

RETOS Y RESPONSABILIDADES DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN*

Miquel de Moragas**

Resumen

En la actual investigación sobre comunicación, como en general en las ciencias sociales, se entrecruzan tres principales ejes. Uno de carácter ético –político (valores, compromisos, finalidades), otro de carácter epistemológico (métodos, enfoques, disciplinas, cambios de paradigma), y, finalmente, un tercer factor que, aunque pueda considerarse menor, tiene un importante efecto sobre la práctica de la investigación: el eje de carácter administrativo, cada vez más crucial en la economía política de la investigación en comunicación. Tres planos de importancia y dimensiones distintas que se interfieren en la realidad de nuestros estudios.

Palabras clave: investigación; comunicación; interdisciplinar; Europa; Latinoamérica

* Una primera versión de este texto fue presentada como conferencia en el ITESO (Guadalajara, México), el 26 de Junio de 2013.

** Doutorado em Filosofia pela Universidade de Barcelona (1974), foi o primeiro Presidente da Sociedade Catalã de Comunicação (IEC), cargo que exerceu entre 1985 e 1987. Foi ainda Decano da Faculdade de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Barcelona (UAB), onde desempenhou as funções de Vice-Reitor da Investigação. Foi fundador e diretor do Instituto de la Comunicación (InCom-UAB) (1997-2009), e dirigiu o Centro de Estudios Olímpicos (1988-2009). Desenvolve investigação sobre teorias e políticas da comunicação, e estudos sobre desporto. Foi o primeiro Presidente da Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), cargo que desempenhou de 2008 a 2016. É desde 2015 Professor Catedrático e Emérito da UAB.
E-mail: Miquel.DeMoragas@uab.cat.

La investigación y su contexto

Hace ya muchos años en mi primer libro *Teorías de la Comunicación* (Moragas, 1982) escribía unas frases introductorias que he mantenido intactas en mi último libro *Interpretar la comunicación*, decía entonces, y el paso del tiempo me ha ido reafirmando en esta idea, que

los estudios sobre medios de comunicación –aunque visiones conservadoras y a corto plazo pretendan disimularlo– siempre se han visto condicionados por la realidad social y comunicativa del contexto en el que se desarrollaban. Hasta tal punto esto es así, que la historia de la investigación constituye una ayuda inestimable para la propia historia de los medios, en tanto que expresa la evolución de sus funciones y usos en la sociedad. (Moragas, 2011).

En cada época histórica, en cada país y en cada región, la investigación recibe demandas sociales distintas, influencias de los centros de decisión política, económica y cultural. Podemos comparar en este sentido la experiencia latinoamericana y la experiencia europea (Fuentes, 2008).

Luis Ramiro Beltrán en un texto premonitorio, *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica* (Beltrán, 1985[1976]), expresaba la resistencia intelectual y académica a la dominación de la investigación latinoamericana y proponía una ruptura, un rechazo, al colonialismo (también académico) que imponía las formas de pensar sobre la comunicación. Antonio Pasquali, por su parte, publicaba en 1978 *Comprender la comunicación*, un libro a contracorriente de las ideas académicas sobre comunicación que actuaba como arietes de la penetración del modelo desarrollista de la comunicación (Pasquali, 1978).

Así, por ejemplo, los investigadores portugueses y españoles –algunos de ellos en el exilio– tuvieron que hacer frente a las dictaduras y al correspondiente aislamiento académico internacional. La academia latinoamericana tuvo que hacer frente a dictaduras y exilios que perturbaron su desarrollo y desmantelaron iniciativas, en Chile, en Argentina, en Brasil. La academia latinoamericana tuvo que hacer un gran esfuerzo en el terreno teórico para deconstruir el pensamiento comunicacional funcionalista de la *mass communication research* que se difundió internacionalmente y desde los Estados Unidos al término de la segunda guerra mundial. Este esfuerzo, compartido con el conjunto de las

ciencias sociales, le permitió construir nuevas perspectivas teóricas a favor de las políticas democráticas de comunicación y cultura y de la comunicación para el cambio social, participando activamente en las nuevas políticas de la UNESCO que desembocaron en informe MacBride *Voces Múltiples, Un Solo Mundo*, publicado en 1980.

