiendo esta virtualidad a medida que la tecnología se va implantando en el mercado, respondiendo, cada vez más, a los intereses de la economía global. La llegada de internet vino cargada de promesas de empoderamiento, ocultando sin embargo las contrapartidas de recentralización y de comercialización de sus prestaciones.

Pero la distancia crítica que pueda adoptar la investigación desde la periferia (respecto al tecno-optimismo) deberá combinarse con una visión de proximidad crítica que ofrezca apoyo teórico a los proyectos de comunicación participativa y democrática.

Cuando aún quedan por resolver muchos de los problemas de las políticas de comunicación del siglo XX, entre ellos la regulación democrática de los medios comunitarios, o del servicio público audiovisual independiente, o las políticas de diversidad cultural, ya se han hecho presentes los nuevos retos de internet, de las redes sociales o la gestión del *big data*. Pero estos fenómenos tampoco son finales de trayecto, sino eslabones para el inicio de nuevas etapas, abriendo múltiples incógnitas sobre las formas de control y el poder de la información.

Este es el nuevo escenario donde desarrollar la colaboración entre el trabajo académico y las políticas de comunicación y cultura, a lo que contribuye este libro dedicado a *Pensar la comunicación desde las periferias*.

Referencias bibliográficas

- Beltrán, Luis Ramiro (1986): «Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica», en Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 73-107), Barcelona: Gustavo Gili.
- Eco, Umberto (1965): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Lumen.
- García Canclini, Néstor (1989): *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México: Grijalbo.
- Lazarsfeld, Paul (1941): «Remarks on administrative and critical communications research», *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 9, núm. 1, pp. 2-16. doi: <https://doi.org/10.5840/zfs1941912>
- Martín-Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Morin, Edgar (1966): *El espíritu del tiempo: Ensayo sobre la cultura de masas*, Santander: Taurus.