

El desarrollo, la organización y el uso de la comunicación social en México

RAÚL FUENTES NAVARRO*

INTRODUCCIÓN

El propósito general de este ensayo es exponer una panorámica general de los orígenes, desarrollo y perspectivas del estudio de la comunicación en México, pero sin descuidar la ubicación de las particularidades nacionales en la trama de influencias e interrelaciones que a nivel mundial han determinado la constitución de una ciencia social aún mal definida y en pleno proceso de fundamentación. Por tales condiciones de la propia disciplina y por las limitaciones de espacio, además de las que obviamente caracterizan al autor, este trabajo no es más que una incompleta aproximación al tema y una invitación al debate, extendida a los interesados en sistematizar el conocimiento sobre la comunicación y continuar la exploración de sus bases.

La comunicación es hoy referente de diversas prácticas, que comprometen a un número creciente de individuos e instituciones, y su presencia en los campos actuales de atención y de actividad social es insoslayable. Al mismo tiempo que se presenta como fenómeno multiforme que incide cada día sobre más aspectos de la vida cotidiana, se ha constituido en objeto de investigación desde diversas perspectivas, en carrera universitaria de alta demanda y en una serie de actividades profesionales especializadas. La idea

* ITESO-Guadalajara.

que subyace este texto es que, a pesar de la interdependencia que han mantenido las estructuras teórica, investigativa, universitaria y profesional en su desarrollo alrededor de la comunicación, las prácticas respectivas no se articulan armónica ni consistentemente entre sí. Más bien, cada una de ellas da lugar a vinculaciones diversas con distintos elementos extracomunicacionales de la dinámica social.

I. UNA APROXIMACIÓN AL CAMPO DISCIPLINAR

Hace ya mucho tiempo que el problema de la "definición del objeto" es preocupación constante en el discurso de muchos estudiosos de la comunicación social. Con menos insistencia, pero con pertinencia equivalente, se ha señalado la carencia de modelos metodológicos apropiados para la producción de conocimiento sobre lo que ha sido delimitado, de diversas maneras, como objeto. Los cuestionamientos epistemológicos, sin ser necesariamente recientes, han sido hasta ahora insuficientes para resolver el problema de la fundamentación científica de una ciencia de la comunicación, ampliamente aceptada como tal.

La comunicación presenta esa dificultad que Piaget llamaba "dualidad epistemológica": el sujeto humano interviene como investigador de fenómenos de los cuales es también actor. De ahí la necesidad de distinguir entre el carácter esencial de la comunicación, constituyente de las relaciones y las organizaciones sociales, y su carácter instrumental, determinado por éstas y orientado a operar mediaciones de alcances diversos en las prácticas de la sociedad.

En el primero de los planos señalados, el objeto de una teoría de la comunicación se confunde con el de la filosofía: remite a un cuestionamiento sobre la humanidad de los hombres, en su conformación interna y en su socia-

lidad, tanto desde enfoques materialistas como idealistas. En síntesis, la etimología tan citada del “poner en común”, al atender a la función esencial de la comunicación, significa la acción de compartir: la interacción por la cual los actores participan en la construcción de un “consaber” que establece entre ellos una relación de comunidad y los identifica como entes convivientes. La comunicación es, entonces, “elemento constitutivo, y no superestructural de lo social”,¹ y su estudio se ubica entre las ciencias humanas y culturales y la filosofía, con orígenes en la más remota antigüedad.

Pero en el segundo de los planos, el instrumental, el objeto de una teoría de la comunicación como acto a través del cual se transmiten informaciones de un sujeto, individual o colectivo, a otro, remite al nivel de las operaciones técnicas y las respectivas tecnologías para imponer la significación elaborada en un punto sobre aquel otro hacia donde se transmite. La misma etimología, “poner en común”, cobija este segundo significado: no sólo se pone en común cuando dos sujetos interactúan en la producción de un saber, sino también cuando uno de ellos lo transmite ya elaborado al otro y éste lo asimila a su cotidianeidad. Comunicar es entonces la acción destinada a influir, a determinar la conducta de otros, y su eficiencia depende de la habilidad para operar sobre los mensajes transmitidos, los medios para hacerlo y la situación del receptor. La relación entre sujetos es aquella de la causalidad y por ende un ejercicio del poder. El estudio de estas relaciones se ubica en parte en las ciencias sociales, pero también entre las artes y las técnicas, y se ha desarrollado sobre todo en este siglo, a propósito de los fenómenos suscitados por los medios masivos de difusión. Si como quería Cassirer, “el comuni-

¹ Antonio Pasquali, *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila, 1976, p. 47.

carse requiere una comunidad de determinados procesos, no en la mera igualdad de los productos”,² la indagación sobre los procesos involucra el estudio de la esencia de la comunicación, a diferencia de la obtención de esa “igualdad de los productos” que implica una concepción instrumental de la comunicación para el logro de tal fin.

Esta ambigüedad original del término “comunicación”, que es más que una dificultad de lenguaje, ha representado una condición para el estudio que se ha complicado por los diversos sistemas teórico-metodológicos en que se ha encuadrado, y por las motivaciones históricas extra-científicas en que se ha desarrollado. “El conocimiento científico, como el lenguaje, es intrínsecamente la propiedad común de un grupo... para entenderlo, necesitamos conocer las características específicas de los grupos que lo crean y lo usan”, señala Kuhn.³ Por ello, trazar una descripción más fiel del campo que arduamente trata de definirse para estudiar la comunicación social, exige una contextualización más concreta.

II. RECONSTRUYENDO LOS ORÍGENES

El término “comunicación social” refiere a aquella comunicación entre humanos “que se sirve de tecnologías que permiten multiplicar los productos comunicativos, implica a numerosos sujetos, o se refiere al acontecer que concierne a la comunidad”.⁴ Caracterizada, así, por sus medios, sus alcances y sus referentes, la comunicación social es un fenómeno propio del siglo XX, aunque sus antecedentes re-

² Ernst Cassirer, *Las ciencias de la cultura*, México, FCE, 1951, p. 163.

³ Thomas S. Kuhn, *The Structure of Scientific Revolutions*, University of Chicago Press, 1962, p. 210.