Ya en el siglo XXI la investigación se ha visto cada vez más condicionada por las “políticas (administrativas) de investigación” que intervienen decisivamente en aspectos clave como la valoración de méritos y la promoción académica, la elección de prioridades, lo que hace más importante que nunca la política “de investigación de la comunicación”, y el papel que representan organizaciones académicas como AIERI, ALAIC, AMIC, AE-IC, SOPCOM, etc. que adquieren nuevas responsabilidades.

¿Investigación básica o aplicada en comunicación?

Para evaluar la dimensión ética de la investigación en comunicación podemos distinguir entre tres principales opciones de la investigación.

La investigación que podemos denominar “aplicada”, destinada a resolver problemas concretos de algunos actores del sistema, principalmente de las empresas de comunicación. Investigación que tiende cada vez más a ser secreta y reservada.

La investigación dedicada a reconocer el funcionamiento estructural del sistema de comunicación (pongamos como ejemplos el estudio de la recepción televisiva o del funcionamiento de las redes sociales entre los nativos digitales, etc.). Investigación indispensable para desarrollar posteriormente la investigación más teórica o crítica.

La investigación que se proponen conocer el conjunto del sistema social, “conocer el mundo”, mediante el estudio de la comunicación. Esta opción –la más teórica– es hoy más necesaria que nunca cuando la comunicación es reconocida como factor central de la sociedad de nuestro tiempo, definida como sociedad de la información.

Con el inicio de la *mass communication research* en los años 50 y 60 se estableció una interesante distinción entre lo que se denominó “investigación administrativa” (representada por Lazarsfeld y financiada generosamente por la administración norteamericana y las grandes fundaciones como la Rockefeller) y la “investigación crítica” (representada entonces por Adorno).

En nuestros días la *investigación administrativa* ha dado paso a la *investigación comercial aplicada* y a la *investigación estratégica* (con los sucesivos planes de investigación y desarrollo), también a lo que podemos denominar “*investigación curricular*” (tramos de investigación reconocidos, publicaciones en revistas de referencia, méritos cuantificables), que han tendido a burocratizar la investigación.

Por su parte la investigación crítica, especialmente en América latina, ha seguido dos vías que a finales del siglo XX han ido encontrando su convergencia o su síntesis: los estudios culturales de la comunicación y la economía política de la comunicación. Esta convergencia es fundamental para comprender las nuevas y más vigorosas líneas de investigación en comunicación.

Esta perspectiva complementaria se manifiesta fundamental para poder construir –desde la investigación académica– las nuevas políticas culturales y de comunicación en la era digital.

Las ciencias comunicación como post-disciplina

En relación con los condicionantes epistemológicos de la investigación en comunicación el principal error que podría cometerse sería considerar que las ciencias de la comunicación pueden plantearse de manera autónoma, independiente del conjunto de ciencias sociales y humanidades, porque en ellas también están las bases de la investigación de la comunicación.

Cuando los estudios de comunicación se apartan o desconsideran estas bases fundamentales (también en las tareas formativas) generan su propia degradación. Por el contrario, cuando se apoyan en ellas se convierten en paradigma de las nuevas formas de enfocar transversalmente las ciencias sociales. Esta transversalidad se hace evidente ante la imposibilidad de ubicar estos estudios en una sola orilla, la de las humanidades o la de las ciencias sociales. ¿En cuál de estas dos orillas se podría ubicar a Adorno, Barthes, Eco, Habermas, Martín-Barbero, McLuhan, Morin, Pasquali, y tantos otros, referentes de los estudios sobre comunicación?

