

# Los nuevos escenarios de la investigación comunicacional

Marcelino Bisbal  
Universidad Central de Caracas  
Venezuela

---

## RESUMO

---

Como recuperar a década perdida? Antes, tínhamos respostas prontas para os problemas suscitados pela realidade social. Mas a realidade se tornou mais rica e complexa, fazendo obsolescer os paradigmas vigentes.

Diante do fracasso dos macro-projetos ou propostas globais, talvez encontremos a saída retornando aos "sujeitos" (atores sociais), reconhecendo-os como autênticos usuários do espaço comunicacional e portanto como condutores legítimos para identificar novas formas de apropriação de sentido que devem ser dadas ao universo mass-mediático.

*Palavras chave:* Teoria da comunicação; metodologia da pesquisa; comunicação de massa; comunicação latino-americana.

---

---

## ABSTRACT

---

How to regain the lost decade? Before, we had made answer to all the problems put at the table by the social reality. But reality became richer and complicated, converting obsolete these valid paradigms. In front of the macro-projects or global proposals failure, maybe the way out can be the return to the social actors, by recognizing them as real users of the comunicational space and consequently the best guides to identify new forms of meaning appropriation to be done to the mass media.

*Keywords:* Communication theory; research methodology; mass communication; Latin American communication.

---

---

## RESUMEN

---

Como recuperar la década perdida? Antes teníamos respuestas a los problemas que se suscitaban em la realidad social. Pero la realidad se ha presentado más rica y compleja, envejeciendo los paradigmas vigentes. Frente al fracaso de los macro-proyectos o propuestas globales, la alternativa puede ser la vuelta a los "sujetos" (actores) sociales, reconociendo la gente como usuario del espacio comunicacional y es ella la que nos debe decir acerca de las nuevas formas de apropiación de sentido que le dan a lo mass-mediático.

*Palabras clave:* Teoría de la comunicación; metodología de la investigación; comunicación masiva; comunicación latinoamericana.

---

*"Donde quiera que hay tensiones hay posibilidades"*

(Michel Foucault)

Es bien difícil, sino imposible, dar respuesta cabal a la interrogante que hoy nos está reuniendo: "La investigación latino americana de comunicación: ¿como recuperar la década perdida?" Creemos que no se trata de formular un prontuario de cómo, de maneras de salir, de recetas para recuperar algo que parece hemos perdido y seguimos perdiendo. Antes teníamos, creíamos tener para ser más precisos, respuestas a los problemas que se suscitaban en la realidad social, pero al tiempo hemos descubierto que esas salidas o soluciones no eran más que aproximaciones, a veces ni eso, a lo que se estaba interrogando. El tiempo ha jugado con nosotros y con nuestras teorías. La realidad se ha presentado más rica y compleja de lo que sospechábamos y ya ningún paradigma o modelo teórico y/o académico da cuenta de lo que está aconteciendo en el mundo de lo social, y particularmente, en el mundo de la política y la economía. Y por qué no, en el mundo de la ética ya que "la ética ya no disfruta de la serena posesión de un espacio indiscutido en la conciencia de los hombres"(m. Viana, 1992).

Se instaló la CRISIS en todos los órdenes de la vida. Nunca como hasta ahora se había nombrado tanto esa palabra. Es la palabra clave que inicia el debate y la confrontación. una idea clave como en otros tiempos lo fueron otras tantas palabras como izquierda, derecha, socialismo, revolución... Como dice Morin, es una palabra que hoy día ilumina todo el universo y que por un buen tiempo, que desconocemos cuánto, estará presente entre nosotros. Se trata de una palabra, convertida en realidad, que aspira a descifrar lo que está pasando como una visión del mundo. La palabra CRISIS remite, pues, al intento de explicar lo que está sucediendo en lo real y desde allí instalar las ideas para entender, tan sólo para eso, porque lo otro de dar fórmulas y caminos es imposible de hacer. Todo está cambiando demasiado rápido.

¿Y entonces? ¿Cómo responder a la pregunta que nos convoca? Quizás el aporte más honesto de nuestra parte, quizás también el más razonable, sea el de sistematizar algunas visiones, una propias y otras no, de lo que estamos viendo y cómo influencia al sector de la comunicación y cómo la gente se está comportando frente a esas visiones que hoy más que nunca son hiperreales y que obligan a empezar desde el principio porque "configuran en ese sentido el paisaje de otra época"(U. Eco, 1983).