⁴ Manuel Martín Serrano, *La producción social de comunicación*, Madrid, Alianza Universidad, 1986.

mitan mucho tiempo atrás. Es en este siglo cuando las tecnologías de producción, reproducción y difusión de mensajes se han desarrollado inconteniblemente; cuando se han institucionalizado y extendido a todas las sociedades las organizaciones especializadas en distribuir masivamente los productos elaborados gracias a esas tecnologías, hasta convertirse en "los principales aparatos de hegemonía",⁵ y cuando las representaciones del mundo y de la vida que proyectan y operan los sujetos dependen cada vez en mayor medida de la información que difunden los medios masivos.

El surgimiento de estos medios fue, en el contexto de la transformación social que a partir de la revolución industrial se extendió en Europa y los Estados Unidos, un estimulante conjunto de fenómenos para los investigadores sociales durante las primeras décadas de este siglo. Wilbur Schramm⁶ ha reconstruido el origen de la investigación en comunicación en los Estados Unidos a través de la figura de una "encrucijada" académica por la cual pasaron muchos pero pocos se quedaron, y menciona a los cuatro "padres fundadores": Paul Lazarsfeld, sociólogo, pionero de los estudios sobre los efectos de los medios sobre sus audiencias; Kurt Lewin, psicólogo experimental, interesado en los grupos y su influencia sobre la conducta y las actitudes; Carl Hovland, psicólogo también, estudioso de la propaganda y los cambios de actitud por la persuasión comunicativa; y Harold Lasswell, uno de los iniciadores del estudio de la propaganda, de los grandes análisis de contenido y primer sistematizador teórico a través de su célebre esquema: "Quién/ dice qué./ a quién./ por qué canal./ con qué efectos", distinguiendo el análisis de control, el de

⁵ Javier Esteinou Madrid, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, México, CEESTEM-Nueva Imagen, 1983.

⁶ Wilbur Schramm, "Investigación de la comunicación en los Estados Unidos", en Schramm (comp.), *La ciencia de la comunicación humana*, México, Roble, 1975.

contenido, el de audiencias, el del medios y el de efectos, respectivamente.⁷

Dos de estos "padres fundadores", Lazarsfeld y Lewin, provenían de Europa: la geopolítica los llevó a los Estados Unidos a principios de los treinta, como a tantos investigadores que en Norteamérica encontraron las facilidades para trabajar que perdieron en sus países después de la Primera Guerra Mundial. El periodo entre ésta y la Segunda fue conformando el nuevo orden que habría de quedar establecido a mediados de siglo: el nuevo centro de hegemonía mundial se había desplazado a los Estados Unidos, dentro de él había condiciones propicias para el avance científico y tecnológico, y una gran cantidad de científicos europeos emigraron. En ese sentido, la fundación del "paradigma dominante" en la investigación de la comunicación social, preponderantemente por estos exiliados y sus alumnos, tuvo una gran fuerza pero escasa capacidad de innovación posterior, dado que, como en cualquier "encrucijada", muchos de los científicos sociales pasaron por los estudios de comunicación, dieron sus aportes y se retiraron a sus campos de interés originales o a otros nuevos.

Los estudios sobre la propaganda y la opinión pública se convirtieron en el núcleo temático más importante para la generación de conocimiento sobre la comunicación social. Es comprensible que a los dirigentes de la primera potencia mundial les interesara sobremanera el control de las variables que incidirían en la persuasión de las "masas" acerca de sus designios políticos y por ello el impulso a estas investigaciones fue prioritario. La guerra y sus implicaciones dieron un apoyo, que quizá en ninguna otra circunstancia hubiera sido posible, al avance de las ciencias sociales en los aspectos cruciales para la manipulación de

⁷ Harold Laswell, "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Gustavo Gili, 1985.

la opinión y las actitudes colectivas. Lo mismo puede afirmarse con respecto al desarrollo tecnológico de las comunicaciones, impulsado a su máxima capacidad por necesidades bélicas.

Es muy significativo que el modelo más influyente, a partir de los cincuenta, como paradigma de los estudios de comunicación, sea producto de las investigaciones de un grupo de ingenieros de la Bell Telephone Company, encabezado por Claude Shannon. El modelo de sistema y los axiomas publicados en 1948 como *Teoría matemática de la información* por Shannon y Weaver, advertían que “los aspectos semánticos de la información son irrelevantes para la ingeniería”; definían la comunicación como “todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir sobre otra” y establecían como criterio fundamental la eficiencia en la transmisión. El carácter matemático de la teoría y la promesa de control de la eficiencia en la transmisión de información, hicieron que un modelo que satisfacía necesidades prácticas de los sistemas telefónicos fuera extrapolado y convertido en el paradigma formal de la comunicación en todas sus dimensiones.

En una coincidencia determinada por las mismas condiciones históricas, Norbert Wiener publicó, también en 1948, su *Cibernética o control y comunicación en el animal y la máquina*, teoría matemática de alcances enormemente mayores científica y filosóficamente que el famoso modelo de Shannon y Weaver, pero perfectamente compatible con él. Los aportes de esta corriente científica, formalizada y de amplísimas ambiciones, representada por el brillante trabajo de Wiener, permitían afirmar, hace más de 35 años, que:

...la sociedad sólo puede ser comprendida a través del estudio de los mensajes y los sistemas de comunicación que le pertenecen. El desarrollo futuro de estos

mensajes y de estos sistemas de comunicación (mensajes entre hombres y máquinas, máquinas y hombre, y entre máquina y máquina) está destinado a tener un papel cada vez más importante.⁸

En un entorno que le disponía todas las condiciones favorables, el “paradigma dominante” del estudio de la comunicación se desarrolló en los Estados Unidos en menos de treinta años hasta los más altos niveles de formalización matemática, retomando elementos conceptuales y metodológicos de la sociología funcionalista, la antropología, la psicología experimental y social, la ciencia política y la ingeniería; disfrutando de financiamientos y apoyos de los más altos centros políticos, militares y de espionaje de los Estados Unidos; insertándose en las universidades en forma de proyectos y centros de investigación y formando a miles de investigadores que continuaran el desarrollo de los modelos adoptados; aplicando los conocimientos y probando hipótesis cada vez más refinadas en el inmejorable laboratorio de la sociedad norteamericana y, crecientemente, en los países dependientes del nuevo imperio.