Uno de los principales dilemas con los que se enfrentan hoy los estudios de comunicación se refiere a si la “comunicación” es un campo de estudio o es una disciplina. Un dilema que, para mí, solo tiene una respuesta correcta: las dos cosas a la vez. Los estudios sobre comunicación, o más específicamente sobre medios de comunicación, se han ido construyendo –a lo largo de más de medio

siglo— sobre un gran número de investigaciones. Esto nos permite afirmar que la comunicación es, a la vez, campo de estudio y disciplina.

En mi libro *Interpretar la comunicación* (Moragas, 2011) he propuesto distinguir entre “teorías de la comunicación” y “estudios de la comunicación”. La “comunicación” hace referencia a un fenómeno transversal que interesa —y debe interesar— a todas las Ciencias Sociales y Humanidades. La historia de la investigación sobre la comunicación pone al descubierto que los planteamientos que han pretendido constituir una “disciplina independiente”, han resultado ser muy poco rentables en términos de desarrollo de nuestros conocimientos sobre la comunicación. La tendencia más general en los actuales estudios universitarios sobre comunicación, lamentablemente, tiende a tomar otro camino, confundiendo el incremento de la demanda de estos estudios con su autonomía epistemológica. En el fondo estos planteamientos responden más a razones de orden burocrático destinadas al reconocimiento y a la obtención de prestigio académico, que a razones epistemológicas contrastadas.

La comunicación es un objeto/campo de estudio en cuyo análisis puedan confluir métodos y puntos de vista aportados por las distintas ciencias sociales y humanidades. La antropología puede ayudarnos a la comprensión de las relaciones entre comunicación y migraciones; la geografía nos permite interpretar los espacios asociados a la comunicación; la psicología es indispensable para conocer fenómenos como los mecanismos de placer, temor o deseo asociado a la recepción de mensajes; la historia nos permite interpretar las etapas de la comunicación; la economía nos permite reconocer los fenómenos de concentración de los medios y las condiciones que las estructuras de la propiedad pueden imponer a los procesos de significación; la semiótica, en fin, es un instrumento indispensable para el análisis de los discursos y, así, podríamos seguir con nuevos ejemplos. En este sentido la “comunicación” es más bien una post-disciplina que supone la colaboración entre disciplinas y tradiciones académicas, a quienes formula las preguntas pertinentes, en beneficio de la comprensión de la complejidad de su objeto específico.

Esta condición de ser disciplina y campo de estudio al mismo tiempo no es en absoluto una desventaja, sino todo lo contrario, sitúa a los estudios de comunicación a la vanguardia de los estudios sobre la sociedad contemporánea, tiempo de cruces, de derrumbe de antiguas fronteras, para afrontar la complejidad de los fenómenos sociales.

De los medios a la red global. Necesidad de redefinir el paradigma

La rápida evolución de nuestro objeto de estudio, la comunicación, nos enfrenta ante un gran reto teórico: la necesidad de redefinir su paradigma. Ya en el siglo XXI la investigación sobre comunicación se ve en la necesidad de desmontar los postulados y paradigmas de la interpretación mediocéntrica de la comunicación. Los elementos que participan en el proceso de comunicación son obviamente, los mismos (emisor, receptor, canal, mensaje), pero las relaciones que se establecen entre ellos han cambiado sustancialmente.

Así, por ejemplo, la expansión de los multimedia interactivos, ha difuminando la antigua separación entre lo que era la comunicación mediática (mediada técnicamente) y la comunicación interpersonal (no mediada técnicamente). La telemática ha puesto en crisis la vieja distinción entre medios/ y no medios, cuando la mediación tecnológica multiplica los procesos de comunicación interpersonal (telefonía y redes sociales) y se ha hecho necesario incorporar nuevos conceptos como “autocomunicación de masas” o “redes autogestionadas” (Castells, 2009).

En terminología de Bauman (2007) diríamos que la frontera medios/no-medios se ha ido “licuando”. Esto hace obsoleto el mediacentrismo, y obliga a adoptar perspectivas más transversales.