## I LA CRISIS Y LOS CÁMBIOS

### **\* Es primero una crisis socioeconómica**

Para la América Latina estamos dentro de una década contradictoria, después de haber atravesado otra década de grandes contrariedades. Nuestro continente ingresa a los años ochenta con esfuerzos inimaginables por lograr países democráticos después de regímenes de fuerza. Pero esos escenarios de democratización de la vida política no se vieron y no se han visto acompañados

por mejoras en la salud económica de los distintos países del continente. Si ha sido evidente, dentro de los vaivenes propios de la vida, la vuelta a la democracia en la región, no ha sido nada evidente la solución de los problemas en el orden de la economía por lograr un reparto más equitativo y por disminuir la tasa de pobreza. Aparecía la democracia como la esperanza de dar respuestas a las demandas sociales, sin percatarnos que la coyuntura económica del continente atentaba contra esa salida. Surgía así el desencanto y nuevamente la crisis política y económica. “¿Cómo no ver que la América Latina, en su conjunto, construye o reconstruye democracias, en condiciones económicas tan difíciles como las que implicaron, tras la primera guerra mundial, la destrucción de las democracias en la mayor parte de Europa?” (Alain Touraine, 1989).

¿Es posible por lo tanto hablar de modernidad como “camino del progreso”, en América Latina sin “modernización del aparato socioeconómico?”

Pero de todas formas hay una tensión teórica y pragmática, producto de la cotidianidad del desenvolvimiento económico de nuestros pueblos, entre “modernización” y “modernidad”. Esta tensión es consecuencia del reordenamiento mundial que ya surgido en los actuales momentos. Las naciones más desarrolladas del globo han asumido una modernización en la perspectiva de la racionalidad técnico-instrumental y ella se ha convertido en imperativo para el técnico-instrumental y ella se ha convertido en imperativo para el “resto”. No hay posibilidades, de acuerdo al “proceso transnacional de modernización”, de escapar-se. Ninguna nación en estos momentos puede actuar “libremente” y “autónomamente” en los terrenos de la economía, y seguro que también en la política, del “resto”. De hacerlo, su “modernización” está asegurada al fracaso, aún cuando como dijera proféticamente Osvaldo Sunkel (1971) que “la reciente integración transnacional del mundo provoca simultáneamente una desintegración nacional”.

Lo que pretendemos subrayar es la distancia entre las ideas fuerza de “modernidad” y “utopía” que inspiraron a muchos latinoamericanos, tanto de sectores conservadores como revolucionarios, y las condiciones reales de la región. Quizás por eso se dice que la modernidad latinoamericana es la “expresión de un imaginario insatisfecho”.

#### **\* ... pero también es una crisis de pensamiento**

Estamos en presencia de una crisis de pensamiento, quizás de una crisis cultural. Las grandes teorías heredadas, la mayoría de ellas por utopía y por supuesto que por convicción, de la racionalidad ilustrada como que han sucumbido. Las colectividades no responde a ellas, tal como lo hacían en décadas pasadas. Pocas individualidades se sienten amarradas a ese tren de la historia del conocimiento humano, mientras que otro tipo de racionalidad se ha instalado en el pensamiento y la acción humana. Esto es fácil de constatar en estos días y en los últimos años.

En efecto, vemos que hay una situación de crisis en la manera de entender e interpretar/reinterpretar al mundo y la vida dentro de él. Surge así el enfrentamiento con otra concepción/visión de ese mundo y de esa vida: la postmodernidad. Alguien diría que esa mentalidad, aun no definida y clarifi-

cada del todo no es más que la respuesta o la alternativa frente a la “crisis de sentido” que se instaura en el hombre como una razón sin sentido y un mundo sin sentido. Es la idea de la postmodernidad: “Los modernos, creyendo posible construir un futuro mejor, sacrificaron el presente al futuro y, como no hay futuro, se quedaron sin presente y sin futuro. Los postmodernos, convencidos de que no existen posibilidades de cambiar la sociedad, ha decidido disfrutar al menos del presente con una actitud hedonista que recuera el *carpe diem* de Horacio. “Las flores no las quieren para el funeral”, sino ya”.

Puede aparecer como contradictoria nuestra visión de la situación actual y lo que acabamos de referir como explicitación de esta nueva condición de la vida. ¡Todo lo contrario! Creemos que esta década, la de los noventa, es una década de transición y es una década estratégica. se trata de una coyuntura no imperecedera, entrecruzada por crisis de lo real y por crisis del pensamiento, inclusive del contexto cultural. Una crisis que no podemos leer con nuestros ojos anclados solamente en la razón ilustrada, porque ¿Y si descubrimos que esa razón ilustrada hoy día transita por otras vías que no han sido las nuestras? Creo que por allí va el camino, es decir entender que la cultura y el pensamiento de las nuevas generaciones responden a otros intereses, a otras lógicas y a otras formas de percibir el mundo y la vida, si se quiere (para nuestra mentalidad) en forma “oblicua”, fragmentada, transnacionalizada, management-riorizada, pero al fin y al cabo es una forma distinta. ¡Hay que aprender a ver!

## II REPENSAR LA COMUNICACION

### \* Necesariamente pasa por la CULTURA MASIVA

Vistas las cosas así, la concepción de la comunicación debe ser reflexionada de manera distinta a como lo hacíamos en los años setenta y parte de los ochenta.

En primer lugar, esto significa que debemos meditar tranquilamente sobre la concepción teórica de la cultura en contraste con su práctica cotidiana. Es importante que en este aspecto nos detengamos para considerar los rasgos de una de las formas que adquiere esa cultura como es la cultura masiva (cultura que no siempre alude a los medios de comunicación).

Nuestras reflexiones académicas sobre el tema de la cultura masiva en y a través de los medios de comunicación han estado atravesadas por un “pesimismo cultural” o por un excesivo “optimismo” producto de las corrientes teóricas que determinaron los estudios de la Teoría y la Sociología de la comunicación durante mucho tiempo, y todavía, al interior de las Escuelas de Comunicación Social, Sociología, Educación y hasta en Psicología.

Y hoy día, tal como afirmara el estudioso Jesús Martín Barbero, “las preguntas son otras. Y son precisamente esas preguntas, las que horadando el empirismo y la seguridad que da la tautología, han puesto al descubierto las trampas: la falsa autonomía de que se dota a la problemática de la comunicación tanto en la versión cientificista como en la culturalista (...)” (J. M. Barbero, 1987).

Se trata de verle un nuevo rostro a la cultura masiva, porque si no lo hacemos nos quedamos ante la realidad. Hoy día, por ejemplo, es insoslayable presenciar como la gente, tanto por nivel socioeconómico como por nivel educativo, cada día hace un uso más masivo de los medios de difusión. En base a una encuesta en el área metropolitana de Caracas, llevada a cabo por una importante empresa encuestadora del país sobre las respuestas dadas por los 800 interrogados, encontramos que entre las actividades de esparcimiento preferidas después del día de trabajo lo ocupa la de esparcimiento preferidas después del día de trabajo lo ocupa la de ver la televisión con un total del 43 por ciento, porcentaje que se eleva hasta casi el 60 por ciento en las clases más pobres de la población. Igual en cuanto a las recreaciones predilectas para los fines de semana, la televisión se lleva el primer lugar con un 30 por ciento.

Nuestra realidad, la venezolana y por igual la latinoamericana, está hoy día marcada a través de la pantalla de televisión. Al revisar algunas cifras (1991), en donde cada medio audiovisual hace su oferta medial, nos encontramos con:

- Home Video: ..... 425 mil horas semanales
- Parabólica: ..... 64 mil horas semanales
- TV interior: ..... 500 horas semanales
- TV Caracas: ..... 548 horas semanales
- Abonados TV: ..... 2.850 horas semanales

Podemos afirmar con Jesús Martín Barbero que “la cultura cotidiana de las mayorías, no sólo en las ciudades sino en el campo, en un país tan urbanizado como Colombia, está cada día más modelado por las propuestas, los modelos y las ofertas culturales de los medios masivos. Por escandaloso que suene, las mayorías latinoamericanas están accediendo a la modernidad no de la mano del libro, no siguiendo el proyecto ilustrado, sino desde los formatos y los géneros de las industrias culturales del audiovisual”(J. M. Barbero, 1991).

O aquella queja dramática y académica a la vez que lanzara la brasilera Anamaría Fadul en 1992 cuando afirmaba que “el lucro, cuando aliado con el éxito, sólo puede merecer el silencio, nunca el esfuerzo de comprensión del mecanismo seductor y fascinante de hacer llegar a través de la mediación de la ficción televisiva no solamente sueños y fantasías sino también problemas y preocupaciones que rodean el universo cotidiano de esas obras” (A. M. Fadul, 1992).

### III

## AJUSTE DE CUENTAS CON LA INVESTIGACION COMUNICACIONAL

### \* Una visión sin “anteojeras”

¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación? Porque esta sociedad de la comunicación no está transitada solamente por los medios de comunicación prensa, radio, cine y televisión. El asunto ahora es más complejo,

esos medios de comunicación de masas han evolucionado hasta convertirse en multimedia. La pregunta obligada ahora es: ¿qué son los medios de comunicación de masas hoy día y en estos momentos? La respuesta es apremiante porque esta sociedad multimedia nos ofrece un entorno totalmente diferente a la sociedad de las décadas pasadas, de los años anteriores.

Este no es el momento ni el espacio para saldar cuentas con las corrientes de pensamiento que han prevalecido en el análisis e investigación de la comunicación de masas, aún reconociendo sus aportes. El "ambiente cultural" que han instalado los medios de comunicación de masas y los nuevos escenarios que ellos han implantado con el consentimiento del perceptor o consumidor no puede ser leído desde el recorte que imponen esas corrientes o tendencias. Cabe hacerse una pregunta pertinente al respecto, es decir, si será posible reflexionar los nuevos fenómenos de la comunicación de masas, convertidos en multimedia, con formulaciones y teorías surgidas en el seno de la modernidad y por representantes típicos de esa misma modernidad. ¿No habrá que repensar esas formulaciones y proposiciones por ser un producto "exquisito" de la racionalidad ilustrada? Porque ahora, para las nuevas generaciones y algunos de nosotros, las distancias entre lo culto (como producto estético) y los mass-mediático (también producto estético. ¿Por qué no?) se han acortado, inclusive se confundem. O como dice Martín Hopenhayn (1992): "antes de construir nuevas imágenes mejor preguntarse en qué medida tienen posibilidad de prosperar, como fuente de legitimación para el cientista social latinoamericano, imágenes alternativas que fueron hijas del mismo tronco de racionalidades?"

#### **\* Para recuperar lo irrecuperable o ¿hacia una agenda de prioridades alternativas?**

Tal como decíamos antes: el paisaje ha cambiado. "La política es el arte de lo posible", aseveró uno de los pensadores más lúcidos de los tiempos modernos, "y la política de los noventa necesita de este arte político, que no claudique de los valores y principios sino que los profundice, los purifique y los adapte a las nuevas condiciones" (X. Gorostiaga, 1992) Y las nuevas condiciones en el área de las comunicaciones son las de un mundo multimedia; son la integración de la cultura culta-ilustrada y la cultura mass-mediática; son las prácticas mestizadas o "híbridas"; son los evidentes procesos de "desterritorialización" cultural que los pueblos sufren; la irrupción del marketing social, de mercado y hasta político; el mayor despliegue de contenidos de entretenimiento en los nuevos medios de comunicación; la "cultura del espectáculo" a través de la pantalla; son también los usos múltiples de la pantalla televisiva: transmisiones satelitales, videojuegos, acoplamiento informático, informática financiera desde el hogar y la oficina...; el papel hegemónico de la comunicación de masas; las desregulaciones o desreglamentaciones y las privatizaciones en donde se pone en juego el papel del Estado frente al sector; son las descentralizaciones y las privatizaciones en donde se pone en juego el papel del Estado frente al sector; son las descentralizaciones de contenidos, de infraestructuras y hasta de propiedad...

Las opciones agendarias para “recuperar lo perdido” en el orden de la reflexión “parecieran apuntar hacia nuevas mediaciones entre el cientista social y su objeto, o entre el conocimiento y la realidad” Y glosando a Vattimo podemos afirmar que los tiempos tienen su ritmo y revelan una dirección, sólo si son leídos, interpretados y comprendidos por lo que ellos tienen de nuevo y de utilidad para las gentes.