Quizá nadie mejor que Wilbur Schramm pueda sintetizar el pensamiento dominante en la época:

La investigación sobre comunicación en los Estados Unidos es cuantitativa, más bien que especulativa. Quienes la practican ...son investigadores del comportamiento: tratan de encontrar algo acerca de por qué los humanos se comportan en la forma en que lo hacen y cómo puede la comunicación hacer posible que vivan juntos más feliz y productivamente. Por lo tanto, no es de sorprender que numerosos investi-

⁸ Norbert Wiener, *The Human Use of Human Beings. Cybernetics and Society*, Nueva York, Avon, 1950, p. 25.

gadores de la comunicación se hayan ocupado últimamente del problema de la forma en que las naciones del mundo pueden comunicarse eficientemente y cómo puede ayudarles la comunicación a comprenderse mejor entre sí y a vivir en paz.⁹

En la década de los cincuenta, además de una "ciencia" de la comunicación desarrollada, normalizada y sólo marginalmente cuestionada, los Estados Unidos contaban con un sistema de comunicación de masas basado en los principios de la "libre empresa" en pleno auge y expansión mundial. Las agencias de noticias y los periódicos, el cine, la radio, la televisión, las historietas y demás instituciones y productos comunicacionales norteamericanos, consolidado su modelo, se expandían inconteniblemente por el mundo, abriendo constantemente nuevos mercados como símbolos de la "modernidad" y el "desarrollo" al estilo y a la medida estadounidenses.

México siguió fielmente el modelo norteamericano para institucionalizar su sistema de medios masivos: la prensa se industrializó y comercializó, perdiendo el carácter eminentemente político que había tenido en el siglo XIX, tal como lo hizo la prensa norteamericana;¹⁰ la radio se impuso desde los treinta sobre el modelo del entretenimiento comercial, de control privado, estadounidense, que habría de extenderse en 1950 a la televisión, desechando los esquemas europeos de servicio público.¹¹ En la televisión, México tuvo el símbolo más notable de su "milagro",

⁹ Schramm, *op. cit.*, pp. 15-16.

¹⁰ Blanca Aurea Aguilar Plata, "El Imparcial; su oficio y su negocio", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 28 (109), México, jul.-sept. de 1982.

¹¹ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos, 1982; y Pablo Arredondo Ramírez y Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, 1986.

de su modernidad, de su "desarrollo estabilizador"; y como otros países de América Latina, el eje de dependencia alrededor del cual se afincó un modelo de comunicación operante no sólo en la cotidianeidad social, sino también en el pensamiento sobre ella, en la determinación de usos y estrategias, y en la imaginación de un futuro.

III. LOS DESARROLLOS DIVERGENTES

Al modelo comercial de las empresas de comunicación corresponden, evidentemente, un modelo de profesional, uno para la formación universitaria de tales profesionales, y una concepción de la comunicación que, implícita o explícitamente, guía las actividades de investigación y toma de decisiones. La consistencia y complementariedad entre los modelos que estructuran las prácticas individuales e institucionales en estas diversas dimensiones es, en buena medida, la clave para el desarrollo sólido y armónico de una disciplina, pero no independiente de las condiciones sociales generales en que tal desarrollo se inserte.

Tanto en México como en los demás países latinoamericanos, la adopción del modelo norteamericano en los sistemas de medios masivos, consecuente con los patrones de dependencia impuestos por la potencia imperial, no se limitó a la mera dimensión institucional, sino que incluyó la adopción de los modelos consecuentes para la investigación y regulación, para la formación profesional, para la inserción en las estructuras multinacionales y para la comprensión teórica de todos estos fenómenos.

De esta manera puede explicarse la inclusión del estudio de la comunicación social en las universidades, originalmente enfocado exclusivamente sobre el periodismo, tanto en los Estados Unidos como, años después, en América Latina, desligado de las actividades de investigación. Las

escuelas de periodismo aparecieron en Norteamérica a principios del siglo, como resultado de la presión ejercida por los propios periodistas y las empresas en que trabajaban y como un medio para la legitimación social de la profesión y de la misma prensa, en proceso de transformación de empresa comunitaria, artesanal, a industria comercial. Según Carey: "...la historia de la enseñanza del periodismo en los Estados Unidos forma parte de la transformación de la universidad americana en escuela profesional",¹² y De Lima comenta que, al adoptar ese modelo en Latinoamérica, se introdujo el problema de perseguir habilitaciones profesionales básicamente técnicas, sin ninguna tradición académica como antecedente.¹³ Dado que en el siguiente apartado se trata con mayor detalle la trayectoria universitaria de la comunicación social, baste por ahora destacar la dependencia que, desde su origen, caracteriza a la formación de comunicadores universitarios con respecto a las necesidades de los medios masivos, y la desarticulación con el trabajo teórico y la investigación científica que desde los mismos Estados Unidos se ubicó en otros espacios universitarios. La importación de modelos para la profesión y para la industria siguió entonces una lógica de inserción en las sociedades latinoamericanas, y la importación de modelos conceptuales y metodológicos para la investigación, otra.

Pero esta divergencia en los patrones de desarrollo comunicacional impuestos por los Estados Unidos fue confluyendo en México y Latinoamérica con la incorporación de aportaciones científicas europeas desde la década de los sesenta, y con los primeros bosquejos de un pensamiento propio, contrapuesto al "paradigma dominante" en el estu-

¹² James W. Carey, "1978 AEJ Presidential Adress. A Plea for the University Tradition", en *Journalism Quarterly*, 55 (4), invierno de 1978.

¹³ Venicio A. de Lima, "Repensando a(s) teoria(s) da comunicação: notas para um debate", en Marques de Melo (coord.), *Teoria e Pesquisa em Comunicação. Panorama Latinoamericano*, São Paulo, Cortes Editora, 1983, p. 92.

dio de la comunicación. De aquí surgió un elemento decisivo de inconsistencia para el desarrollo disciplinar, por el carácter crítico de las nuevas corrientes teóricas, que contradicen las prácticas vigentes en los medios masivos y los sistemas teórico-metodológicos que las justifican.

El pensamiento crítico europeo, especialmente el generado por la escuela de Frankfurt desde los años treinta, presenta una visión teórica, metodológica y política radicalmente opuesta a los modelos funcionalistas norteamericanos. Max Horkheimer, Theodor Adorno y otros fundadores de esta escuela accedieron al estudio de la comunicación desde la crítica cultural y una recuperación de los elementos críticos de la filosofía social marxista, y acuñaron términos como el de "industria cultural" para tratar de comprender el funcionamiento de los medios de comunicación pública como agentes de control social privilegiados en el contexto del capitalismo monopolista.