A esta primera convergencia (medios/no-medios) se le añaden otras convergencias de naturaleza distinta y todas ellas de gran transcendencia para el estudio de la comunicación, como la confluencia entre comunicación y cultura, y la superación de los esquemas dualistas que dissociaban la producción y la recepción de contenidos.

La investigación latinoamericana ha sido pionera en advertirnos sobre la primera de estas confluencias (entre cultura y comunicación), más allá del denominado giro cultural de las ciencias sociales, proponiendo un nuevo enfoque de los estudios culturales de la comunicación.

No es posible interpretar la cultura contemporánea al margen de la comunicación y viceversa, así lo hemos leído en las obras básicas de Martín Barbero, García Canclini, Renato Ortiz, Raúl Fuentes, Rosana Reguillo, para citar a los autores y autoras que más me han influido. Quedan muy lejos las viejas prácticas de análisis que consideraban a los medios como instituciones autónomas o independientes de su contexto. Los enfoques metodológicos se ven alterados por cruces como el que se produce entre los estudios del discurso y los estudios de la recepción, entre la semiótica y la etnografía, justo cuando la antropología se

ocupa, cada vez más, de la cotidianeidad contemporánea, es decir, de la cultura (Martins, 2011).

La segunda convergencia a la que me refería es la de la superación de los esquemas dualistas que disociaban la producción y la recepción de contenidos. Esto significa un cambio de paradigma de la comunicación de importantes efectos sobre las políticas de comunicación: las instituciones sociales se convierten en media, el poder de la comunicación se desplaza de la emisión a la producción de contenidos, de la era *broadcasting* se pasa a la era de la comunicación en red, los medios –aun que se resistan– son desplazados por las redes sociales. Todo esto afecta a las políticas de comunicación al exigir un nuevo planteamiento de algo tan importante para nuestra democracia como los espacios públicos en los que se hace posible la participación y se produce el consenso y se construyen las hegemonías.

Las responsabilidades (éticas) de la investigación de la comunicación

Si aceptamos el valor central de la comunicación e información en el desarrollo de la democracia podremos coincidir rápidamente en señalar la responsabilidad política de la investigación.

Ya hemos comentado las distintas formas, objetivos, de la investigación en comunicación. No me refiero aquí, claro está, a la investigación aplicada a los intereses comerciales de los distintos agentes de la industria de la comunicación, sino a las aportaciones críticas al sistema de comunicaciones y a las aportaciones propositivas a la democratización de las comunicaciones y a sus aplicaciones a objetos de interés social.

La investigación sobre comunicación/cultura, el análisis de los medios, debe desvelar las estructuras ocultas de poder (Martins, 2015). Los medios son reconocidos en democracia como controladores de los poderes políticos, ¿pero qué sucede cuando esto no se cumple? ¿Quién observa, quien informa sobre los medios?, ¿quién disecciona sus funciones y pone al descubierto sus intereses y limitaciones? Entonces la investigación sobre comunicación actúa como un observatorio crítico de la realidad comunicacional.

La investigación de la comunicación también debe incidir en los grandes temas que ocupan la agenda de la sociedad moderna: la globalización, la emigración,

las reivindicaciones de género, las nuevas formas de educación, el riesgo, el ecologismo, la construcción de la ciudad convivencial, la participación juvenil, etc.

La teoría de la comunicación puede contribuir decisivamente a la comprensión de las lógicas de nuestra sociedad. Retengo como algo muy importante la aportación de la teoría a la interpretación de las formas de dominación que se ocultan en los fenómenos culturales, incluso en los fenómenos aparentemente más triviales, de la vida contemporánea.

Es el caso, por ejemplo, de las justificaciones ideológicas del deterioro del espacio público, que se observa tanto en los medios de comunicación como en el espacio público de las ciudades modernas

En este punto creo interesante observar el paralelismo entre el espacio mediático y el espacio urbano, entre política urbana y política cultural, con una prioridad: definir y defender el espacio público, evitando tanto la “comunicación sin comunicación” como las “calles sin calle” o las “ciudades sin ciudad”.