El investigador venezolano Jesús María Aguirre y coautor junto con nosotros de algunos trabajos y siendo partícipe de propuestas en común, apuntaba en 1989 que “a más de quince años de las primeras reflexiones a la llamada Comunicación Alternativa o Alternativas Comunicacionales - y en un contexto económico y político mucho más crítico con un horizonte muy brumoso, entre la alternativa de soñar despierto en unos modelos ideales de comunicación y convivencialidad o de establecer algunos criterios de acción estratégica para orientar la práctica cotidiana, preferimos optar por esta segunda vía, que deja abierta la construcción de modelos:

1. **principio de alteridad.** El salto del conocimiento instrumental (información) a la comunicación (diálogo) entraña el riesgo de la solidaridad con el otro. El diálogo es deudor de la solidaridad. El dilema básico es si se está o nos dispuesto a convivir con el otro, y no meramente a utilizar al otro, llámese persona, grupo, clase, etnia o nación.

2. **principio de codecisión.** Cualquier norma o código válido tiene que satisfacer la condición de que las consecuencias y subconsecuencias, que resulten previsiblemente de su seguimiento universal para satisfacer los intereses de cada individuo, puedan ser aceptadas sin coacción por todos los afectados. Ello presupone, contra las prácticas habituales, que normalmente los ciudadanos comunitarios están en capacidad de tomar decisiones tan responsables como las “instancias competentes” siempre que se den a conocer las alternativas.

3. **principio proxémico.** todas las cosas iguales (hechos, fenómenos, seres u objetos) tienen tanta menor resonancia cuanto más lejos se hallan del punto de referencia: “aquí y ahora”. Para cada núcleo social “su” problema es el primer “problema”.

4. **principio del umbral crítico.** Cada sistema posee una escala óptima de desenvolvimiento y los umbrales críticos circunscriben su espacio de sobrevivencia y convivencia. Hay que prever los límites y la nocividad de ciertos modelos y tecnologías de acuerdo a los umbrales naturales que son efecto de la necesidad, y de los umbrales culturales, que son el hecho de la libertad.

5. **principio de complejidad.** Frente a la postura de tratar la complejidad creciente por la simplificación reduccionista (modelos lineales, sistemas centralizados jerárquicos, explicaciones monocausales, ...) hay que buscar respuestas multipolares (modelos diádicos, sistemas descentralizados, estructuras abiertas a diversos niveles: matrices sociales, espacios socioculturales, medios complementarios,...)

Quizás desde allí encontremos una salida. Es la vuelta a lo “pequeño”, a lo “micro”, a los “sujetos”(ahora actores) sociales. Frente al fracaso de los

macroproyectos o propuestas globales: irrumpe (aunque siempre estuvieron presentes "aquí y ahora") la gente como usuario del espacio comunicacional y es ella la que nos debe decir, dejando a un lado las "soberbias académicas" y de vanguardia tan propias de los intelectuales, acerca de las nuevas formas de apropiación de sentido que le dan a lo mass-mediático,

Acerca de las nuevas sensibilidades, sobre los nuevos gustos y sobre los signos que ellos ven como códigos de identificación y reconocimiento.

Los sesenta y los setenta desaparecieron, y lo que dice José Joaquín Brunner acerca de las viejas retóricas de izquierda es propicio recordarlo para romper el maniqueísmo al que podemos llegar tratando de irrumpir con un mensaje y una reflexión que tome en cuenta al usuario, a la gente, porque "esas retóricas son parte de un "progresismo" que se quedó encerrado mental e ideológicamente en sus propias producciones, sin capacidad de abrirse a las nuevas circunstancias, a los desafíos contemporáneos y a las exigencias del tiempo que viene"(J.J. Brunner, 1990).

¿Es esto una "inevitable sumisión"? Quizás pueda ser leído así. No fue nuestra intención y no es nuestra postura. Sólo hemos tratado de reflexionar, trayendo hipótesis e ideas de aquí y de allá, formulando preguntas y repensando cosas. Porque solamente donde hay tensiones, aunque estas sean de cómo estamos viendo los escenarios ahora, hay posibilidades como diría Foucault. Sería grave que frente a los cambios, estuviéramos seguros... Y como dice E. Morin (1981): "¿Apostar? No sabemos si todo está ya decidido, si nada está decidido. Nada es seguro, sobre todo no es lo mejor, pero comprendiendo también lo peor. Tenemos que julgar en la noche y la niebla".

Caracas, agosto de 1992.