A diferencia de la sociología de la comunicación imperante hasta entonces, la teoría crítica de Frankfurt se opuso a la aceptación de una investigación orientada abiertamente por los intereses de los organismos empresariales o gubernamentales para los que el conocimiento y el uso de los medios masivos respondía a una estrategia instrumental, y propuso en cambio una concepción basada en la totalidad histórica en que tales medios se insertan. Ya en 1943, con su *Dialéctica del Iluminismo*, Horkheimer y Adorno "realizaron un exhaustivo análisis de la naturaleza represiva de la sociedad capitalista avanzada, en que la Razón se encuentra sometida a una reducción de sus valores instrumentales y operativos".¹⁴ Esta línea de pensamiento fue desarrollada desde entonces hasta culminar en la obra de

¹⁴ Enric Saperas, "Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la sociología de la comunicación", en Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*, op. cit., p. 170.

Herbert Marcuse principalmente, ya avecindado en los Estados Unidos, que en *El hombre unidimensional* advierte:

...en el medio tecnológico, la cultura, la política y la economía se unen en un sistema omnipresente que devora o rechaza todas las alternativas. La productividad y el crecimiento potencial de este sistema estabilizan la sociedad y contienen el progreso técnico dentro del marco de la dominación. La razón tecnológica se ha hecho razón política.¹⁵

Confrontada la teoría crítica con las concepciones dominantes sobre la comunicación social, resalta la diferencia metodológica entre ellas, y la incompatibilidad entre sus fundamentos dialécticos y funcionales respectivamente, así como el sentido político inherente en el control o en la liberación. Si se compara la adopción y difusión de ambas posturas, ejemplificando con la obra citada de Marcuse y *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* de Marshall McLuhan, publicada el mismo año, queda muy clara la adscripción de la apología tecnológica del segundo dentro del esquema ya totalmente transnacionalizado de la industria comunicacional y de la crítica frankfurtiana a reducidos círculos intelectuales, filosóficos y de oposición, entre los que se cuentan muchos estudiosos universitarios de la comunicación social en Latinoamérica.

Pero las corrientes europeas que habrían de proponerse como alternativas al funcionalismo en el estudio de la comunicación, especialmente en nuestros países, no sólo provienen de enfoques sociológicos. La difusión del estructuralismo en América Latina, aplicando sobre todo para el análisis de mensajes la confluencia de la lingüística y la lógica formal que constituye la semiótica contemporánea,

¹⁵ Herbert Marcuse, *El hombre unidimensional*, México, Joaquín Mortiz, 1968, p. 18.

implica otra vía de búsqueda de paradigmas formalizadores alternos. El origen de esta corriente, que reconoce como su fundador al lingüista Ferdinand de Saussure, a través de la antropología de Claude Levi-Strauss y la semiología de Roland Barthes, remonta a la búsqueda de estructuras universales que expliquen la significación de las manifestaciones culturales más diversas. Como la cibernética, pero con orígenes disciplinares, supuestos epistemológicos y metodologías distintos, el estructuralismo es un ambicioso proyecto de formalización, a altos niveles de abstracción, de un conjunto muy amplio de fenómenos sociales y culturales entre los que la comunicación social ocupa un lugar destacado.

Evidentemente, sería una simplificación exagerada no considerar otras fuentes de explicación científica de la comunicación social. Pero no siendo el objeto principal de este trabajo, baste mencionar los paradigmas de la economía política de la comunicación, la publicística alemana, el sociopsicoanálisis, la sociología del conocimiento, la semántica, la antropología cultural, la micropsicología y otras corrientes que en diversos grados han provisto de modelos teóricos y de investigación a los estudiosos de la comunicación.¹⁶ Más importante resulta revisar sucintamente los desarrollos latinoamericanos: los esfuerzos por hacer las preguntas pertinentes en una realidad social estructuralmente distinta a la norteamericana o europea, y trazar las respuestas adecuadas ante una comunicación "dominada", inserta en una problemática histórica compleja y discordante.

Luis Ramiro Beltrán, entre otros, ha documentado que la investigación sobre comunicación en América Latina "ha estado, y todavía lo está, considerablemente dominada por modelos conceptuales foráneos, procedentes más que

¹⁶ Miguel de Moragas, *Teorías de la comunicación*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

todo de Estados Unidos de América”,¹⁷ y revisa las implicaciones que los modelos de efectos y de funciones, de difusión de innovaciones y de modernización, de análisis de contenido y de coorientación, indiscriminadamente importados y aplicados para el “desarrollo”, han tenido para el pensamiento y, sobre todo, para la acción latinoamericanos en comunicación. El problema fundamental no es de método, como lo ha hecho ver Jesús Martín, ya que:

...lo metodológico no es autónomo, su coherencia lógica es parte del proyecto teórico, de una particular concepción del objeto a partir del cual ciertos problemas son formulables y abordables y otros no...,¹⁸

sino de proyecto histórico:

Sólo es científico, elaborador de una verdad, un método que surja de una situación histórico-política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social acorde con las proposiciones histórico-políticas en las que se pretende inscribirlas.¹⁹

Así, la pedagogía del oprimido de Paulo Freire, la teoría de la dependencia de Cardoso y otros, el análisis ideológico de Eliseo Verón, la denuncia del imperialismo cultural de Armand Mattelart, los modelos de planificación participativa de Juan Díaz Bordenave, los replanteamientos teóricos de Antonio Pasquali, la recuperación de lo popular de Jesús Martín y otras aportaciones latinoamericanas han

¹⁷ Luis Ramiro Beltrán, “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina”, en Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación...*, op. cit., p. 77.

¹⁸ Jesús Martín Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, Quito, CIESPAL, 1978, p. 23.

¹⁹ Héctor Schmucler, “La investigación sobre comunicación masiva”, en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Galerna, No. 4, 1975, p. 5.

buscado romper la dependencia conceptual imperante y establecer, en fórmula de Moragas: "...nuevos modelos de investigación para nuevos modelos de desarrollo" en el contexto de la búsqueda de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, contrapuesto a la estructura transnacional vigente, y una democratización de la comunicación en los ámbitos nacionales, regionales y locales, alterno a los sistemas hegemónicos de comunicación de masas imperantes, tanto al nivel de las prácticas micro-sociales como en el de las políticas nacionales de comunicación y cultura.²⁰ Miguel de Moragas sintetiza:

En Latinoamérica, por la viveza del cambio social y las transformaciones comunicativas, han aparecido más claramente que en ningún otro contexto mundial las implicaciones políticas de la investigación sobre la comunicación [cuya historia] se encarna, por completo, en la lucha por la emancipación y/o en los logros y las dificultades de los procesos de dominación.²¹

Más adelante en este ensayo podrán detallarse un poco más las aportaciones mencionadas y otras más. Hasta aquí la intención es simplemente exponer los elementos principales que permiten argumentar la desarticulación de prácticas y los ejes de contradicción que subyacen en ella, entre las estructuras teórica, investigativa, universitaria y profesional que conforman la disciplina comunicológica en México, sus fuentes e interrelaciones con la industria cultural y las instituciones sociales, así como sus perspectivas de desarrollo en el futuro.

²⁰ Moragas, *op. cit.*; Raquel Bozzi, Marisol Cano y Carlos E. Cortés, *América Latina: su-versión de la comunicación. Apuntes para la conformación de la democracia*, Tesis, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación Social, 1984.

²¹ Moragas, *idem*, p. 199.

IV. LA COMUNICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

Los primeros cursos universitarios de periodismo en América Latina se comenzaron a impartir entre 1934 y 1935 en La Plata, Argentina, conforme al modelo norteamericano ya mencionado anteriormente como fuente de legitimación para la prensa y los periodistas, y consagrado por Joseph Pulitzer, cuyas ideas sobre la formación profesional influyeron claramente en las primeras escuelas latinoamericanas. Considerando que "nuestra República y su prensa se elevarán o caerán juntas", Pulitzer buscaba periodistas profesionales, íntegros, competentes y con un alto grado de instrucción.²²

En México, las pioneras a nivel superior, y con objetivos no muy alejados de ese ideal, fueron la Escuela de Periodismo Carlos Septién García (1949), la Universidad Nacional Autónoma de México (1951) y la Universidad Veracruzana (1954), cuyas carreras surgieron como respuesta a una necesidad de modernización y desarrollo de las prácticas periodísticas a través de la profesionalización de los informadores. Durante los años cincuenta este modelo de formación universitaria adquirió cierta solidez: pretendía capacitar técnica y culturalmente a los reporteros y operadores de la prensa escrita, y lograba tal fin en buena medida, relegando a un segundo término el trabajo teórico y el cuestionamiento del contexto social en el que el periodismo habría de ejercerse. Pero el impulso modernizador desbordaba a la prensa, que además acusaba vicios y obstáculos tradicionales sobre los cuales fincó su industrialización, y ponía en un lugar muy relevante a la radio y la televisión. Al final de la década de los cincuenta, las necesidades de impulso a la información social, definidas desde

²² Raymond B. Nixon, "La enseñanza del periodismo en América Latina", en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, Galerna, No. 2, 1974, pp. 197-198.

la ideología imperante, se desplazaban, ampliándose, hacia los nuevos medios electrónicos.

El creciente mito de la comunicación de masas y su poder transformador de la sociedad tuvo su apogeo en México durante los años sesenta, como parte no accidental del "desarrollo estabilizador" y del "milagro mexicano". La televisión, nacida e impulsada en ese contexto, pareció ser desde 1950, para los responsables de la conducción política y económica del país, el gran instrumento de la modernización "definitiva".²³ No obstante el régimen de propiedad y control adoptados, que ponía a los medios en manos de unos cuantos empresarios privados y sancionaba su desarrollo comercial mediante el financiamiento publicitario al mismo tiempo que reforzaba la dependencia tecnológica y de producción, quizá con la esperanza de superarla mediante la "sustitución de importaciones", el optimismo sobre las bondades intrínsecas de la televisión era prácticamente general.

Por ello, el proyecto de formar profesionistas que impulsaran la "fuerza de transformación social" de los medios no podía limitarse a la mera capacitación técnica, que ya de por sí planteaba el reto de asimilar una evolución tecnológica muy compleja, sino que exigía además el dominio de los contenidos que habrían de constituir los mensajes a difundir. Por una parte, entonces, la comunicación se consideraba instrumentalmente: los medios afectarían a los sujetos y a las estructuras sociales en virtud de sus características inherentes, noción propia del pensamiento funcional norteamericano, pero al mismo tiempo se atendía a la importancia de los valores culturales, educativos y sociales que se canalizarían por los medios, desde un modelo de intelectual humanista. En ese marco se ubica la fundación de la carrera de ciencias y técnicas de la información de la

²³ Arredondo y Sánchez Ruiz, *op. cit.*

Universidad Iberoamericana (1960), origen de un nuevo modelo que habría de extenderse a otras universidades a partir de los setenta, coincidiendo con un movimiento continental impulsado por CIESPAL para convertir a las escuelas de periodismo en facultades de comunicación, y con la proliferación que hasta la fecha caracteriza a la carrera. El proyecto académico de la UIA, trazado por José Sánchez Villaseñor, buscaba la formación de:

...un hombre capaz de pensar por sí mismo, enraizado en su época, que gracias al dominio de las técnicas de difusión pone su saber y su mensaje al servicio de los más altos valores de la comunidad humana.²⁴

La diferencia con las carreras de periodismo se planteó claramente desde el principio: el énfasis estaría puesto en la solidez intelectual proporcionada por las humanidades, ante la cual la habilitación técnica estaría subordinada, pero de tal manera que garantizara la capacidad para acceder, a través de los medios, a la dinámica social.

De alguna manera, esta nueva fundación coincidió con las recomendaciones que CIESPAL esparció por toda América Latina. Fundado en 1959 con sede en Quito, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina es uno de los cuatro centros regionales auspiciados por la UNESCO alrededor del mundo, para "ayudar a proveer un personal mejor especializado para los medios de comunicación en los países en desarrollo", si bien en la actualidad su orientación ha cambiado.²⁵ En un seminario especial realizado en 1963, con participantes de 19 países, CIESPAL concluyó que las escuelas deberían tener nivel universitario; que el programa académico

²⁴ José Sánchez Villaseñor, *La técnica sometida al espíritu. Carta sobre la fundación de la carrera de CTI en la UIA*, México, 1959.

²⁵ Javier Esteinou Madrid, "CIESPAL y la ciencia de la comunicación", en *Chasqui*, Quito, CIESPAL, No. 11, jul.-sept. de 1984.

debería tener un mínimo de cuatro años; que el currículum incluyera en iguales proporciones cursos "humanísticos" y "técnico-profesionales"; que las escuelas tendieran a convertirse en facultades autónomas dentro de las universidades; y que, al extender sus ramos, las escuelas de periodismo deberían convertirse en escuelas de ciencias de la información [o de la comunicación].²⁶ Esas recomendaciones fueron adoptadas paulatinamente por la mayoría de las instituciones latinoamericanas, conforme ampliaron su objeto de estudio, abandonando el periodismo y enfocando la comunicación social.

La multiplicación de las escuelas ha sido notable. Raymond Nixon, que ha seguido con detenimiento el proceso desde 1962, enlistaba en América Latina 13 escuelas en 1950, 44 en 1960, 81 en 1970 y 163 en 1980.²⁷ FELAFACS ha actualizado la cifra: 209 a fines de 1986. Las adscripciones institucionales se pueden agrupar en tres tipos: las católicas, las privadas laicas y las públicas, aproximadamente en iguales proporciones. A pesar de la carencia de datos confiables y completos, puede calcularse que en México funcionan actualmente 64 escuelas de comunicación, con una población total de más de 25 mil estudiantes, cifra equivalente al conjunto de quienes estudian carreras de ciencias básicas y naturales; más de 2,500 profesores, un 20% de los cuales ha cursado estudios superiores a la licenciatura; y por lo menos 10 mil egresados, de los cuales no más del 30% cuenta con título oficialmente reconocido. Operan, además, cinco programas de maestría, el más antiguo de los cuales data de 1977.

Para la mayor parte de quienes han estudiado el tema, no cabe duda de que el surgimiento y auge de las escuelas de comunicación ha dependido, en gran medida, de la

²⁶ Nixon, *op. cit.*, p. 202.

²⁷ Nixon, "Historia de las escuelas de periodismo", en *Chasqui*, Quito, CIESPAL, No. 2, enero-marzo de 1982.

expansión de la industria de medios masivos.²⁸ Las necesidades sociales originarias de la formación universitaria de comunicadores sociales son primeramente, en consecuencia, las que los medios hegemónicos imponen, y que en síntesis se identifican con el reforzamiento de las funciones de acortamiento publicitario de los ciclos de realización de las mercancías y la reafirmación del consenso social en torno a un modelo de desarrollo a la medida de las minorías dominantes y del capital transnacional. Sin haber abandonado nunca del todo esta subordinación, las universidades han adoptado diversas posturas curriculares en sus carreras de comunicación que pueden resumirse en seis: a) asumiendo y justificando la atención a estas necesidades de la industria hegemónica, mediante la concepción reduccionista del ajuste al "mercado de trabajo"; b) asumiendo implícitamente la misma postura, pero declarando una orientación transformadora a partir del cambio en los contenidos; c) ignorando toda implicación ideológico-política y ubicando la carrera como un programa "neutral" de adiestramiento técnico-cultural; d) ampliando el campo de acción profesional hacia otros ámbitos no masivos como los de la comunicación organizacional e institucional; e) rechazando la validez y legitimidad de tales necesidades, declarando como orientación el análisis crítico y una elaboración teórico-práctica que opongán alternativas; f) diversificando, desde la ampliación conceptual del objeto de estudio o desde la orientación, hacia campos de acción no tradicionales, del campo de competencia de la

²⁸ José Baldivia, "La formación de los periodistas en México", en Baldivia et al., *La formación de periodistas en América Latina*, México, CEESTEM/Nueva Imagen, 1981; Mauricio Antezana Villegas, "La errátil circunstancia de las ciencias de la comunicación", en Fernández Ch. y Yépez (coords.), *Comunicación y teoría social*, México, UNAM, 1984; Beatriz Solís, "Notas sobre la enseñanza de la comunicación", en *Connotaciones*, México, AMIC/El Caballito, No. 4, 1983; Alberto Rojas Zamorano, "La formación y la práctica profesional de los recursos humanos de la comunicación social", en *Seminario de comunicación social*, México, AMIC/UAM-X, 1983.

profesión. De ahí que, hasta ahora, puedan ubicarse casi todos los diseños curriculares de comunicación en relación a esa demanda originaria de los medios masivos, así sea como rompimiento o rechazo de ella. Son excepcionales los puntos de partida distintos a éste en la caracterización universitaria de las necesidades de comunicación que los profesionales habrían de atender.²⁹

Mauricio Antezana, al analizar esta “sobredeterminación socio-profesional” y relacionarla con las dificultades que la práctica social impone a la constitución epistemológica del objeto de estudio de las ciencias de la comunicación, apunta que:

... a fin de cuentas, lo que mantiene en pie a la universidad en nuestros días es su “responsabilidad social” que, en este caso expreso, consistiría en formar profesionales de acuerdo a las exigencias de la demanda social del trabajo; o sea, para la pragmática sociedad de hoy y quizá del mañana inmediato, pero no para un futuro que no goza de consenso ni unanimidad.³⁰

Señala, así, tres tensiones medulares: la crisis de las universidades en lo que toca a sus funciones sociales y que en el campo de la comunicación las hace oscilar entre el “teoricismo” y el pragmatismo; la presión de una industria cultural crecientemente dominada por un consorcio que se ha convertido en auténtica empresa transnacional, y la necesidad de resguardar los espacios para el trabajo teórico y la consolidación de una ciencia que se quiere poner al servicio de intereses sociales mayoritarios y la construcción de un país distinto del actual.

²⁹ Raúl Fuentes Navarro, *El diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales para América Latina. Realidades, tendencias y alternativas*, Ponencia en el III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, México, CONEICC/FELAFACS, 1982.

³⁰ Antezana, *op. cit.*, p. 78.

El surgimiento de programas de maestría puede entenderse, en ese sentido, sujeto a una doble posibilidad: o bien como espacios académicos que, por pretender suplir carencias de las licenciaturas o atender a las mismas demandas profesionales, refuercen la subordinación de las tareas universitarias a las de la industria comunicacional; o bien como centros de producción teórica, investigación, formación de docentes y atención a necesidades sociales no sancionadas por el mercado profesional.³¹ Hasta ahora es difícil predecir la tendencia que predominará, por su reciente creación, en las maestrías en comunicación de la Universidad Iberoamericana (1977), UNAM (1978), Universidad Regiomontana (1982), Universidad Autónoma de Nuevo León (1984) e ITESO (1985), concentradas significativamente en la capital del país, Monterrey y Guadalajara.³²

La constitución en 1976 del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) ha sido muy importante en este contexto, no porque haya aportado soluciones a los problemas fundamentales de las escuelas de comunicación en México, sino porque ha cumplido crecientemente con sus objetivos de establecer espacios universitarios de diálogo y conocimiento mutuo, de posibilitar intercambios y proyectos comunes, de proponer y llevar a la práctica acciones de superación académica, y de conjuntar esfuerzos y voluntades, más allá de las afinidades y las diferencias personales e institucionales, en tareas como encuentros, seminarios y publicaciones, de interés general para las 33 universidades que lo forman. Entre ellas hay escuelas públicas y privadas,

³¹ Ángela Ma. Godoy y Claudia L. Herrán, "La formación profesional de comunicadores sociales en América Latina", en *Revista de FELAFACS*, Lima, No. 14, julio de 1986.

³² Raúl Fuentes Navarro y Carlos Cortés, "La investigación y los posgrados de comunicación en México: ¿centralismo y dispersión?", en *Revista de FELAFACS*, Lima, No. 13, abril de 1986.

grandes y pequeñas, prestigiadas y desconocidas, ricas y carentes de recursos, antiguas y recientes, asentadas en los centros urbanos donde se concentra el desarrollo del país y en ciudades medias del interior. Este espacio de diálogo y trabajo en común, comparable por su composición plural, su persistencia temporal y su reconocimiento creciente con muy escasas asociaciones mexicanas, ha extendido sus alcances al nivel internacional a través de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), constituida en 1981 y que agrupa a la mayor parte de las escuelas de comunicación del subcontinente.

Por lo que toca a la investigación, es evidente su escisión en dos vertientes, que los norteamericanos caracterizan como "administrativa" y "crítica", con características no sólo diferentes entre sí, sino en muchos sentidos, mutuamente opuestas. Por una parte, toda la segunda mitad del siglo ha presenciado el desarrollo de investigaciones aplicadas, la mayor parte de las cuales es encargada por los consorcios industriales, los medios masivos o los organismos gubernamentales, para sustentar campañas comerciales, porpagandísticas o de capacitación. Por su propia naturaleza, los resultados de estas investigaciones rara vez se publican: se entregan a los clientes y planificadores de estrategias. Por lo general utilizan metodologías empíricas e instrumentos estadísticos altamente sofisticados, y en muy escasa medida pueden considerarse contribuciones al conocimiento concreto de la realidad comunicacional de la sociedad mexicana. En contraste, la investigación más vinculada con los ámbitos académicos, la desarrollada en las universidades y algunos centros, se caracteriza por su dispersión en cuanto a temáticas y enfoques teóricos y metodológicos, por su desvinculación con aplicaciones prácticas, por la escasez de apoyos financieros, técnicos y temporales, por la falta de continuidad y el apego a

“modas” importadas, por inconsistencias metodológicas disfrazadas de crítica, y también, por aportaciones auténticas, relacionadas con los problemas y las corrientes de pensamiento de mayor relevancia en el mundo, sobre todo latinoamericano que, no obstante, difícilmente superan la restringida circulación y discusión de documentos que imponen la carencia de revistas especializadas y de foros de debate científico de alto nivel. La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), así como su correspondiente agrupación latinoamericana, la ALAIC, han puesto mucho empeño desde su constitución, en 1979, para suplir estas carencias y apoyar gremialmente a sus asociados en el desarrollo académico, a través de sus reuniones nacionales, sus proyectos específicos y sus publicaciones.

En un trabajo reciente, Raúl Trejo, presidente de la AMIC, señalaba que:

...un rasgo sobresaliente de la investigación sobre comunicación en México, es su estrecha relación con las escuelas universitarias, lo cual no significa que esté ligada a la práctica profesional, ni al cotidiano y creciente funcionamiento de los principales medios de información. Igual que la docencia, la investigación sobre comunicación colectiva ha estado distanciada de las realidades de este campo en nuestro país. Docencia e investigación corren por una línea ensimismada y posiblemente crítica, pero alejada del campo profesional, en tanto que la radio, la prensa y la televisión crecen, se reproducen y ganan en arraigo social.³³

La coincidencia con la argumentación que este ensayo trata de exponer es plena. El desarrollo de las ciencias de la comunicación en México es indudable, pero está marcado

³³ Raúl Trejo Delarbre, *Modas, mitos y propuestas en la investigación mexicana sobre comunicación colectiva*, versión para discusión, 1986, p. 3.

esencialmente por la inconsistencia entre las diversas estructuras que deberían integrarlas, por las divergencias y contradicciones de sus prácticas, y por una múltiple, inorgánica, confusa e intrincada red de vinculaciones con actores y proyectos sociales diversos y contrapuestos.

Una exploración de las inserciones sociales de los profesionales egresados de las escuelas mexicanas de comunicación quizá sea la prueba más concreta de tal argumentación. Desgraciadamente, el seguimiento sistemático del ejercicio profesional de sus egresados es una actividad ausente de prácticamente todas las universidades, a pesar de que tal información debería ser instrumento esencial de planificación y evaluación de sus programas. Sin embargo, puede calcularse que no más del 40% de los comunicadores universitarios mexicanos trabaja en los medios masivos, incluyendo las tareas publicitarias y de producción independiente. Para algunos, esto demuestra la deficiencia de la formación universitaria. Para otros, desfases como los insinuados en este trabajo o simplemente la evidencia de que la profesión no está limitada a la formación de personal para los grandes medios. Desde hace muchos años se ha abierto un campo de acción profesional importante para los egresados de comunicación en empresas e instituciones, del sector privado, del público y del social, en áreas tan diversas como las relaciones públicas, el desarrollo de recursos humanos, la comunicación interna, la seguridad industrial o la promoción comunitaria. E, independientemente del creciente número de egresados que adoptan la carrera académica como docentes, investigadores o estudiantes de posgrado, se han abierto también múltiples campos de trabajo en actividades comunicacionales relacionadas con la educación: formal, no formal e informal.

Obviamente, las condiciones de desarrollo profesional, y la consecuente inserción en prácticas de grupos, sectores e intereses sociales, tienen un amplísimo rango de varia-

ción en cada uno de los campos en que ejercen su carrera los comunicadores mexicanos. El compromiso de un sujeto con un puesto en el consorcio privado que domina la industria cultural mexicana le implica una inserción social y un tipo de práctica distinto en todos sentidos de los que adquiere otro sujeto, quizás egresado de la misma universidad, con un proyecto de organización campesina para la producción agrícola ejidal y la reivindicación de derechos conculcados. Los ejemplos ilustrativos sobran: la explicación es obvia, a pesar de los reduccionismos que se empeñan en ajustar la realidad social a modelos simples o a la simple voluntad.

V. LAS NUEVAS PERSPECTIVAS

En muchos sentidos, la década de los ochenta ha sido un periodo de frustraciones en el estudio de la comunicación, pero, al mismo tiempo, de reorientación de las energías, de recuperación y creación de caminos y de reformulación de proyectos ante la crisis. Si en 1982 un lúcido investigador expresaba la escasa aportación de los comunicadores al cambio social con esta crudeza:

...en otras palabras, el aporte realizado por las llamadas ciencias de la comunicación en este sentido ha estado considerablemente por debajo de sus propias ambiciones e, inclusive, también por debajo de la importancia y dimensión política objetiva de los procesos que estudian.³⁴

Y si las energías, trabajo y esperanzas puestas por muchos investigadores en el debate por la reglamentación

³⁴ Rubén Sergio Caletti, "Reflexiones sobre teoría y cambio social", en *Comunicación y Cultura*, México, UAM-X, No. 10, agosto de 1983.

del derecho a la información concluyeron en rotundo fracaso,³⁵ también se han despertado nuevos ímpetus y surgido nuevos elementos para la continuación del proceso de consolidación, aún lejana, de la disciplina.

En lo teórico, mientras los investigadores norteamericanos establecen un debate amplio y profundo sobre las bases mismas en que han fincado su trabajo (*Journal of Communication*, 1983), surgen desarrollos como la teoría de la acción comunicativa del representante actual más importante de la Escuela de Frankfurt, Jurgen Habermas; aportaciones como *La producción social de comunicación* de Manuel Martín Serrano o enfoques para el estudio de la comunicación y la cultura como el desarrollado en Leicester. En América Latina, además de incorporar estos y otros paradigmas nuevos, se tiene que reformular el cúmulo de certezas y de interrogantes de la década anterior, porque la comunicación "debe dejar de ser un objeto constituido para ser un objetivo a lograr",³⁶ incorporando la vida cotidiana de los sujetos al estudio y la constitución de las "matrices culturales" desde donde se produce el sentido.

La incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación, la telemática y los satélites, han hecho surgir nuevas preocupaciones teóricas, políticas, sociales y académicas. Los debates internacionales sobre la transnacionalización de la cultura y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, las políticas nacionales y la oposición y retiro de los Estados Unidos de la UNESCO; la lucha por la democratización de las sociedades, las instituciones y la comunicación en los sistemas internacionales, los macrosociales y los comunitarios, marginales, alternativos; las búsquedas metodológicas para la planificación y evaluación de proyectos de comunicación y

³⁵ Solís, *op. cit.*

³⁶ Héctor Schmucler, "Un proyecto de comunicación/cultura", en *Comunicación y Cultura*, *op. cit.*, No. 12, agosto de 1984.

para el diseño y práctica de la formación de comunicadores, han abierto nuevas perspectivas, y nuevas exigencias, para la comunicación social y sus practicantes y estudiosos.

Si hasta ahora las divergencias, contradicciones y desarticulaciones han caracterizado a la comunicación social en México, y no sólo en él, hasta llegar a situaciones de crisis, la rearticulación es posible y cada vez más urgente. Hay recursos que pueden ser reorganizados y reorientados hacia metas que, con realismo, han ido clarificando su valor y su viabilidad.

CONCLUSIONES

A lo largo de este ensayo se ha tratado de exponer un conjunto de factores determinantes de la organización disciplinaria actual de la comunicación social. Se ha postulado que, desde sus orígenes y en su interacción en la formación social mexicana y latinoamericana, esos factores no sólo están desarticulados entre sí, sino que sus desarrollos han estado vinculados con dinámicas sociales diversas y contradictorias. Así, la teoría que más armónicamente corresponde al modelo de comunicación masiva implantado ha sido confrontada por otras que responden mejor a otras necesidades sociales, distintas de las que formula la industria transnacional. Pero esas teorías no están articuladas todavía a las estructuras profesionales predominantes, fuertemente determinadas por la industria transnacional de la comunicación masiva, y al ser incorporadas en la docencia y la investigación universitarias, desajustan los procesos de integración teoría/práctica en el aprendizaje de los estudiantes. Por su parte, las universidades como instituciones sociales atraviesan por una crisis de identidad que, en carreras como la comunicación social, multiplica

los conflictos y reduce los espacios de consolidación académica por las presiones internas y externas y el crecimiento desmedido que experimenta. Los modelos decadentes en la teoría, la investigación y la práctica profesional siguen reproduciéndose en una espiral de degradación, mientras que los modelos emergentes no pueden aún superar los obstáculos para establecerse. La desintegración es contenida por impulsos individuales, gremiales y parcialmente institucionales y, desde ahí, a pesar de todo, se avanza.

La construcción de un futuro para la disciplina tiene al menos las siguientes condiciones: un esfuerzo muy intenso para rescatar el carácter universitario del trabajo académico, de su autonomía con respecto al Estado y a la empresa privada que le han ido imponiendo sus lógicas; una multiplicación de los espacios de diálogo y discusión seria de los problemas comunicacionales entre los investigadores y docentes entre sí y con los profesionales y usuarios de los servicios; una búsqueda consciente de vinculaciones concretas de la investigación con la producción de comunicación, en todos los ámbitos de la actividad social, especialmente aquéllos en que las necesidades comunicacionales estén menos atendidas; un trabajo intenso de sistematización y difusión del conocimiento producido, actualmente disperso; y un reforzamiento en los aspectos metodológicos del trabajo científico, educativo, profesional y político.