Pero aparte de estas aportaciones críticas, de su aportación a la comprensión de la sociedad contemporánea, la investigación de la comunicación también tiene una responsabilidad propositiva, de apoyo a las políticas democráticas de comunicación y cultura.

No debemos mantener el pesimismo de la época post Mac Bride, cuando sentimos que los esfuerzos teóricos para fundamentar las políticas nacionales de comunicación y un nuevo orden internacional de la comunicación habían fracasado. Es cierto que se intentó borrar la huella de aquel proceso, pero ahora vemos como aquellas ideas afloran de nuevo, cuando se comprende la convergencia entre las políticas de comunicación y las políticas culturales y vemos la posibilidad de proponer políticas para la diversidad cultural, más aún, cuando vemos que esta posibilidad puede extenderse al uso de las tecnologías para la comunicación horizontal.

Me parece interesante, por ejemplo, la aplicabilidad de ideas como las formuladas por autores como Manuel Castells (2009) sobre la autocomunicación de masas y la organización en red de los movimientos sociales que pugnan por encontrar nuevas formas de apropiación que superen las viejas estructuras partidocráticas que consideran anquilosadas.

No es necesario apostar únicamente por las políticas nacionales (quiero decir estatales) de comunicación por que ahora estas políticas pueden desarrollarse en múltiples niveles, locales, de comunidades, donde el trabajo teórico puede ser decisivo a la hora de construir proyectos.

La investigación de la comunicación debe contribuir, en definitiva, a hacer posible el empoderamiento y la construcción de procesos de comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Para que esto sea posible es necesaria una política de investigación que apoye estos objetivos, y esto también pasa por la capacidad de autoorganización de los investigadores e investigadoras en el campo de la comunicación. Las múltiples investigaciones que vienen desarrollándose y que implican un gran esfuerzo, podrían ser mucho más fructíferas si se plantearan en forma de red, formando parte de análisis comparados.

Esta función también corresponde a las asociaciones académicas (independientes y autónomas) que en este nuevo contexto deben ocupar un lugar específico en el sistema de la política científica, de un sistema formado por centros de investigación (universitarios o institucionales) y revistas y publicaciones científicas, cada vez más influyentes, pero también cada vez más concentradas en grupos editoriales¹.

Referencias bibliográficas

- BAUMAN, Z. (2007). *Tiempos líquidos*. Barcelona: Tusquets.
- BELTRÁN, L. R. (1985 [1976]). Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica. In M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (pp.73-107). Barcelona: Gustavo Gili.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- FUENTES, R. (2008). *El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación*. Guadalajara: ITESO.
- KUNSCH, M. & Melo, J. M. (Eds.) (2012). *Comunicação Ibero-americana: sistemas midiáticos, diversidade cultural, pesquisa e pós-graduação*. São Paulo: Confibercom & Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.
- MARTINS, M. L. (2015). Os média na contemporaneidade: da promessa de emancipação histórica à sua ruína. In M. Ledo & M. I. Vassallo de Lopes (Eds.) *Comunicação, Cultura e Esferas de Poder* (pp. 19-44). São Paulo, Brasil: USP-ECA / USC-GEA / AssIbercom / Agacom. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1822/35292>.
- MARTINS, M. L. (2011). *Crise no castelo da cultura. Das estrelas para os ecrãs*. Coimbra: Grácio. Retrieved from <http://hdl.handle.net/1822/29167>.

¹ Sobre este tema ver Kunsch & Melo (2012); Martins & Oliveira (2014).

- MARTINS, M. L. & Oliveira, M. (Eds.) (2014). *Comunicação ibero-americana: os desafios da internacionalização*. Libro de Actas del II Congreso Mundial de Comunicación Iberoamericana. 13-16 de abril de 2014. Braga: Confiberom / Universidade do Minho / Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). eBook. Retrived from <http://hdl.handle.net/1822/33031>.
- MORAGAS, M. de (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MORAGAS, M. de (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- PASQUALI, A. (1978). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila.