

Investigación en comunicación: vigencia y prospectiva
**JUVENTUD, IDENTIDAD
Y COMUNICACIÓN**

**EPISTEMOLOGÍA
DE LA COMUNICACIÓN**



UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN



INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN. VIGENCIA Y PROSPECTIVA

Juventud, identidad y comunicación • Epistemología de la comunicación

INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
VIGENCIA Y PROSPECTIVA

JUVENTUD,
IDENTIDAD
Y COMUNICACIÓN

EPISTEMOLOGÍA
DE LA
COMUNICACIÓN

Ángela Garcés Montoya
Luis Beltrán Pérez Rojas
Editores académicos



UNIVERSIDAD DE MEDELLIN



INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, VIGENCIA Y PROSPECTIVA
JUVENTUD, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN • EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Primera edición: Agosto de 2008
© Universidad de Medellín

ISBN: 978-958-8348-25-4

Editores académicos:
Ángela Garcés Montoya
Luis Beltrán Pérez Rojas

Coordinación editorial:
Leonardo David López Escobar
Dirección electrónica: ldlopez@udem.edu.co
Universidad de Medellín.
Cra. 87 No. 30-65. Bloque 20, piso 2.
Teléfonos: 340 52 42 - 340 53 35
Medellín, Colombia

Distribución y ventas:
Universidad de Medellín
e-mail: selloeditorial@udem.edu.co
www.udem.edu.co
Cra. 87 No. 30-65
Teléfono: 340 52 42
Medellín, Colombia

Diagramación:
Hernán D. Durango T.

Diseño e impresión:
Logoformas S.A.
Calle 17A No. 69-62
Teléfono: 405 11 00
Bogotá, D.C., Colombia

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni registrada, ni en todo ni en parte, por ningún medio inventado o por inventarse, sin el permiso previo, por escrito, de la Universidad de Medellín.

Hecho el depósito legal

CONTENIDO

PRÓLOGO	11
PRESENTACIÓN	13

PARTE 1

JUVENTUD, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 1

IDENTIDADES Y AGRUPAMIENTOS JUVENILES

José Manuel Valenzuela Arce

INTRODUCCIÓN.....	21
1.1 ADSCRIPCIÓN, PERTENENCIA Y PARTICIPACIÓN JUVENIL	22
1.1.1 Agrupamientos juveniles	23
1.1.2 Sesgos patriarcales y relaciones de género	27
1.1.3 Carita mata inteligencia	28
1.2 ENTRE IDENTIFICACIONES Y ESTILOS DE VIDA JUVENILES.....	31
1.2.1 Respeto y derechos culturales	36
1.2.2 Cultura popular, acción social e identidades juveniles	38
1.3 CONCLUSIONES.....	46

CAPÍTULO 2

JUVENTUD, COMUNICACIÓN Y CULTURA REFLEXIONES SOBRE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Ángela Garcés Montoya

INTRODUCCIÓN.....	53
2.1 COMUNICACIÓN Y CULTURAS JUVENILES	59
2.2 JUVENTUD Y COMUNICACIÓN.....	71
2.3 MÚSICAS URBANAS: PROPUESTAS COMUNICATIVAS ALTERNATIVAS... MARGINALES EN EL HIP-HOP DE MEDELLÍN.....	76
2.4 PORTAL SUBTERRANEOS.NET DE COLOMBIA	82
2.5 CREACIÓN DE PROPUESTAS COMUNICATIVAS INDEPENDIENTES.....	88

CAPÍTULO 3
LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS COLOMBIANOS
FRENTE A INTERNET COMO ALTERNATIVA DE SOCIALIZACIÓN

Érika Jaillier Castrillón

INTRODUCCIÓN.....	97
3.1 JÓVENES USUARIOS	98
3.2 NUESTRA POBLACIÓN UNIVERSITARIA Y LOS MEDIOS.....	102
3.3 REPRESENTACIONES SOCIALES MÁS COMUNES	105
3.4 PRÁCTICAS SOCIALES: DIVERSIDAD Y CREATIVIDAD	112
3.5 CONCLUSIONES.....	119

CAPÍTULO 4
LA JUVENTUD EN LA TRANSFORMACIÓN DE MEDELLÍN. 2004-2007

Alcaldía de Medellín. Secretaría de Cultura Ciudadana. Subsecretaría Metrojuventud

INTRODUCCIÓN.....	123
4.1 ENFOQUE DE ACTUACIÓN	126
4.2 CRITERIOS DE ACTUACION.....	128
4.3 RESULTADOS OBTENIDOS EN EL TRABAJO CON LA JUVENTUD DE MEDELLÍN EN EL CUATRIENIO CON EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2004-2007.....	132
4.3.1 Una juventud con más oportunidades, que se llena de esperanza	132
4.3.2 Mayores oportunidades para incorporarse a la sociedad del conocimiento. "Medellín la más educada"	133
4.3.3 Jóvenes que participan en la transformación de la ciudad	134
4.4 LA JUVENTUD SE VISIBILIZA POSITIVAMENTE	136
4.5 UNA CIUDAD QUE INCLUYE A LA JUVENTUD.....	137
4.5.1 Una juventud más productiva, competitiva y solidaria "cultura e"	138
4.5.2 Movilidad segura para la juventud.....	138
4.5.3 Nuevos espacios para el encuentro y la creatividad juvenil.....	139

PARTE 2

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 5
LA TRASHUMANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN,
COMO OBSTÁCULO EPISTEMOLÓGICO

Luis Beltrán Pérez Rojas Ph. D.

INTRODUCCIÓN.....	143
5.1 LA COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO DEL DEBATE DE LAS CIENCIAS SOCIALES	147

5.2 ¿POR QUÉ LA COMUNICACIÓN DEBE CONSTITUIRSE EN CIENCIA?.....	154
5.3 EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN	155
5.4 LA TRASHUMANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN, BAJO LA DEPENDENCIA DE LOS ACONTECIMIENTOS SOCIOECONÓMICOS DEL MUNDO DURANTE LAS ÚLTIMAS DÉCADAS.....	158

CAPÍTULO 6

PROBLEMÁTICAS Y DESAFÍOS EN EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN

José Miguel Pereira G.

INTRODUCCIÓN.....	173
6.1 REVISITANDO EL CAMPO	174
6.2 ÁMBITOS DE INVESTIGACIÓN	180
6.3 CONCLUSIÓN	186

CAPÍTULO 7

UNA EPISTEMOLOGÍA PARA UNA COMUNICOLOGÍA POSIBLE UNA PROPUESTA CONSTRUCTIVISTA PARA UNA CIENCIA EMERGENTE

Profesor Jesús Galindo Cáceres Ph.D.

INTRODUCCIÓN.....	193
7.1 ¿VA BIEN LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN?	195
7.2 ¿ES LA COMUNICOLOGÍA POSIBLE UN ESTADIO DE CONOCIMIENTO MÁS AVANZADO QUE LA COMUNICOLOGÍA HISTÓRICA?, ¿ES LA COMUNICOLOGÍA POSIBLE UN ESTADIO DE CONOCIMIENTO MÁS AVANZADO QUE LAS CIENCIAS SOCIALES?	199
7.3 EL PROCESO DE CRÍTICA EPISTEMOLÓGICA DE LA COMUNICOLOGÍA.....	202
7.4 ¿NECESITA LA COMUNICOLOGÍA UNA EPISTEMOLOGÍA DISTINTA, SISTÉMICA, CONSTRUCTIVISTA Y COMPLEJA?	207
ANEXO A. AUTORES	217
ANEXO B. INFORMACIÓN GRUPOS DE INVESTIGACIÓN.....	221

PRÓLOGO

La Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín, en desarrollo de la política de Socialización y Divulgación y comprometida con el desarrollo de las agendas de los Grupos de Investigación, realizó del 27 al 31 de agosto de 2007, las VIII Jornadas de Investigación I Internacionales.

El evento se propuso fortalecer la vida de los Grupos, promover su visibilidad, socializar logros y resultados de los procesos de investigación realizados por los profesores, y generar la interlocución con la comunidad científica nacional e internacional.

En este marco, y a través de doce simposios en las líneas de los grupos de investigación reconocidos por COLCIENCIAS, se instauró una discusión bastante amplia en torno a temas como: vigencia y prospectiva de la comunicación, la comunicación escrita en la universidad, narrativas audiovisuales, derecho contemporáneo, derecho administrativo, justicias alternativas, procesos de formación, responsabilidad social, desarrollos teóricos de punta en contabilidad, riesgos económicos y financieros, diseño de infraestructura, sistemas computacionales e investigación en la ingeniería ambiental.

La presencia de 20 investigadores de 9 países: Francia, Italia, Suiza, Estados Unidos, España, México, Argentina, Brasil y Colombia, 142 ponentes del ámbito nacional y local y 26 representantes del sector productivo hizo posible este debate que dejó grandes retos institucionales, entre los cuales se destaca incorporar la transferencia de conocimiento, la internacionalización y las alianzas estratégicas

como procesos prioritarios en la búsqueda de soluciones creativas a los problemas sociales.

En este sentido, el siguiente texto recoge algunos de los principales aportes realizados por los profesores investigadores que participaron en el evento. Esperamos que lo allí consignado contribuya a estructurar las reflexiones que desde diferentes Grupos se vienen suscitando sobre problemáticas coyunturales del país que precisan de la intervención y de los aportes desde la academia.

Luz Doris Bolívar Yepes
Vicerrectora de Investigaciones

PRESENTACIÓN

La Universidad de Medellín en desarrollo de la política de Socialización y Divulgación de la investigación presenta los desarrollos de los grupos de investigación adscritos a la Facultad de Comunicación, ellos son: Discurso, organización y política, Sigma. Estos grupos de investigación establecieron un diálogo con expertos nacionales e internacionales en las líneas: comunicación y culturas juveniles, y epistemología de la comunicación; ese diálogo entre grupos de investigación corrobora que la comunicación concebida como campo de conocimiento es una gran fortaleza que expande los intercambios y avances investigativos en comunicación y disciplinas afines, como son: la epistemología, la sociología, la publicidad, los estudios culturales, entre otros.

Por ello la *Investigación en comunicación: vigencia y prospectiva* presenta las temáticas: juventud, identidad y comunicación; epistemología de la comunicación, considerados ejes orientadores de los debates en comunicación en el contexto nacional e internacional, realizado por investigadores en varios escenarios del mundo. El debate no solo es interesante, es inacabado y también se ha convertido en objeto de estudio y de publicaciones, tanto en América Latina como en otros países.

PARTE 1. Juventud, identidad y comunicación

Al explorar la relación juventud, identidad y comunicación, emerge la noción de culturas juveniles entendida como espacios-tiempo de los jóvenes que configuran la identidad y socialización de jóvenes para jóvenes y se fortalecen con el debilitamiento de los

mecanismos de integración tradicional (escuela, familia, trabajo, religión) y el descrédito de las instituciones políticas. En este contexto adquieren relevancia los estudios culturales urbanos, donde los jóvenes aparecen como sujetos y grupos productores de cultura por sus maneras de entender y asumir el mundo.

Si los y las jóvenes habitan *otros espacios*, en ese acto no sólo está en juego el uso del tiempo libre; en el acto de recorrer, habitar y morar lugares se da lugar a la constitución de territorios juveniles. Identificar y valorar los territorios juveniles cobra importancia a la hora de estudiar las *culturas juveniles urbanas* que se declaran *alternativas*, pues ellas ofrecen una producción cultural propia, diferente y creativa, en tanto se alejan de la cultura dominante y de los procesos de homogeneización del mundo adulto, es decir, institucionalizado.

A pesar de la importancia de la relación juventud, identidad y comunicación, es evidente su ausencia en las políticas públicas de juventud, que se han dedicado a los asuntos sectoriales (educación, empleo, salud, recreación) en tanto afectan al conjunto de la población juvenil, dejando al margen la producción cultural de los/las jóvenes a través de la apropiación de medios de comunicación, que evidencian las renovadas formas de comunicación y producción cultural de los(as) jóvenes. Esa ausencia es abordada por la línea de Investigación Comunicación y Culturas juveniles, adscrita al Grupo de Investigación Discurso, Organización y Política –DOP–, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, y para avanzar en su reflexión dialoga con investigadores especializados de México y Colombia, donde se revisan las derivas investigativas de la relación Juventud-Identidad-Comunicación.

El investigador José Manuel Valenzuela Arce, en el capítulo 1: *Identities and groupings juveniles*, discute la construcción de campos de pertenencia, adscripción y participación juvenil donde es necesario hacer algunas distinciones relacionadas con los

diversos sentidos que estos conceptos poseen, pues los jóvenes participan en diversos ámbitos de la vida social y se integran a organizaciones cuyo sentido no siempre refiere a la condición juvenil. Por lo tanto, el autor reitera que resulta necesario mantener una mirada que reconozca las variadas formas, objetivos e intensidades de los agrupamientos en los cuales participan los y las jóvenes. Por ello, en el capítulo se revisan las lógicas de la participación juvenil, siendo necesario definir las formas de agrupación juvenil en relación con los poderes sociales, económicos y de Estado, para distinguir los “incorporados” y los “alternativos”, derivas conceptuales contrastadas con la información actualizada de la Encuesta Nacional de Juventud de México-ENJ, 2001.

Para continuar con la reflexión sobre Juventud, Identidad y Comunicación, la investigadora Ángela Garcés Montoya, en el capítulo 2: *Juventud, comunicación y cultura*, explora los presupuestos de la comunicación alternativa en relación con las diversas formas de apropiación y producción cultural realizadas por los jóvenes a través de los estilos y las culturas de músicas urbanas, particularmente desde el *hip-hop*. Desde allí, se explora la perspectiva “siento, luego existo”, afirmación que condensa la capacidad del sujeto contemporáneo no sólo de liberarse, sino también de crearse y, en ese proceso, definir prácticas de libertad, es decir, formas no formales de existencia, donde la música se convierte en un plexo cultural que le permite a los y las jóvenes realizar un trabajo constante de propuestas grupales y personales, tratando de encontrar un estilo original. Se revisan entonces las producciones alternativas vinculadas al ciberespacio, como: páginas web, my space, blogs, presentados como medios alternativos que pueden jugar un papel destacado como plataforma política, al permitir el soporte indispensable del poder de los jóvenes ciudadanos para controlar sus medios de comunicación y, en ellos, generar sus propios contenidos.

Ante la expansión de la Internet se reconoce un renovado escenario para pensar la relación juventud, identidad y comunica-

ción; por ello, en el capítulo 3: *Los jóvenes universitarios colombianos frente a Internet como alternativa de socialización*, la investigadora Érika Jaillier Castrillón reconoce la Internet como una tecnología de información y de comunicación cada vez más importante en los países en vía de desarrollo que consideran las nuevas tecnologías como una alternativa, que revisa los preceptos de la comunicación democrática y la comunicación alternativa; para ello, la investigadora se preocupa por comprender las prácticas sociales y las representaciones sociales colectivas de los jóvenes universitarios frente a la Internet en Colombia.

Para revisar la situación de la juventud en Medellín que permita realizar un balance de la política pública de juventud, la Alcaldía de Medellín, –Secretaría de Cultura Ciudadana y Subsecretaría Metrojuventud– en el capítulo 4: *La juventud en la transformación de Medellín, 2004-2007*, presenta los diferentes desarrollos de estrategia y proyectos de inversión, realizados por la alcaldía de Sergio Fajardo Valderrama, donde se hace ostensible la intervención con la población juvenil, que revisa los imaginarios de jóvenes problema, para propender por una visión positiva y proactiva de esta población, expresada en proyectos y programas desarrollados, en los cuales el personaje principal es el joven. Igualmente se expresa el interés por visibilizar a la población juvenil por la capacidad creadora y transformadora, posibilitando su participación desde la afirmación e inclusión de la diversidad juvenil y el reconocimiento del compromiso ciudadano de la juventud.

PARTE 2. Epistemología de la comunicación

La reflexión en torno a la científicidad de la comunicación es un tema reciente, polémico y diverso, en el cual se observan toda clase de posturas epistemológicas fundamentadas en las distintas escuelas, teorías y corrientes del estudio de la comunicación. Todo esto hace que dicho estudio se torne apasionante, pero a la vez confuso por cuanto no se observa un diálogo en torno al

mismo objeto de estudio, a sus métodos o a sus contenidos. Por el contrario, cada Escuela realiza su estudio descuidando en gran parte los aportes y tendencias de los demás.

En esta parte del libro se desarrolla dicho debate, considerando sus principales representantes y las tendencias en el estudio de la comunicación; se trata de todas maneras de una aproximación, no de un tema concluido.

En el capítulo 5, el investigador Luis Beltrán Pérez Rojas se plantea la falta de definición de un objeto de estudio unificado, con respecto a la comunicación, ya que ésta ha trashumado de acuerdo con las distintas escuelas, con los distintos momentos históricos, económicos y culturales de los últimos 60 años. En este texto se pueden observar los distintos objetos de estudio que ha tenido la comunicación y la falta de unidad en torno al estudio de la misma.

En el capítulo 6, el investigador José Miguel Pereira continúa con la misma línea, al hacer una síntesis analítica de las reflexiones realizada por los investigadores latinoamericanos en el XIII Encuentro de FELAFACS, ya que una de las mesas se ocupó del tema "Pensar el campo, pensar la comunicación", tanto en los campos de la producción como en el de la reproducción del conocimiento. Igualmente, se llega a enfatizar en la importancia de pensar científicamente la comunicación teniendo en cuenta el contexto sociohistórico contemporáneo y las caracterizaciones que hacen autores como Manuel Castells y otros.

Capítulo 7: el investigador Jesús Galindo Cáceres se plantea la posibilidad de hacer una comunicología, a partir de las experiencias de un grupo de investigación en México. Es un desarrollo interesante, ya que en la misma línea de los dos capítulos anteriores, se manifiesta la dificultad para realizar un estudio científico de la comunicación; pero a la vez, se plantean posibilidades de hacerlo puesto que el grupo a través de una agenda de trabajo con parámetros específicos

lo ha logrado. En este capítulo se presentan objetivamente las dificultades y los aciertos en la búsqueda de una comunicología posible, esfuerzo que se ha venido realizando desde hace más de siete años por los grupos GUCOM y REDCOM en el país de México.

Los artículos de este libro son una muestra del interés académico e investigativo de grupos de investigación, personas e instituciones que han dedicado parte de sus esfuerzos a pensar la comunicación desde diversas perspectivas, asumiendo la vigencia del presente y las perspectivas de futuro.

A su vez, *Vigencia y Prospectiva de la Comunicación* reúne a grupos de investigación nacionales e internacionales, haciendo evidente la preocupación por discutir temas que van más allá de lo cotidiano para adentrarse en el campo del conocimiento y de la ciencia. Ese es el aporte del presente texto a la discusión actual del tema con el ánimo de romper y de construir paradigmas que beneficien el estudio de la comunicación.

Ángela Garcés Montoya
Luis Beltrán Pérez Rojas
Editores académicos

PARTE 1

JUVENTUD, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 1

IDENTIDADES Y AGRUPAMIENTOS JUVENILES

*José Manuel Valenzuela Arce**

INTRODUCCIÓN

Durante la segunda mitad del siglo XX, la población vivió dinámicos procesos de urbanización. Estos, conjuntamente con el desarrollo de la industrialización y los consiguientes cambios en la composición de la fuerza de trabajo, participaron en la conformación de nuevas formas de interacción e identificación social. A inicios del siglo XX, más del 60% de la población latinoamericana vivía en zonas agrícolas, situación que cambió de manera drástica, sobre todo a partir de los milagros económicos de la Posguerra, de tal suerte que entramos a un nuevo milenio con una población principalmente urbana: tres de cada cuatro personas viven en las ciudades, donde predominan situaciones de desarraigo, reterritorialización, miseria creciente, desempleo, devaluación del trabajo y de la educación; además, la violencia y el narcotráfico, parecen componentes imbatibles.

Los modelos neoliberales impulsados en América Latina han tenido efectos devastadores sobre las condiciones de vida de la mayoría de los latinoamericanos, produciendo importantes incrementos en los niveles de desigualdad en la distribución del

* Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología por El Colegio de México. Profesor-investigador del Departamento de Estudios Culturales de El Colegio de la Frontera Norte; miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel III) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Sus investigaciones han abordado temas relacionados con cultura e identidad, fronteras culturales, movimientos sociales, culturas juveniles, consumos culturales, sociología urbana y cultura popular.

ingreso. Se agudizó la inaccesibilidad a la vivienda, se incrementó el desempleo y se abatió la capacidad adquisitiva del salario. Frente a este escenario, la migración nacional e internacional se presenta como opción única de mejoramiento en las condiciones de vida para muchos latinoamericanos.

En los últimos años nos han dejado un país y a la población latinoamericana más pobres, más vulnerables, más endeudados y más dependientes. Los indicadores económicos muestran escenarios sociales caracterizados por el empeoramiento en la distribución de los ingresos en la mayoría de los países latinoamericanos. Han sido muy altos los costos sociales del neoliberalismo ya que las condiciones de desarrollo de millones de personas se presentan difíciles, situación que resulta especialmente desesperanzadora para la población joven. Los procesos económicos muestran escenarios sociales caracterizados por el empeoramiento en la distribución de los ingresos en la mayoría de los países latinoamericanos.

1.1 ADSCRIPCIÓN, PERTENENCIA Y PARTICIPACIÓN JUVENIL

Discutir la construcción de campos de pertenencia, adscripción y participación de los jóvenes requiere hacer algunas distinciones relacionadas con los diversos sentidos que éstas poseen, pues los jóvenes participan en diversos ámbitos de la vida social y se integran a organizaciones cuyo sentido no siempre refiere a la condición juvenil. Hablar de las lógicas de la participación juvenil implica definir, aunque sea en un nivel precario, sus opciones disponibles, entre las cuales se encuentran los grupos, redes, conductas gregarias, adscripciones imaginarias y movimientos sociales. Resulta necesario mantener una mirada que reconozca las variadas formas, objetivos e intensidades de los agrupamientos en los cuales participan los jóvenes.

La pertenencia, membresía, participación y adscripción de los jóvenes en grupos (juveniles y no juveniles), remite a un abanico amplio de opciones en las cuales se debe reconocer que los grupos

poseen una organización definida de manera implícita o explícita con reglas de juego y formas de pertenencia construidas desde los ámbitos cotidianos que pautan las opciones y las formas de participación dentro del grupo y de las relaciones con otros grupos sociales. Frecuentemente en el grupo se definen diferentes conformaciones de poderes y liderazgos. Los grupos poseen códigos más o menos explícitos, y presentan rutinas cotidianas compartidas, además de que portan elementos que los identifican y diferencian de otros grupos.

1.1.1 Agrupamientos juveniles

Si analizamos los grupos juveniles a partir de su peculiar relación con los poderes sociales, económicos y de Estado, podemos distinguir diferentes tipos de grupos, entre ellos, los tolerados que no se vinculan de forma directa a las instancias de poder del Estado; los grupos tolerados incluyen a una gran cantidad de clubes y asociaciones cuyos objetivos y prácticas no incomodan a los guardianes de la integridad moral o ideológica dominante. A diferencia de los tolerados, los grupos fomentados reciben estímulo y apoyo, o de hecho son formados por los grupos dominantes y frecuentemente poseen una relación orgánica con diferentes instancias del poder económico o estatal.

Entre éstos encontramos diversas asociaciones juveniles insertas en las estructuras de los grupos detentadores del poder religioso, político o económico, tales como las juventudes de los partidos políticos en el poder, las asociaciones de jóvenes católicos, rotarios, leones, cámaras junior, etc. Este tipo de agrupamientos constituyen canales fundamentales para el relevo generacional de los grupos dominantes. Finalmente, podemos destacar una serie de grupos claramente rechazados, cuestionados y, en ocasiones, perseguidos por los poderes sociales.

Característico de los movimientos sociales de los últimos años ha sido su mayor desarrollo en el campo cultural. Muchos de estos movimientos no se definen a partir de las categorías de los conflictos

políticos de períodos anteriores. Las formas de acción social desarrolladas por los jóvenes incorporan la disputa por la construcción de sentidos colectivos, por la conformación o preservación de campos identitarios y la persistencia de sus estilos de vida.

Consideramos acción social aquella que se realiza en función de objetivos compartidos y colectivamente definidos. La acción social remite a una construcción colectiva de sentido por parte de los actores que en ella participan. Por lo tanto, se diferencia de los actos de imitación o de agregado definidos por una perspectiva común que orienta la participación de los individuos. Estas visiones comunes definen creencias compartidas que permiten conformar sentido de la acción.

El movimiento implica la ruptura de la inercia cotidiana institucionalizada. Estos movimientos incluyen y trascienden a la adscripción laboral, incorporando nuevos frentes de disputa y conflicto en los cuales participa una gama heterogénea de actores sociales (frecuentemente con intereses opuestos), que buscan incidir en la organización y representaciones sociales. Estos movimientos cuestionan las formas de organización dominantes y sus formas de legitimación, incluyendo sus mecanismos de dominación cultural.

Teniendo como marco general los procesos de agrupamiento juvenil y los elementos que definen los procesos de acción social destacados en la literatura, resulta pertinente analizar la relación de los jóvenes mexicanos con algunos grupos y organizaciones donde parece destacar una débil participación en las organizaciones políticas al igual que una escasa vinculación en organizaciones sociales de diversa índole. La información que se presenta a continuación hace parte de la Encuesta Nacional de Juventud de México - ENJ¹.

1 La información de este apartado corresponde a la Encuesta Nacional de la Juventud en México 2001.

Al ubicar las simpatías políticas de los jóvenes, destaca que 44.4% de ellos no simpatiza con ningún partido político argumentando falta de interés (38.5%), el hecho de que los partidos no cumplen sus promesas (12.2%), la ausencia de propuestas solventes (10.6%), el desconocimiento de lo político (7.1%) y el hecho de que los partidos son corruptos (3.1%). Un aspecto importante a destacar es que el desinterés es mayor entre los más jóvenes y va disminuyendo en los rangos de edad subsiguientes, mientras que en los rangos de 20 a 29 años aumenta la percepción de que los partidos no cumplen lo que prometen o que no tienen buenas propuestas.

La construcción de la percepción juvenil sobre los partidos políticos resulta interesante si consideramos el bajo nivel de calificación que les otorgan, pues siguiendo el parámetro escolar de calificación, ningún partido sale bien evaluado y los jóvenes los califican en un rango promedio de 7% para el PAN, 6.7% para el PRD, 6.7% para el PRI, 6.2% para el PVEM, 5.8% a Convergencia, 5.8% al PT, 5.7% a Nueva Alianza y 5.7% para Alternativa Socialdemócrata y Campesina. Esta información ayuda a entender que a 44% de los jóvenes no les interesa nada la política y a 39.4% le interesa poco, frente a sólo 14.2% que dice tener mucho interés en este campo.

Entre las formas de adscripción juvenil en grupos y organizaciones sociales identificados en la Encuesta Nacional de Juventud-2005, destacan en primer lugar las organizaciones deportivas (40.3%), luego están las religiosas (12.4%) y después las estudiantiles (11.6%), y hay un mínimo nivel de participación en organizaciones que actúan en ámbitos recurrentemente señalados entre los intereses de los jóvenes, como son las ecologistas (1.2%), de ayuda o servicio a la comunidad (2.7%) y asociaciones de ayuda o apoyo (1.1%), mientras que 7.3% participa en organizaciones artísticas y culturales, 1.7% en organizaciones barriales, 1.5% en grupos partidistas, 1%, en organizaciones laborales, 1.2% en clubes de *fans*, 0.9% en redes y 7.6% nunca han participado. Entre las diferencias de

género, destaca la mayor participación de las mujeres en las organizaciones estudiantiles, ecologistas, artístico/culturales, religiosas y de ayuda o servicio a la comunidad, mientras que los hombres destacan en las organizaciones deportivas y laborales.

No obstante la opinión de los jóvenes sobre los partidos y sus representantes, sus formas de participación social no se circunscriben al ámbito de los partidos políticos, y cerca de dos terceras partes (62%) amplían sus perspectivas más allá de la participación político electoral y creen que sí vale la pena votar, mientras que cerca de 18% cree que no vale la pena o no tiene sentido hacerlo. Sin embargo, prevalece una condición normativa o pragmática, pues 42.5% de los jóvenes considera que se debe participar en política porque es una obligación y 3.1% dice que se debe participar cuando se obtiene algún beneficio. Frente a estas percepciones, destaca el escaso peso de posiciones que motiven la participación en política a partir de argumentos como protestar contra alguna injusticia (4%) o cuando se tiene información y responsabilidad (3.3%). Aún así, la mejor forma de participar en política de acuerdo con los jóvenes es a través del voto.

Esta perspectiva normativa de los jóvenes resulta poco estimulante si pensamos que para casi la mitad de ellos (47.9%), la democracia, siendo la forma de gobierno preferible (54.8%), sirve para elegir a los gobernantes y sólo 15.5% considera que la democracia sirve para resolver injusticias sociales o para exigir cuentas al Gobierno (14.2%).

Existe un desfase entre la concepción de la democracia como proceso que lleva a la gente a depositar su voto y las expectativas que ésta genera como mecanismo para la solución de asuntos sociales, pues la principal respuesta a la pregunta sobre lo que los jóvenes esperarían de la democracia es que se cumpla lo que se promete (21.5%), que se escuchen sus demandas (6.4%), que se acabe la corrupción (3.4%), que haya buenos gobernantes (10.6%),

el respeto a la gente de bajos recursos (9.1%), que mejore el país (2%), el fin de la inseguridad (0.8%), mejorar la convivencia (0.3%), apoyo a la educación (0.6%) y transparencia en las elecciones (0.6%).

1.1.2 Sesgos patriarcales y relaciones de género

Pensar la sociedad mexicana desde los imaginarios juveniles conlleva rupturas y continuidades, especialmente cuando observamos estas perspectivas desde la dimensión de género. En este campo, cabe destacar la posición de los jóvenes frente a una serie de afirmaciones emanadas de un catálogo de apotegmas patriarcales, donde salta a la vista la prevalencia de posiciones machistas y sesgos de género.

Si pensamos en relaciones equitativas, la perspectiva de los jóvenes mantiene deudas importantes, pues sólo 56.3% está en desacuerdo con que las labores del hogar son cosa de mujeres (22.5% está muy de acuerdo), llamando la atención el hecho de que no existen grandes diferencias en esta percepción entre hombres y mujeres (24.3% y 20.7%). Sólo 50.8% de los jóvenes se encuentra en desacuerdo con la afirmación de que las mujeres se guían por la emoción y los hombres por la razón, aunque existe una diferencia entre hombres y mujeres, siendo éstas quienes muestran mayores niveles de desacuerdo (43% y 58.4%).

La idea de que la mujer es el soporte de la familia y que su lugar es el hogar o el ámbito privado y es ella la principal responsable de la educación de los hijos sigue teniendo fuertes asideros en los imaginarios juveniles, por ello sólo 38.1% mostró su desacuerdo (32.1% de hombres y 43.9% de las mujeres) frente a la afirmación de que en las familias es donde la mujer trabaja y cuida a los hijos. Las visiones machistas se expresan de diversas maneras, por ello sólo 17.9% está en desacuerdo con la afirmación de que aunque la mujer no trabaje el hombre debería colaborar en las tareas del hogar, posición compartida por la mayoría de hombres y mujeres,

aunque el nivel de desacuerdo es mayor entre los hombres (20.1% frente a 15.8%). No obstante, la mayoría considera que tanto los hombres como las mujeres deberían aprender las labores del hogar, pues en este rubro sólo existe un rechazo de 12%.

En el mismo horizonte que legitima la posición del hombre como proveedor al mismo tiempo que naturaliza la perspectiva que reduce a la mujer al ámbito íntimo, familiar y doméstico, la mitad de los jóvenes considera que el hombre debe ser el único responsable de mantener el hogar, afirmación rechazada por 49.1% de los jóvenes, destacando también un mayor rechazo femenino (53% contra 45%). Igualmente problemática resulta la naturalización de la inequidad de género en asuntos de la esfera pública, pues 42.9% de los jóvenes están de acuerdo total y parcialmente en que es natural que el hombre gane más que la mujer, posición asumida de manera mayoritaria por los hombres (48.6%), aunque 37.6% de las mujeres también sostiene esta posición.

Finalmente, y de manera coherente con las perspectivas señaladas, un número alto de jóvenes considera que el desempleo es menos importante para las mujeres que para los hombres, posición rechazada por 55.3%. Una vez más, son los hombres quienes se identifican mayormente con esta afirmación, pues 46% la sustenta total o parcialmente, mientras que en el caso de las mujeres el acuerdo disminuye a 37.2%.

1.1.3 Carita mata inteligencia

La conformación de campos de adscripción incluye espacios íntimos cercanos, no exentos de umbrales simbólicamente contruidos y que se encuentran mediados por elementos culturales y por esquemas axiológicos. Por ello, también la elección de una pareja pasa por la criba sociocultural y, en el caso de los jóvenes mexicanos, destaca como cualidad principal en la elección de pareja la sinceridad (36.2%), la cual posee un alto nivel entre jóvenes hombres y mujeres;

le sigue en importancia el que la pareja sea trabajadora (28.4%), condición claramente asociada con el temor de los jóvenes frente a la incertidumbre del futuro, aunque esta cualidad resulta mucho más importante para las mujeres (42.1%) que para los hombres (14.1%), posición que reproduce un esquema tradicional de relaciones que asumen la condición del hombre como proveedor.

De la vista nace el amor. Después de los aspectos que proporcionan confianza y seguridad en una relación, los jóvenes destacan el aspecto físico como atributo relevante que incide en la elección de una pareja (27.6%), aunque este rasgo se incrementa de manera importante por el peso que le otorgan los jóvenes hombres y mujeres de 12 a 14 años (54.6 y 38.7%), quienes se encuentran en una fase distinta en el momento de responder respecto a los rasgos que debería tener su pareja, disminuyendo de forma significativa entre los jóvenes de mayor edad. No obstante, prevalece una marcada diferencia de género en la apreciación de las cualidades físicas como requisito o atributo de la pareja, pues 36.8% de los hombres destaca estas cualidades, frente a sólo 18.8% de las mujeres. Sólo en cuarto lugar aparece el amor como criterio relevante con 24.9% de jóvenes que le otorgan un papel importante, presentándose una condición que expresa de manera clara procesos de socialización diferenciados a partir de la condición de género, así como formas distintas de adscripción en los imaginarios amorosos, ya que entre los hombres de 12 a 14 años se presenta el nivel más bajo en la consideración del amor como cualidad importante en la elección de la pareja (12.6%), mientras que en las mujeres de la misma edad existe el nivel más alto con 34.4%. Este dato me parece importante en la medida en que muestra formas disímiles de apropiación del discurso amoroso entre adolescentes hombres y mujeres, condición que cambia cuando se supera la discursividad amorosa e inician relaciones y experiencias que vuelven similares las perspectivas de hombres y mujeres mayores de 15 años en relación con el peso del amor en la definición de sus elecciones amorosas.

En quinto lugar se encuentra el respeto como atributo de la pareja. Nuevamente encontramos una importante diferenciación a partir de la condición de género, pues entre los hombres el promedio es de 20.2% frente a 28.7% de las mujeres. De manera similar a la condición amorosa, entre adolescentes hombres y mujeres se aprecia una clara diferencia en el papel que le otorgan al respeto, pues entre los varones lo señala sólo 17.6%, mientras que en las mujeres es 35.4%.

En orden de importancia sigue la responsabilidad como cualidad necesaria (19.9%), rubro donde también se marca una diferencia entre hombres y mujeres con 10.9% frente a 28.6%. En séptimo lugar se encuentra la comprensión, rasgo que destaca con mayor frecuencia en los hombres (21.5%) que en las mujeres (16.8%), lo cual podría interpretarse como una mayor demanda masculina de comprensión de parte de la mujer más que un deseo de ser comprensivo con la pareja. Una de las cualidades que intervienen en la elección de pareja es la fidelidad, que en la encuesta aparece hasta el sitio octavo, lo cual sugiere un cambio importante en la forma desde la cual los jóvenes significan sus relaciones y construyen los marcos normativos. Sólo 18.2% de los jóvenes destacó la fidelidad como una cualidad importante en la elección de su pareja, observándose una similitud entre hombres y mujeres, aunque expresándose un claro sesgo entre hombres y mujeres de 12 a 14 años, quienes sólo la consideraron en 9% y 11%, respectivamente.

Lo anterior puede apuntar tanto a un cambio en el papel de la fidelidad entre los más jóvenes, como a la inexperiencia y la informalidad de las relaciones de los menores de 15 años. Por otro lado, ellos no se encuentran emplazados por la decisión de elegir pareja, o la opción de otros formatos y marcan una diferencia con las relaciones constituidas. Sin embargo, no podemos sacar conclusiones apresuradas, especialmente si consideramos que 91.9% de los jóvenes considera que la fidelidad es importante en el éxito de una relación de pareja.

Junto a las cualidades anteriores, la educación, la inteligencia, el conocimiento y otros rasgos asociados al cultivo de la mente tienen poco valor en el mercado de los afectos, pues estas cualidades aparecen en rangos inferiores, con 13.4% para la inteligencia, siendo los hombres quienes más la valoran (17.9% frente a 9.1% de las mujeres); la educación sólo es destacada por 5.6% de los jóvenes. Después se encuentran elementos asociados con la idea de tener una pareja con quien pasarla bien o divertirse, con quien compartir ideales y creencias (7.6%), la diversión y la alegría (4.6%) y finalmente algunas cualidades relacionadas con la estabilidad material como buena posición económica (2.9%) y que aporte estabilidad (2.8%).

1.2 ENTRE IDENTIFICACIONES Y ESTILOS DE VIDA JUVENILES

Las identidades son relaciones sociales enmarcadas por la definición de umbrales semantizados de pertenencia y exclusión, por lo cual actúan como sistemas clasificatorios que organizan diversos repertorios de pertenencias y exclusiones. Siendo procesos sociohistóricos, relacionales y situacionales conformados en la mediación de lo individual y lo colectivo, las identificaciones sociales se producen dentro de campos relacionales de auto percepciones, y la auto identificación se inscribe en campos de relaciones sociales que hacen aparecer como “normales” las formas de identificación y conducta legitimadas por los grupos dominantes; por ello resulta importante considerar el reconocimiento de auto identificaciones juveniles estigmatizadas por grupos sociales dominantes y claramente cuestionados por los sectores más intransigentes de la sociedad.

En este sentido, es destacable que 96.1% de los jóvenes se autodefinen como heterosexuales, pero 4% se reconocen con otras identificaciones sexuales como la homosexualidad (masculina y femenina) y la bisexualidad y 11.6% ha tenido relaciones con gente de su mismo sexo. Las identidades sociales son complejos procesos relacionales que se conforman en la interacción social. Existen

diferentes formas de identificación cuyos límites de adscripción se establecen principalmente por la posición de los otros y no por una definición grupal compartida que trate de ganar sus propios espacios de reconocimiento. Asimismo, existen sectores y grupos estigmatizados, para quienes la fuerza del estigma muchas veces conlleva la posibilidad de conformar procesos apropiados de identificación y la construcción de estilos de vida propios a pesar de las respuestas adversas de la sociedad global y de sus grupos dominantes.

El estilo de vida remite a las formas de acción social entre las cuales se encuentra la significación del consumo. Las acciones sociales implican la construcción colectiva del sentido y el significado de la acción; por lo tanto, hablar de estilos de vida implica identificar los procesos de consumo, pero, sobre todo, los sentidos que los actores asignan a dicho consumo, sus apropiaciones y su incorporación dentro de campos de significación. En ocasiones, éstos se alejan de los estilos tradicionales y definen formas propias que se tornan características del individuo o del estilo de vida grupal, y pueden convertirse en elementos emblemáticos de identificación colectiva. Si bien los estilos de vida implican tipos o modos de consumo peculiares, también participan como elemento de organización del gusto, como referente de clasificación o de estratificación social y como referente en la producción de distinciones sociales.

Las formas específicas de significación del consumo poseen un papel relevante en la conformación, definición y reproducción de los estilos de vida y éstos tienen un papel importante en la conformación de las identificaciones y de estilos de vida juveniles.

A diferencia de las identificaciones cotidianas construidas desde la relación intensa (cara a cara), las identificaciones también se conforman en ámbitos genéricos o imaginarios articulados en grupos de referencia o en redes simbólicas, las cuales aluden a formas de identificación en las que los jóvenes participan en la conformación del sentido de la red. Es una suerte de comunidad

hermenéutica, una red de sentido que no posee una estructura de cohesión social fuerte entre el conjunto de quienes forman parte de la red. Las redes simbólicas son procesos de interreconocimiento entre los miembros de la red.

Un aspecto importante a tener en cuenta como referente desde el cual se conforman los campos de adscripción en la ciudad letrada, se refiere al consumo de productos culturales, donde debemos destacar que 38.7% de los jóvenes no compra libros, 31.8% no compra películas y 46.1% no compra revistas. Al mismo tiempo, destacan los llamados analfabetos funcionales del tercer milenio quienes se encuentran excluidos del acceso a los medios electrónicos, pues 30.1% no sabe usar las computadoras (esta condición incluye a la mitad de las mujeres de 25 a 29 años); 38.9% no sabe usar Internet, resaltando en esta condición 40.2% de los hombres y 57.8% de las mujeres que se encuentran en los rangos de 25 a 29 años. En el mismo sentido se encuentra el hecho de que 70.7% no tiene computadora, y 78.5% no tiene Internet.

El acceso y conocimiento de los dispositivos electrónicos no sólo alude a la inclusión o exclusión de saberes necesarios en el mundo actual, sino que también actúa como filtro para la participación dentro de diversas comunidades imaginarias y redes simbólicas. Estos filtros implican tanto la posibilidad de adscripción en redes y comunidades virtuales emergentes, como en lo referente a un conjunto de expresiones gregarias acentuadas con el desarrollo de los medios de comunicación masiva y su expansión en los espacios electrónicos. Las expresiones gregarias se distinguen no sólo por carecer de apropiaciones relevantes de los elementos comunes como referentes identitarios que posibiliten la conformación de sentidos propios o apropiados, sino porque aluden a formas de consumo y estilos impulsados por las industrias culturales a manera de modas.

Las expresiones gregarias pueden devenir en movimientos o estilos de vida apropiados o alternativos cuando existen procesos

de apropiación y de resignificación por parte de núcleos significativos de quienes comparten la moda. Esto sucede principalmente entre los grupos subalternos, cuando los elementos que los caracterizan, independientemente de que provengan de las industrias culturales, se tornan amenazantes para la sociedad global que los estigmatiza, y los lleva a asumir posiciones de grupo como recurso defensivo. En este sentido, las identificaciones gregarias comprenden expresiones, estilos y gustos definidos por imitación. En tal categoría se encuentra una serie de conductas de agregado, donde los jóvenes portan elementos comunes aunque no se conozcan o no construyan sentidos conjuntos, como ocurre con las modas, que configuran formas de consumo y estilos impulsados por las industrias culturales a manera de modas.

Las adscripciones imaginarias participan en la definición de los marcos que organizan la interpretación de la vida cotidiana; por eso resulta importante destacar una serie de adscripciones de orden religioso, creencias, confianzas, interculturales y musicales vinculadas a aspectos nacionales, supranacionales o globales que tienen relevancia en la vida de los jóvenes mexicanos. En este sentido llama la atención que, en términos generales, haya disminuido el peso de la Iglesia católica como eje normativo organizador de las conductas juveniles, pues sólo 44.7% de los encuestados se autodefinen como católicos practicantes, cifra cercana a quienes se adscriben al catolicismo pero reconocen que no lo practican, sobresaliendo casi 4% entre indiferentes a la religión y no creyentes y una distribución muy pequeña que se adscribe en las otras iglesias y denominaciones religiosas entre las cuales se encuentran protestantes, pentecostales, testigos de Jehová, adventistas del séptimo día, mormones, cristianos y judíos. Lo anterior muestra que, más allá de la condición religiosa practicante de los jóvenes, ésta posee un papel importante como referencia de los campos de sentido y significación de sus vidas; por ello las religiones participan como aspectos importantes en la definición de sus identificaciones imaginarias.

La conformación de pertenencias y adscripciones imaginarias posee diversos niveles de registro que, independientemente de los niveles de institucionalidad o de las distancias de sentido con las doxas religiosas o místicas, entre la población mexicana dichas pertenencias y adscripciones presentan múltiples niveles de articulación, como lo revela el hecho de que cerca de 83.3% de ellos cree en el alma, 61.4% cree en el infierno (la pertenencia menos deseada), 79.1% cree en los milagros, sólo 20.9% no cree en el pecado (“cuando no hay futuro, ¿cómo puede haber pecado?”, *Sex Pistols*), la mitad de ellos cree en los demonios (51.5%), una tercera parte (31.6%) cree en los amuletos, 46% cree en espíritus y fantasmas, y 28.2% cree en horóscopos y, jefa de jefas, el mayor depósito de la fe de los mexicanos se encuentra en la Virgen de Guadalupe (88.8%), porcentaje mayor, incluso que el de católicos practicantes y no practicantes juntos.

La música es un referente importante de los gustos, las distinciones, las clasificaciones y las identificaciones juveniles. No podemos asumir en este momento que las preferencias señaladas en la encuesta poseen un papel central en la organización del conjunto de identificaciones juveniles, ni que los jóvenes tengan un solo nivel de registro musical, pues ellos pueden disfrutar de diversos géneros musicales sin problema alguno. No obstante, destaca la proclividad romántica de los jóvenes mexicanos, pues 56.1% prefiere las baladas románticas; en esta vertiente se añade 10.2% de quienes gustan de los boleros, número significativamente más alto entre los mayores de 19 años. También debe registrarse el peso de la música grupera con 42.9%, mientras que el rock en español es preferido por 25.5% y el rock en inglés por el 20.2%. También destaca en los gustos juveniles la preferencia por la música tecno/electrónica, 15.1%, tropical y salsa, 18%. Junto a estos géneros se encuentran otros que poseen niveles bajos de preferencia, como son la música clásica con 7.1%, jazz y blues (2.4%), new age (1.7%) y música religiosa (2.7%).

1.2.1 Respeto y derechos culturales

Las formas de definición de los umbrales simbólicos de pertenencia se construyen en función de diversos códigos sociales que con frecuencia fungen como elementos de exclusión; por ello, 15.1% de los jóvenes considera que sus derechos alguna vez no han sido respetados debido a su apariencia física, 21.2% por no tener dinero, 12.7% por su condición de género como hombre o mujer, 13.2% por la ropa, 9% por el color de la piel, 8.7% por el acento, 10.7% por su edad, 6.1% por provenir de otra región del país y 5.9% por su orientación sexual.

En el mismo sentido, resulta sugerente observar la percepción de los jóvenes sobre la falta de respeto de diversos derechos, como son el derecho a la salud, donde 19% considera que no se respeta (21.7% considera que sólo en parte), a disfrutar su cultura (19.3% y 21.4% sólo en parte), a expresar sus opiniones (28.1%, mientras que 22.9% dice que sólo en parte), a vivir en un medio ambiente sano (28.9 y 22.5% dice que sólo en parte), a tener un juicio justo (26.8%, mientras que 23.4% afirma que sí en parte), a una vivienda digna (24.9 y 21.4% sostiene que sí en parte), a la educación (20.7% y 22.3% dice que sólo en parte), a no ser víctima de la violencia (31.8% y 22.4% considera que sólo en parte), a una alimentación adecuada (22.6% y 23% cree que sólo en parte) y el derecho a vivir con dignidad: 20.6% y 21.9% dice que sí, en parte).

Aunque la mayoría de los hombres y mujeres jóvenes considera preferible planear la vida (61.7%), 30.4% cree que es preferible adaptarse a los acontecimientos. Sin embargo, esta posición está influida por las condiciones de vida, y las expectativas de futuro: depende de la posibilidad de tener trabajo (48.3%), acceder a una buena posición económica (44.7%), tener una familia e hijos (42.5%), dato relevante, pues resulta significativo frente a los modelos estereotipados de vida que definen trayectorias prefijadas, donde se naturaliza la dimensión de la familia tradicional como el objetivo de vida, aunque es un objetivo disminuido entre los jóvenes

mexicanos, especialmente entre los hombres quienes sólo en 36.1% lo consideran como una cosa que esperarían en el futuro, mientras que en las mujeres este deseo se incrementa a 48.6%. No obstante, destacan las anteriores expectativas frente a otros aspectos vinculados con la formación, donde se encuentra la posibilidad de estudiar (9.1%), la superación personal (8.2%), concluir los estudios (20.9%), y sólo 2.4% considera como expectativa de futuro el vivir en un país mejor y más justo.

Estos escenarios prospectivos se complementan con los temores de los jóvenes vinculados a la conformación o ausencia de certezas en sus proyectos de vida, como fracasar (19.8%), tener problemas económicos (16.5%), no tener trabajo (22%) y no formar una familia (9.4%). Junto a estos aspectos relacionados con las condiciones socioeconómicas, existen miedos asociados a los procesos de salud/enfermedad y vida/muerte, donde 34.4% teme a la muerte y 25.9% a no tener salud. Un aspecto importante a destacar en la construcción de los miedos juveniles se refiere a los problemas del país, pues 12.6% los consideran parte de sus temores en el futuro. Resulta interesante ubicar este dato desde una perspectiva de género, ya que sólo 9.3% de los hombres lo ubica entre sus temores, mientras que en las mujeres el porcentaje se incrementa a 15.7%.

Más allá de los soportes individuales y colectivos que mantienen la esperanza y los proyectos de futuro, resulta evidente que las trayectorias juveniles se encuentran claramente diferenciadas a partir de aspectos estructurados como el grupo social de pertenencia. En México y en América Latina, la desigualdad es uno de los principales factores que inciden en la conformación de las opciones de vida disponibles para la juventud, no sólo por los procesos de exclusión que genera, sino también por el peso del capital social como recurso de movilidad o, de manera más drástica, por la expulsión y desplazamiento de una gran cantidad de jóvenes que se ven obligados a abandonar sus lugares de origen. Esta situación, lejos de mejorar, se mantiene o empeora, a la luz de la información

reciente del Banco Mundial, que destaca que 50% de los mexicanos se encuentran en la pobreza, y que se mantienen niveles injustificables de desigualdad en la distribución del ingreso (10% de los más ricos reciben entre 40% y 47% del ingreso nacional, mientras que el 10% más pobre percibe entre 2% y 4%).

1.2.2 Cultura popular, acción social e identidades juveniles

En los últimos quince años los estudiosos de la juventud han realizado importantes avances en la delimitación de la condición juvenil. En la mayoría de los textos se han abandonado las posiciones ónticas y esencializantes, así como la reducción de los jóvenes a poblaciones (in)definidas desde rangos de edad pre-establecidos, a condiciones exclusivamente biológicas o psicológicas.

La condición juvenil ha dejado de ser una categoría residual y paulatinamente ha ganado centralidad en los estudios socioculturales. También se ha desarrollado en la conceptualización de la juventud como construcción sociocultural históricamente definida, aunque se ha avanzado poco en la delimitación de sus rasgos significantes, y muchas veces se piensa lo juvenil fuera de su contexto social y relacional.

El análisis de los procesos de conformación de las identidades, o identificaciones juveniles nos permite avanzar en la comprensión de los jóvenes y las culturas juveniles. Por ello, cuando hablo de identidades o identificaciones juveniles me refiero a procesos intersubjetivos de conformación de límites de adscripción no estáticos ni esencialistas. Dicho lo anterior, presentaré algunos de los conceptos que conforman esta posición.

Las identidades juveniles sólo son entendibles en su historicidad, y diversos trabajos dan cuenta de las grandes diferencias en las formas de participación social de los jóvenes en el largo tiempo de la historia. Además de ser históricamente construidas, las identidades juveniles son situacionales. Sólo cobran sentido

dentro de contextos sociales específicos; por ello no pueden definirse como formaciones ópticas sino contextualizadas. Es esta dimensión situacional la que nos permite evitar generalizaciones homogeneizantes que poco ayudan a entender sus especificidades.

Las identidades juveniles son representadas, concepto que refiere a procesos de disputa y negociación entre las representaciones dominantes sobre la juventud, que son hetero-representaciones externas sobre los jóvenes, aunque en muchas ocasiones ellos mismos asuman estas representaciones. Conjuntamente con este proceso de hetero-representación se encuentran las autopercepciones, o la conformación de prototipos y formas de vida desde los propios jóvenes. En la medida en que estas autoadscripciones son heteróclitas, muchas de ellas pueden coincidir con los prototipos definidos desde las representaciones dominantes, mientras que otras establecen interacciones conflictivas por la representación colectiva de lo juvenil. Las auto y las heteropercepciones se inscriben en ámbitos relacionales desde los cuales se construyen los imaginarios colectivos sobre los jóvenes. Los elementos que definen las culturas juveniles son construcciones selectivas, por lo cual se establecen en procesos sociales de disputa.

Las identidades juveniles refieren a la construcción de umbrales simbólicos de adscripción o pertenencia donde se delimita quiénes pertenecen al grupo juvenil y quiénes quedan excluidos. Es esta condición la que define los procesos de aceptación y exclusión de los pachucos y las pachucas, los cholos y las cholas, los punks y las punks, los chavos y chavas banda, etcétera. Las identidades juveniles son relacionales, por ello, a diferencia de lo que piensan algunos teóricos de las posmodernidades, de los neotribalismos y de los particularismos, las identidades juveniles sólo cobran sentido en sus procesos de interacción con otros ámbitos sociales y en sus adscripciones socioeconómicas, de género, étnicas.

Las identidades juveniles son cambiantes, se construyen y reconstruyen en la interacción social, por lo tanto, no son adscrip-

ciones cristalizadas o esencialistas, ni están linealmente definidas por los procesos económicos o por otros campos relacionales ya señalados. Se construyen desde las condiciones socioeconómicas, pero aluden de manera central a comunidades hermenéuticas.

Las identidades juveniles cotidianas se construyen en los ámbitos íntimos de intensa interacción. Sus referentes son cercanos, familiares, como ocurre en los barrios cholos cuyas rutinas de vida se conforman desde las esquinas y en el espacio barrial expresan sus lealtades y desencuentros. A diferencia de las identidades juveniles cotidianas, las imaginadas son comunidades de referencia desde las cuales se establecen nexos imaginarios de adscripción. En ellas se inscriben los movimientos punks, quienes han conformado redes internacionales de intercambio e interacción como referentes de mediación con las experiencias cotidianas de su nomadismo urbano.

Las identidades juveniles se construyen a partir de relaciones inscritas en redes de poder y, frecuentemente, la conformación de identidades proscritas se establece a partir del grupo socioeconómico que se expresa. Algunas culturas juveniles conforman redes meta-identitarias, sin embargo, esto no significa que abandonen o cuestionen otros ámbitos de sus identificaciones sociales ni que, necesariamente, se alejen de sus identidades tradicionales. Frecuentemente estas dimensiones son recreadas o, incluso, resemantizadas como elementos constituyentes de las identificaciones juveniles, como hace el cholismo con la Virgen de Guadalupe y algunas figuras patrias.

Más allá del origen de los referentes identitarios, importa comprender sus formas específicas de apropiación por los grupos juveniles y su participación en la conformación de códigos colectivos desde los cuales se establecen las disputas por la participación en la construcción del sentido social. La conformación de otredades se realiza dentro de campos relacionales donde los jóvenes participan. Por ello tampoco existe un adulto genérico

que funcione como alteridad para todos los grupos juveniles, pues éstos se definen desde campos específicos de interacción y posicionamientos de clase, etnia o género.

Las alteridades frecuentemente se conforman desde campos de interrelaciones estructuradas y en ámbitos de concertación, discusión y conflicto, definidas por condiciones de dominación/subalternidad, o atributos de centralidad/periferia. De esta manera, los cholos de México definen sus alteridades principalmente desde el campo de sus inserciones socioeconómicas, mientras que el cholo/chicano también atribuye centralidad a su condición étnica, teniendo como referente de alteridad la cultura anglosajona dominante. Estos campos de interacción aluden a formas intensas de relación marcadas por una desigualdad que no implica el conflicto como condición necesaria, pues se refiere a procesos complejos de complementariedad, rechazo, superposiciones, negaciones y disputas.

Todas las identidades son cambiantes, sin embargo, podemos establecer algunas distinciones. A diferencia de las identidades estructuradas/estructurantes que definiremos como identidades perdurables, como son las de clase, étnicas o nacionales o de género, caracterizadas por fuertes límites sociales de adscripción, los jóvenes conforman identidades transitorias. En el primero de los casos, las condiciones que definen al individuo le preceden y la mayoría de las veces le suceden, como ocurre con la identidad nacional y la adscripción a una clase social o grupo étnico. Aquí existen condiciones dadas que delimitan la trayectoria de vida individual, pero también se encuentran atributos que escapan a la elección individual, como ocurre con la condición sexual, definida biológicamente.

Por otro lado, el joven y la joven en lo individual, así como los grupos juveniles son productos perecederos. Los tiempos biológicos y sociales integran y expulsan a los depositarios de la condición juvenil, pero ellos tienen mayores capacidades de participar en

la elección del campo juvenil en que se inscriben. Por supuesto que esta capacidad de elección es relativa, pero las identidades transitorias refieren a límites de adscripción menos rígidos que los existentes en las identidades estructuradas. Ciertamente que algunas personas hacen todo lo posible por borrar los elementos simbólicos que los identifican con su grupo étnico de pertenencia, que otros logran traspasar las fronteras de su clase de origen (principalmente en sentido descendente) y que otros cambian sus atributos físicos y sexuales mediante cirugías. Estas situaciones, importantes en sí mismas, son minoritarias.

Por su parte, el joven y la joven tienen un espectro mayor de opciones. Sus posibilidades son diversificadas dependiendo de la situación de clase, étnica y de género pues, como sabemos, las expectativas alegres de la vida juvenil refieren principalmente a los jóvenes de las clases medias altas y excluyen a la mayoría de quienes pertenecen a los sectores más depauperados, entre los cuales se encuentran muchos campesinos e indígenas.

Las identidades situacionales y transitorias se delimitan en relaciones sociales establecidas en tiempos y espacios específicos, pero las últimas se caracterizan por una especial delimitación cronológica que incide en su posicionamiento, desposicionamiento y reposicionamiento, pues existen tiempos sociales que la persona no puede trascender sin dejar de asumirse como joven, salvo en algunos casos patológicos de intelectuales orgánicos de las bandas, de representantes políticos de las juventudes y de quienes, en los umbrales de los cuarenta años, deciden que su vocación en la vida es... seguir siendo jóvenes.

Las identificaciones juveniles establecen nexos más intensos de reconocimiento cuando existen mayores similitudes en las condiciones objetivas de vida; por ello las clases sociales juegan un papel importante en estos procesos de reconocimiento/exclusión.

Sin embargo, conjuntamente con la atenuación de la importancia de la organización social centrada en el trabajo, han cobrado mayor presencia identificaciones gregarias cuyos referentes de inter-reconocimiento se establecen desde las industrias culturales y los medios masivos de comunicación. A estas formas de identificación las consideramos como identificaciones gregarias.

Reconocemos un peso creciente de las identificaciones gregarias conformadas en procesos de mediación con las industrias culturales, pero no compartimos las posiciones de quienes reducen las expresiones juveniles a la conformación de identidades a partir de la esfera del consumo, negando otros posicionamientos colectivos a los cuales hemos referido en este apartado.

Importa analizar las formas mediante las cuales los jóvenes y las culturas juveniles definen y representan a la sociedad, así como su ausencia o negación, ubicando los nudos de recreación, diferencia y conflicto. Como puede observarse en el grafito y en otras expresiones juveniles, los jóvenes participan en la redefinición de los espacios sociales y conforman nuevos ámbitos rituales que son suyos y los diferencian de los establecidos por la sociedad global.

Las culturas juveniles conforman complejos procesos de ritualización / desritualización/, que en sí mismos destacan la pérdida de funcionalidad de muchos de los ritos de paso tradicionales. En la medida en que la madurez biológica se ha diferenciado de los tiempos sociales, el ritual de los quince años ha cambiado su sentido, pues dejan de simbolizar el tránsito de la niñez al mercado de la reproducción. Tampoco se asocia con la madurez ciudadana, pues para ello la joven deberá esperar otros tres años. Los procesos de des-institucionalización trastocan la funcionalidad de los ritos de paso tradicionales. Incluso en el campo escolar, muchos de quienes conforman la minoría que logra concluir estudios profesionales saben que con ello no se garantiza una modificación cualitativa

en sus condiciones de vida. Debido a estas situaciones los jóvenes conforman sus propios rituales y cargan los espacios con sus marcas identitarias.

A diferencia de lo que piensan quienes apuestan a caminos unívocos definidos en el campo cultural a partir de los procesos de globalización, las identificaciones juveniles delimitan formas variadas de expresión, recreación y resistencia cultural frente a la desmodernización y el cosmopolitismo neoliberal. Veamos diversas formas de agrupaciones, expresiones e identificaciones juveniles.

Identificaciones gregarias: la mimesis de jóvenes y adolescentes que siguen a un cantante de moda o a algún estilista famoso, o “lo que se está usando”. La moda refiere a un encuentro difuso, donde no existe interreconocimiento, presentándose una suerte de adscripción individual o de agregado, y las industrias culturales tienen gran importancia en este tipo de identificaciones gregarias, donde quedan comprendidas expresiones, estilos y gustos definidos por imitación. En esta categoría se encuentran una serie de conductas de agregado, donde los jóvenes participan de elementos comunes sin que necesariamente existan vínculos entre ellos. Este es el caso de las modas, o de la adopción de estilos provenientes de contextos diferentes a los de quienes se identifican de forma gregaria, sin que exista una recreación. En este tipo de expresiones podemos encontrar diversas modas juveniles, tales como el *New wave*, los *Urban Cowboys*, en algunos países como México, y en varias ciudades estadounidenses el *rap*, o el *break dance*.

Red simbólica: alude a formas de identificación en las cuales los jóvenes participan en la conformación del sentido de la red. Es una suerte de comunidad hermenéutica, una red de sentido que no posee una estructura de cohesión social fuerte entre el conjunto de quienes forman parte de la red. Las redes simbólicas son procesos de inter-reconocimiento entre los miembros de la

red. En este caso encontramos movimientos como los punks, los funkies, los raperos estadounidenses y brasileños, o algunos grupos grafiteros, donde los jóvenes se saben parte de una red juvenil, se reconocen en la música, comparten situaciones lúdicas, se encuentran en los bailes y muchos de ellos son activos creadores de canciones, textos o espacios, donde dan cuenta de su situación en cuanto jóvenes pobres.

El grupo se caracteriza por poseer una estructura definida en la cual participan diferentes conformaciones de poderes y liderazgos. Los grupos poseen códigos más o menos explícitos; presentan una rutina cotidiana compartida, portan elementos que les identifican y diferencian de otros grupos. Las identidades sociales son complejos procesos relacionales que se conforman en la interacción social. Existen diferentes formas de identificación cuyos límites de adscripción se establecen principalmente por la posición de los otros y no por una definición grupal compartida que trate de ganar sus propios espacios de reconocimiento.

Asimismo, existen sectores y grupos estigmatizados, para quienes la fuerza del estigma muchas veces conlleva la posibilidad de conformar procesos apropiados de identificación a pesar de las respuestas de la sociedad global y de sus grupos dominantes. Podemos identificar:

Identidades proscritas: son aquellas formas de identificación rechazadas por los sectores dominantes, donde los miembros de los grupos o las redes simbólicas proscritas son objeto de caracterizaciones peyorativas y muchas veces persecutorias. Entre estas encontramos desde agrupaciones políticas con posiciones ideológicas contrarias a los sistemas dominantes, grupos étnicos, grupos con adicción a las drogas, grupos religiosos, grupos nudistas, o algunos grupos o redes juveniles, como ha sido el caso de los *beatniks*, los *pachucos*, los *hippies*, los *cholos*, los *punks*, los *chavos banda*, los *funkies*.

Grupos tolerados: su presencia no conlleva una posición que implique una toma de posición de los sectores fundamentales de la sociedad global. En este caso se encuentra una gran cantidad de clubes y asociaciones cuyos objetivos y prácticas no incomodan a los guardianes de la integridad moral o ideológica dominante.

Grupos fomentados: son agrupaciones estimuladas y apoyadas por los grupos dominantes. Entre estos encontramos diversas asociaciones juveniles insertas en las estructuras de los grupos detentadores del poder religioso, político o económico, tales como las juventudes de los partidos políticos en el poder, las asociaciones de jóvenes católicos, rotarios, leones, cámaras junior, etcétera. Este tipo de agrupamientos constituyen canales fundamentales para el relevo generacional de los grupos dominantes.

1.3 CONCLUSIONES

El joven es un concepto asociado a un tiempo social; por ello no es suficiente la demarcación cronológica que les define dependiendo del número de años vividos. Lo anterior nos remite a introducir en nuestros análisis intensidades de vida y, por lo tanto, intensidades sociales y personales de tiempo diferenciadas, así como estilos de vida variados que le otorgan rasgos definitorios al mundo de vida juvenil. Es por ello que el concepto de juventud se encuentra fuertemente asociado al sector social de pertenencia, así como a las características étnicas del grupo.

En este escenario encontramos proyectos variados, diferenciados, fragmentados que son parte de la fragmentación misma de la sociedad, la cual muestra un complejo juego dialéctico de uniformización cultural vía medios de comunicación e industrias culturales, pero también de diferenciaciones y desigualdades, donde aparecen y se construyen nuevos procesos de identificaciones colectivas y de resistencias culturales. En la época moderna fueron perdiendo fuerza las culturas de clase; se fueron desdibujando ante la fuerza de la

división social y el desarrollo industrial y tecnológico y se comparten aspiraciones de consumo, modas e informaciones dirigidas.

El posmodernismo aparece como concepto con fuerza social a partir de la difuminación de las expectativas alegres de la década de los sesenta; una década en la cual se apostaba al futuro, dejando rostros perplejos y desencantados resintiendo la resaca frente a la evanescencia de fundamentos y certezas.

El sincretismo cultural se amplía sobre las barreras nacionales; la propagación de prototipos culturales y las modas alcanza niveles insospechados; la rebeldía se consume frente a un aparato de televisión viendo las vicisitudes del deporte preferido. La vida ha quedado presa del ritmo del consumo. El "tiempo libre" se vive al ritmo de la tecnología del vídeo, computadora, parabólicas o cable y otros procesos electrónicos de socialización, entre los cuales se incluyen las máquinas de juego. El mercado y las pautas de consumo uniforman el guardarropa urbano.

Sin embargo, también el vestuario denota pesadumbre y un estado de ánimo melancólico y triste; son los colores oscuros, imágenes mortuorias, que contrastan con el colorido de los años sesenta. Aquí recordamos la imagen de Baudelaire citada por Berman: "traje gris y negro del hombre moderno (...) el necesario ropaje de nuestra época doliente, que en sus estrechos hombros negros lleva el símbolo de un duelo perpetuo". Encontramos vestuarios que siguen los dictados de la moda al tipo de los New Wave o los ropajes del cholo que refuncionaliza el vestuario del trabajo y la milicia. Son las marcas laborales que se incorporan como recurso de identidad grupal y que ofenden a la sociedad global. O los punks, nómadas extravagantes que huyen de la industria cultural desde una posición 'posmoderna'. No es la clasificación de Berman de la desnudez como elemento de representación de lo nuevo, mientras que la ropa reflejaría lo viejo, sino que la ropa se adhiere a la piel y a las expectativas de los jóvenes. Frente a los códigos visuales que denotan el apego al tiempo moderno

que persigue rigurosamente los cambios en las modas, se busca la manifestación anticonvencional y se “agrede” o manifiesta el desacuerdo a través del vestuario.

Si la modernización de la ciudad inspira e impone a la vez la modernización de las almas de sus ciudadanos, como afirma Berman en su observación de Baudelaire, la modernización de las almas también es un proceso diferenciado, desde el cual han emergido diferentes expresiones que cobran forma y estilo en la banda, el barrio, la clicca o la pandilla. La demarcación social deviene ámbito de movilidad y en las colonias populares, el barrio representa el punto fundamental de reunión de los jóvenes, mientras que para los pertenecientes a los sectores medios y altos existe un mayor nivel de movilización, y su ámbito es la ciudad.

Los movimientos juveniles no han logrado rebasar los marcos reivindicativos; ellos trastocan la normativa a partir de una decisión factual por vivir a partir de códigos distintos. Modifican su forma de vida y cuestionan aspectos institucionalizados, pero carecen de un planteamiento colectivo frente a esta institucionalidad. Su rechazo al “sistema” no implica asumir una posición que trascienda hacia una lucha anticapitalista, aun cuando grupos juveniles sí den este paso que les lleva a incorporarse en movilizaciones que rebasan las demandas “juveniles”.

1.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUSTÍN, José. La contracultura en México. La historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punk s y las bandas. México: Grijalbo, 1996.

ALARCÓN, F., HENAO, Mones y DE LA SERNA, Janet. Las bandas juveniles en una zona industrial de la Ciudad de México. México: ENAH, 1986.

ANALCO, Aida y ZETINA, Horacio (coords.). Del negro al blanco. Breve historia del ska en México. Revista JOVENes, No. 10. México: Instituto Mexicano de la Juventud, 2000.

- ARROYO G., Manuel, ALMADA M., Teresa. Juventud en la frontera: 'El noveno'. Reconstrucción de la red social de un barrio de la zona periférica de Ciudad Juárez". Ponencia para la Reunión Regional de Investigadores sobre Juventud, Tijuana: Causa Joven/ CIEJ/ El Colef., 1996.
- BALARDINI, Sergio. (2000). Jóvenes en Argentina. Datos y fuentes de reflexión. En: José Antonio Pérez Islas (Dir.), Revista de Estudios sobre Juventud, nueva época, año 4, núm. 10, México: Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud/ SEP/ Instituto Mexicano de la Juventud, enero-marzo. 2000, p. 146-165.
- BALLESTEROS, Jesús. Postmodernidad: decadencia o resistencia. Madrid: Tecnos, 1989.
- BENJAMIN, Walter. La metafísica de la juventud. España: Paidós, 1993.
- BERMAN, Marshall. Todo lo sólido se desvanece en el aire. México: Siglo XXI, 2a. edición, 1989.
- BLUMER, Hebert y DUSTER, Troy. Theories of Race and Social Action. En Varios autores, Sociological theories, race and colonialism, Roma: UNESCO. 1980.
- BONFIL BATALLA, Guillermo. Cultura regional y cultura popular. En: La cultura nacional. México: UNAM, 1984.
- _____. Pensar la cultura. México: Alianza Editorial, 1991.
- _____. El México profundo. México: Los Noventa, 1990.
- _____. (comp.). Hacia nuevos modelos de relaciones interculturales. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus, 1988.
- _____. Sociología y cultura. México: Grijalbo, 1990.
- CASTILLO BERTHIER, Héctor; ZERMEÑO, Sergio; ZICCARDI, Alicia. Juventud popular y banda en la Ciudad de México. En: Néstor García Canclini (coord.), Cultura y pospolítica. El debate sobre la Modernidad en América Latina: México, CNCA. p. 27 3-294, 1995.

- CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce y MAYOL, Pierre. La invención de lo cotidiano.
2. Habitar, cocinar. México: Universidad Iberoamericana/ ITESO, 1999.
- CIRESSE, Alberto. Ensayo sobre culturas subalternas. México: Cuadernos de la Casa Chata, 1981.
- DURSTON, John. Juventud rural en América Latina: reduciendo la invisibilidad".
En Padilla Herrera, Jaime Arturo (comp.). La construcción de lo juvenil.
Reunión nacional de investigadores sobre juventud. México: Causa Joven/
Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud. 1998, p. 142-156.
- FEIXIA, Carles. El reloj de arena, Culturas juveniles en México. Instituto Mexicano
de la Juventud, No. 4, 1998.
- _____. De jóvenes, bandas y tribus. Barcelona: Ariel, 1999.
- FRITH, Simon. Sociología del rock. España: Júcar, 1980.
- FUENTES, Mario Luis (coord.). Jóvenes en el fin del milenio, México: Espasa,
1994.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. Las culturas populares en el capitalismo. México:
Nueva Imagen, 1982.
- _____. Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la Modernidad.
México: CONACULTA, Colección Los Noventa, 1991.
- _____. (comp.), Cultura y pospolítica. El debate sobre la Modernidad en
América Latina. México: CONACULTA, 1995.
- HABERMAS, Jürgen. La Modernidad un proyecto incompleto. En: Foster, et. al.,
La posmodernidad. Barcelona: Kairos, 1985.
- _____. Identidades nacionales y postnacionales. Madrid: Tecnos, 1989.
- _____. Teoría de la acción comunicativa. Madrid: Taurus, 1987.
- HOBBSBAWM, Eric J. Rebeldes primitivos: estudio sobre las formas arcaicas de
los movimientos sociales en los siglos XIX y XX. Barcelona: Ariel, 1983.
- LAGARDE, Marcela. Cultura feminista y poder femenino. Una aproximación
conceptual. En: Revista A. México, UAM Azcapotzalco, Vol. IX, núm. 23/24,
enero-agosto de 1988.

- MARGULIS, Mario, et. al. La cultura de la noche. La vida nocturna de los jóvenes de Buenos Aires. Buenos Aires: Biblos, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. México: Gustavo Gili, 2a. Edición, 1991.
- MONSIVÁIS, Carlos. El pachuco: ese sujeto singular. En: David Maciel (comp.). La otra cara de México: el pueblo chicano. México: El Caballito, 1977.
- _____. Entrada libre. Crónicas de la sociedad que se organiza. México: Nueva Era, 1987.
- NAVARRO KURI, Ramiro. Cultura juvenil y medios. En: José Antonio Pérez Islas, (coord.). Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre Juventud en México 1986-1999. México: Instituto Mexicano de la Juventud, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, 2000, p. 67-117. (JOVENes, 5).
- PÉREZ ISLAS, José Antonio. Jóvenes: una evaluación del conocimiento. México: Instituto Mexicano de la Juventud-SEP, México, Tomo I y II, 1999.
- _____. (Coord.). Siete preguntas sobre la juventud mexicana compendio 1987. México: CREA, CEJM (inédito), 1987.
- REGUILLO, Rossana. Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Buenos Aires: Norma, 2000.
- SALAZAR, Alonso. Juventud y violencia. En: Padilla Herrera, Jaime Arturo (comp.). La construcción de lo juvenil. Reunión nacional de investigadores sobre juventud 1996. México: Causa Joven/Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, 1998, p. 157-170. (JOVENes, 2), 1998.
- TURNER, Víctor. La selva de los símbolos, aspectos del ritual ndemb. México: Siglo XXI editores, 1999.
- URTEAGA, Maritza. Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano. México: Instituto Mexicano de la Juventud-SEP, vol 3, 1998.
- _____. Chavas activas punks: la virginidad sacudida. En: Estudios Sociológicos, México: El Colegio de México, vol. XIV, núm. 40. p. 97-118, 1996.
- VALENZUELA ARCE, José Manuel. ¡A la brava ese!, cholos, punks y chavos banda. Tijuana-México: El Colegio de la Frontera Norte, 1998.

- _____. Empapados de sereno: el movimiento urbano popular en Baja California (1928-1988). Tijuana, Baja California: El Colegio de la Frontera Norte, 1991.
- _____. (comp.). Entre la magia y la historia. Tradiciones, mitos y leyendas de la frontera. México: Programa Cultural de las Fronteras \ El Colegio de la Frontera Norte, 1992.
- _____. Mi barrio en mi cantón. Identidad, acción social y juventud. En: Guillermo Bonfil Batalla (coord.) Nuevas identidades culturales en México, 1993.
- _____. La siesta del alma. Los góticos y la simbología Dark. En: Revista de estudios sobre juventud JOVENes, SEP-Instituto Mexicano de la Juventud-Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, Nueva Época, Año 3, Num. 8 enero-junio. p. 24-61, 1999.
- _____. Paso del Nortec. El movimiento electrónico en Tijuana, en prensa.

CAPÍTULO 2

JUVENTUD, COMUNICACIÓN Y CULTURA

Reflexiones sobre comunicación alternativa

Ángela Garcés Montoya*

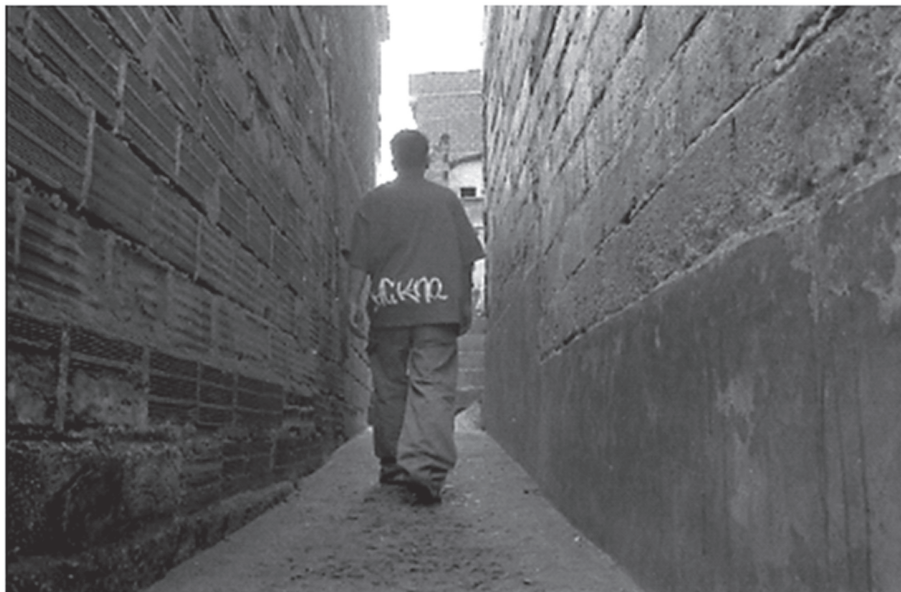


Foto 1. McKano. Barrio Kennedy. [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

INTRODUCCIÓN

Si realizamos un recorrido por los estudios dirigidos a la juventud, recientemente en el panorama iberoamericano se destacan los

* Historiadora, Magíster en Estética. Líder del Grupo de Investigación Discurso, Organización y Política en la línea de Investigación Comunicación y Culturas juveniles. Docente de la Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Direcciones electrónicas: agarces@udem.edu.co, culturasjuveniles@gmail.com

avances en las temáticas consumos, identidades y culturas juveniles que ofrecen un amplio desarrollo en México y España, considerando diferentes perspectivas académicas y validando una reflexión sobre *identidades y culturas juveniles* sin necesidad de inscribir al joven en procesos de desajuste o marginación social, en tanto evidencian las ópticas excluyentes basadas en visiones patológicas del joven. Los estudios existentes en culturas juveniles valoran al joven como sujeto productor y creador de cultura.

Una revisión bibliográfica preliminar nos constata el amplio avance de la línea de investigación en culturas juveniles existente en México, donde resaltan las investigaciones de Rossana Reguillo Cruz y José Manuel Valenzuela, con ellos, identificamos las expresiones locales, como son los *taggers, rastecas, ravers* (REGUILLO, 2000), *cholos, chavos y pachuchos* (VALENZUELA, 1997 y 1998). El antropólogo Carles Feixa Pampols presenta estudios locales para Cataluña y estudios comparados entre España y México relacionados con el mundo *punk* (FEIXA, 1998 y 1999). En Guayaquil (Ecuador), sobresale la compilación realizada por Mauro Cerbino (2000), titulada *Culturas juveniles en Guayaquil*, donde presenta ensayos teóricos que abordan la construcción de sentidos juveniles a partir de la resignificación del cuerpo, la fiesta y las sensibilidades juveniles, con tratamientos especializados basados en semiótica cultural, diferenciación de género y comunidades emocionales. En Argentina, Mario Margullis (1994), aborda la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires en su texto *Culturas de la noche*, e identifica las culturas juveniles en relación con las ofertas musicales de la noche urbana a través de cuatro géneros: la discoteca, el rock, la bailanta y los modernos.

En Colombia contamos con los amplios desarrollos realizados por la línea de investigación Jóvenes y Culturas Juveniles del Instituto de Estudios Culturales - IESCO (antiguo DIUC) de la Universidad Central, con investigaciones en *Identidades culturales e imaginarios colectivos: el rock en las subculturas juveniles urbanas en Bogotá*, dirigida por Germán Muñoz González (2002) y *Concepciones*

de vida y muerte en jóvenes urbanos, dirigida por José Fernando Serrano. Recientemente el investigador Manuel Roberto Escobar (2006) dirigió la investigación sobre Estado del Arte en Conocimiento de Juventud en Colombia, logrando una revisión de 20 años de investigación en varias regiones del país, considerando y contrastando los desarrollos investigativos por zonas, así: Costa Atlántica (Santa Marta, Barranquilla, Cartagena), Centro (Bogotá, Tunja, Villavicencio), Santanderes (Bucaramanga, Cúcuta), Tolima y Huila (Ibagué, Neiva), Antioquia (Medellín), Eje Cafetero (Manizales, Pereira, Armenia), Suroccidente (Cauca, Valle del Cauca, Nariño).



Foto 2. *Estilos juveniles.* [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

Las investigaciones del Instituto de Estudios Culturales invitan a pensar en los jóvenes como sujetos sociales y a considerar la juventud bajo condiciones que se desprenden de la cultura, como son la situación histórica, la condición de clase, etnia, género, estéticas, modos de sentir, integración simbólica, redes de mercado. Por ello:

La línea de investigación Jóvenes y Culturas Juveniles se pregunta por la singularidad de lo juvenil, aquello que permitiría por una parte diferenciar la juventud de otras formas de subjetividad y, por otra, definir lo específico de tal condición; dicho de otro modo, lo que hace jóvenes a los jóvenes y juveniles a las culturas juveniles, ejes fundamentales en torno a los cuales gira la línea de investigación (...) Por eso la pregunta por la singularidad de lo juvenil no busca tan sólo responderse sino movilizar formas de vernos unos a otros, cuestionar los lugares desde los cuales nos nombramos unos a otros, desestabilizar posiciones en apariencia fijas mas no por ello menos frágiles... (SERRANO, 2000).

El Instituto de Estudios Culturales también se ha esforzado por posicionar la investigación en juventud a través de las publicaciones de la REVISTA NÓMADAS, que nos ha permitido explorar *La singularidad de lo juvenil* y *Las Subjetividades juveniles*; además, la compilación titulada *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* (1998) pone en diálogo los resultados de las investigaciones realizadas en Argentina, Colombia, España y México sobre el concepto de juventud y los múltiples avances y problemáticas asociadas a adscripciones, territorializaciones e identidades juveniles.

En la ciudad de Medellín se destaca la publicación UMBRALES (2000) realizada por la Corporación Región, que logra avanzar en la intención de compartir y evaluar la construcción de conocimiento en juventud en América Latina. La Universidad de San Buenaventura –sede Medellín– sobresale en la ciudad gracias a los avances investigativos en la Línea de Psicología Social, con el eje temático Identidades Juveniles Contemporáneas, adscrita al Grupo de Estudios Clínicos y Sociales en Psicología de la Facultad de Psicología. Esta línea de investigación cuenta con aproximadamente 30 trabajos de grado que consideran múltiples variables juveniles

en relación con la identidad, una sobre proyectos musicales juveniles (*rock, hip-hop, metal, punk, gótica, electrónica*) y otra en identidades juveniles, marcada por múltiples adscripciones (droga, opción sexual, religión, entre otras). Tiene también algunas publicaciones en revistas especializadas de psicología y presentaciones en congresos nacionales e internacionales del área disciplinar.

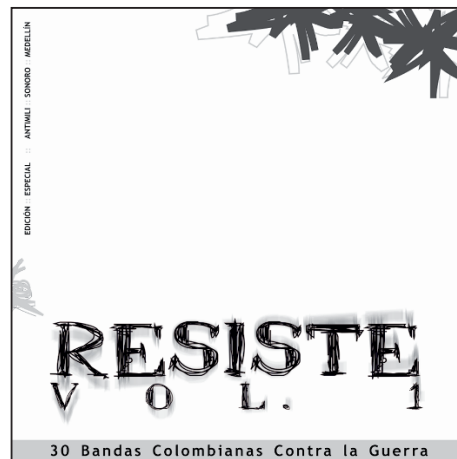
A su vez, en la Universidad de Medellín y en particular de la Facultad de Comunicación, la investigación en juventud involucra al grupo de investigación Discurso, organización y política; sus proyectos de investigación comprometen el conocimiento en juventud, al estar respaldados en línea Comunicación y Culturas Juveniles y han desarrollado las investigaciones: “Culturas Juveniles Contemporáneas. Una Aproximación Antropológica”, “Sujeto Joven en Contexto Rural. Una Aproximación a través de las Agrupaciones Juveniles”, “Mediaciones Musicales Juveniles” y recientemente el “Estado del Arte en Conocimiento de Juventud en Medellín. 2004-2006”. Cuenta con numerosas publicaciones en la revistas especializadas como: ÚLTIMA DÉCADA (Chile), ANAGRAMAS (Universidad de Medellín), EDUCACIÓN FÍSICA Y DEPORTE (U. de A.), CIENCIAS HUMANAS (U. Nal.). Además, el reciente libro “Nos-Otros los jóvenes. Polisemias y territorios musicales en Medellín”, recoge la trayectoria de investigación en la temática Identidades y Territorios Musicales Juveniles.

Dar cuenta de las culturas juveniles en Medellín a partir de la revisión bibliográfica y videográfica es tarea difícil, pues la ausencia de un trabajo sistemático, continuo y compartido exige optar por otros caminos, como la revisión de proyectos y acciones realizadas por instituciones, corporaciones y redes preocupadas por los procesos de participación y organización juvenil. Es importante anotar el esfuerzo realizado por la Escuela de Animación Juvenil en convenio con el Instituto de Estudios Socio Culturales (antiguo DIUC de la Universidad Central) y Colombia Joven- GTZ quienes realizaron el estado del arte del conocimiento generado sobre juventud entre 1985 y 2003 en Antioquia; el estudio identificó alrededor

de 600 títulos entre libros, tesis, folletos y monografías; sobre 60 textos se hizo análisis que se consignó en resúmenes analíticos especializados –RAES–, cuyos resultados pueden ser consultados en la página web de Colombia Joven.

En la ciudad de Medellín sobresalen los trabajos realizados por instituciones como: Corporación Región, Instituto Popular de Capacitación –IPC–, Fundación Social, Paisajoven, Metrojuventud; además, se cuenta con espacios alternativos de formación como la Escuela de Animación Juvenil. La EAJ ofrece formación en contextos y culturas juveniles, perspectivas disciplinares de comprensión de juventud y enfoques de intervención, gestión de políticas públicas y fortalecimiento de las iniciativas juveniles; además, es un escenario de formación y de construcción de comunidad académica que reflexiona sobre la juventud, orientado por un significativo e innovador modelo de trabajo interinstitucional bajo la figura de alianza estratégica entre ocho instituciones de la ciudad de Medellín, que reúnen educación formal, informal e investigación.

Por otro lado, es necesario mencionar las experiencias de carácter comunitario que se constituyen en estrategias de formación para la gestión de la organización y la participación juvenil, a través de redes y propuestas de articulación local y regional. Ellas son: Convivamos con la Articulación Juvenil de 14 grupos en la zona nororiental, Picacho con Futuro con la Red de Grupos de la Comuna 6 parte alta y la Red Juvenil con el proyecto de Antimili-Sonoro y su propuesta de No-violencia activa. Entre éstas y otras organizaciones, se resalta la realización de la *Campaña Nacional Juventudes Resistiendo a la Guerra*, desarrollada desde 2003 a 2005.



2.1 COMUNICACIÓN Y CULTURAS JUVENILES



Foto 3. *McKno. Lanzamiento "En honor a mi lenguaje". [Fotografía: María José Casasbuenas]*

A pesar de la importancia de la relación juventud y comunicación, es evidente su ausencia en los procesos investigativos académicos y también en las políticas públicas de juventud, que se han dedicado a los asuntos sectoriales, en tanto afectan al conjunto de la población juvenil, dejando al margen la producción cultural de los/las jóvenes a través de la apropiación de medios de comunicación, que evidencia renovadas formas de comunicación y producción cultural.

Al reconocer la relación juventud y comunicación, emerge la noción de culturas juveniles como espacios-tiempo juveniles que van configurando la identidad y socialización de jóvenes para jóvenes, y se fortalecen con el debilitamiento de los mecanismos de integración tradicional (escuela, familia, trabajo, religión) y el descrédito de las instituciones políticas. En este contexto adquieren relevancia los estudios culturales urbanos, donde los jóvenes

aparecen como sujetos y grupos productores de cultura por sus maneras de entender y asumir el mundo. Las *culturas juveniles urbanas* operan como espacio de pertenencia y adscripción identitaria.

La anarquía, los *graffitis* urbanos, los ritmos tribales, los consumos culturales, la búsqueda de alternativas y los nomadismos urbanos, deben ser leídos como formas de producción cultural no institucionalizada [...] conformados por una multiplicidad de colectivos que están dinamizando día a día la sociedad y requieren ser estudiados “desde abajo”, aunque plantean formas de organización y propuestas de gestión que escapan a las formas tradicionales de concebir los procesos de identidad y socialización entre jóvenes (REGUILLO, 2000: 14).

La reflexión sobre los procesos de identificación de los jóvenes urbanos a través de las culturas juveniles ha sido ampliamente desarrollada por Rossana Reguillo en su libro *Emergencias de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto*; allí propone como variables de análisis la socio-estética, el territorio y las microdiciencias que permiten entender la emergencia de las culturas juveniles.

Al identificar la construcción de territorios juveniles es importante verificar la diferencia entre los espacios de socialización de los adultos y los jóvenes. Los espacios que privilegian los adultos son aquellos de denominamos tradicionales, como son la escuela, la familia, el trabajo, la religión, entendidos como espacios de socialización que guardan las vivencias, valores y expectativas de un grupo social. Los jóvenes, en cambio, construyen otros espacios de socialización, que de alguna manera se alejan de los ritos de socialización tradicionales; así la escuela, la iglesia y la casa no serán los espacios de encuentro que ellos y ellas privilegien, pues esos lugares serán desplazados por la cancha, la calle, la esquina.



Foto 4. *Qué pinta en la Oriental.* [Fotografía: María José Casasbuenas]

Esos nuevos espacios de socialización nos permiten corroborar un distanciamiento entre la vida adulta y la vida juvenil del barrio. A su vez, al revisar los términos de la vinculación o no de los jóvenes con los procesos institucionalizados (escuela, familia, trabajo, religión), se pueden reconocer dos tipos de actores juveniles: los “incorporados” y los “alternativos” o “disidentes”, analizados desde su no incorporación a los esquemas de la cultura dominante. (REGUILLO, *Ibidem*).

Si los y las jóvenes habitan otros espacios, en ese acto no sólo está en juego el uso del tiempo libre; en el acto de recorrer, habitar y morar lugares se da cabida a la constitución de territorios juveniles. Ese proceso es dinámico y se activa en la vida cotidiana porque *“las construcciones sociales del lugar, las prácticas del recuerdo y el olvido se constituyen en fuerzas referenciales desde las que los jóvenes crean y transforman sus sentidos de pertenencia y diferencia y, por consiguiente, desde las que recrean sus identidades”*. (MARTÍN-BARBERO, 1998).

Identificar y valorar los territorios juveniles cobra importancia a la hora de estudiar las *culturas juveniles urbanas* que se declaran “alternativas”, pues ellas ofrecen una producción cultural propia, diferente y creativa, en tanto se alejan de la cultura dominante y de los procesos de homogeneización del mundo adulto, es decir, institucionalizado. Es necesario reiterar que mientras el mundo adulto tiende a la homogeneización de la cultura, las *culturas juveniles urbanas* sienten la posibilidad de diferenciarse y, sobre todo, de instaurar alternativas de pertenencia y de identificación que trasciendan la cultura oficial.

Los estudios recientes renovadores del concepto de juventud lo nombran bajo la situación de polisémico al girar entre *culturas juveniles, subculturas, contraculturas y estilos juveniles*; en esas denominaciones está en juego la valoración que se asigna a las producciones culturales juveniles; como lo expresa Rossana Reguillo:

Pensar a los jóvenes de manera relacional y como actores situados en un contexto complejo de instituciones, de relaciones, de quiebres y de poderes en continua disputa implica evitar la subvaloración de sus expresiones y producciones, y para ello hay que evitar pensar a los jóvenes como sujetos que flotan desanclados del mundo social y situados en la margen (REGUILLO, 2001).

Si hacemos una mirada en retrospectiva a lo largo del siglo XX, es posible reconocer que para llegar a la categoría de *culturas juveniles*, fue necesario ir depurando la denominación y, sobre todo, la percepción y categorización de las expresiones juveniles en los contextos urbanos. Con este interés el investigador mexicano José Antonio Pérez Islas (1998) nos permite una revisión del concepto genérico juventud en relación con la cultura, veamos:

- **Subcultura:** el término proviene de la Escuela de Chicago que lo entiende como la diversidad cultural correspondiente a los

grupos sociales ubicados en las áreas de menor integración al sistema; la transposición que se hace a la población de manera mecánica implica dos sesgos importantes: el primero tiene que ver con la identificación que se realiza hacia los jóvenes originarios de las clases obreras, donde, se dice, predominan las conductas y valores de *rudeza y rebeldía*; el segundo es que nunca se ligan este tipo de manifestaciones a las relaciones de producción, sino que se quedan en el nivel descriptivo y psicológico. Esas características aludidas al joven conducen al calificativo de delincuente, lo que provoca toda una serie de consecuencias moralistas según las cuales la subcultura juvenil delincuente es propia de las clases proletarias y sólo de ellas.

- **Contracultura juvenil:** incluye toda la serie de manifestaciones que los jóvenes desarrollan en oposición a la racionalidad tecnocrática a finales de los años sesenta, implementada en las sociedades de ese momento, las cuales van desde los movimientos pacifistas, la liberación sexual, el uso de drogas que amplían los sentidos, hasta los movimientos estudiantiles de protesta, la prensa *underground*, etc. El término referido originariamente al sector universitario pronto se generalizó a todo lo que significaba contestatario (ROSZAK, 1970). El término contracultura será entonces ubicado en el ámbito de lo reactivo y disfuncional, que pronto lo conducirá a lo marginal como opuesto a lo oficial o hegemónico.
- **Culturas juveniles:** se reconocen como las formas de agrupación juvenil que logran una apropiación y producción cultural propia, especialmente desde los *territorios musicales* del rock, y luego desde el *reggae*, el *hip-hop*, la electrónica. Como lo expresa Francisco Bernete:

Las culturas juveniles pueden ser abordadas como formas de abrir espacios, tiempos y expresividades porque

los jóvenes buscan la manera de habitar ciertos lugares donde no están los mayores o las instituciones con sus normas, o están sólo justo para el mantenimiento de ese lugar cuyo uso pretenden decidir los jóvenes sin injerencias de los mayores. (BERNETE. 2007: 47)

Esas agrupaciones juveniles ya no están ubicadas en la margen de la contracultura o en la subordinación de la subcultura. Buscan integrarse a la cultura, realizando a su vez una confrontación de las industrias culturales que promueven la juventud-signo.

Se trata de sujetos adscritos a propuestas colectivas, que a través de sus expresiones, prácticas y dinámicas culturales marcan la diferencia juvenil, logrando una proyección cultural dinámica y propositiva que renueva las expresiones juveniles y se resiste a la homogeneización establecida por la publicidad que configura la juventud como *look* de consumo (GARCÉS, 2005).

- **Estilos juveniles:** las industrias culturales realizan una reapropiación y resignificación de las expresiones juveniles, en las modalidades ya enunciadas (subcultura, contracultura, cultura juvenil) y establecen el *look juvenil* como objeto de permanente consumo. Ese proceso se denomina juvenilización, entendido como la pasión por lo joven, como un elemento de consumo, como un valor de estatus, como una meta siempre inalcanzable a menos que se tenga posibilidad de consumirlo. La juventud ingresa como mercancía que se vende y se cambia en la lógica del mercado. Ese fenómeno cultural se presenta en la década de los 80 denominada la “década del yo” donde la imagen toma un papel protagónico en la construcción de la identidad juvenil.

La década de los 80, también denominada “década del desencanto”, se reconoce como flexibilización de las expresiones juveniles contestatarias, marginales o alternativas. En ese contexto

cobra sentido la canción del grupo de rock chileno Los Prisioneros "La voz de los 80's".¹

La voz de los 80's

Algo grande está naciendo
en la década de los ochenta
ya se siente la atmósfera
saturada de aburrimiento
los hippies y los punk tuvieron la ocasión
de romper el estancamiento
en las garras de la comercialización
murió toda la buena impresión.

Las juventudes cacarearon bastante
y no convencen ni por solo un instante
pidieron comprensión, amor y paz
con frases hechas muchos años atrás.

Deja la inercia de los setenta abre los ojos ponte de pie
escucha el latido sintoniza el sonido
agudiza tus sentidos date cuenta que estás vivo.

Ya viene la fuerza
La voz de los ochenta
Ya viene la fuerza
La voz de los ochenta
La voz de los ochenta.

En Roma, Lima y en Santander
la gente de tu edad no sabe qué hacer
Santiago, Asunción y también Buenos Aires
bueno las cosas no están que arden

¹ LA VOZ DE LOS 80'S es el primer álbum de la banda chilena Los Prisioneros lanzado en 1984. Fue producido por Los Prisioneros para el sello Fusión; grabado, mezclado y masterizado en Santiago de Chile. Las canciones están hechas con base en críticas del mundo de los ochenta, logrando en la canción "Latinoamérica es un Pueblo al Sur de Estados Unidos" plasmar el ambiente de imperialismo norteamericano y la guerra fría. En: http://es.wikipedia.org/wiki/La_Voz_De_Los_80

sangre latina necesita el mundo
roja furiosa y adolescente
sangre latina necesita el planeta
adiós barreras, adiós setentas

[Coro]

En plena edad del plástico
seremos fuerza seremos cambio
no te conformes con mirar
en los ochenta tu rol es estelar
tienes la fuerza eres
actor principal
de las entrañas de nuestras ciudades
surge la piel que vestirá al mundo.

Escucha el murmullo, algo se siente venir
los últimos vientos de los setenta se mueren
mira nuestra juventud, qué alegría más triste y falsa.

Deja la inercia de los setenta abre los ojos ponte de pie
escucha el latido sintoniza el sonido
agudiza tus sentidos date cuenta que estás vivo

[Coro]

Los discursos que nombran y configuran la juventud de los 80 parecen agotar y debilitar la fuerza corrosiva de los movimientos contraculturales logrados por el *hippismo*, *feminismo*, *ecologismo* y, por qué no, del *punkismo*, al retomar los contenidos de la anarquía, propia de los movimientos obreros y estudiantiles de principios del siglo XX. Durante la década del 80 aparece entonces una representación de juventud referida a la *época del desencanto* (REGUILLO, 2000), que evidencia una juventud agotada con los discursos disidentes, que no quiere ser más la imagen del joven referido al *rebelde sin causa*, al *violento por naturaleza de pobreza*, o el *sicario urbano* por motivo de discriminación urbana, social, cultural, racial. ... Por ello,

frente a la figura del *hippi, punki, rebelde*. . . como representantes de la anarquía y el desorden socio-cultural aparece la *juventud-signo*, esa juventud flexible, dinámica, cambiante y fluida basada en una identidad efímera, híbrida y frágil que siente el “consumo como su mejor medio de inclusión social” (GARCÉS, 2006).

Esa juventud-signo será promovida por los discursos hegemónicos a través de las industrias culturales, y especialmente por la publicidad, quienes harán la tarea de reconfigurar las representaciones de juventud logradas por los movimientos contraculturales reconocidos como *otros discursos* que a veces se sitúan al margen de la cultura y la confrontan de manera directa al tratar de afectar su poder corrosivo como discurso dominante y homogeneizador; se trata de las contraculturas; a su vez, los *otros discursos*, a veces, no alcanzan a ser movimientos contraculturales y se manifiestan como discursos de disidencia y resistencia, donde predomina la construcción creativa de la identidad marcada por múltiples emblemas que confrontan la cultura desde el vestuario, los accesorios, la apropiación del espacio público, entre otras resignificaciones sociales y culturales. Ramiro Navarro Kuri precisa que el paso de las contraculturas a los discursos de disidencia, responde al “*conflicto entre tradición y Modernidad, pues es visto ahora desde la óptica de la globalización, y las producciones culturales tienden a desplazarse a los propios espacios juveniles, más que a movimientos*” (NAVARRO, 1996: 1).

Los consumos culturales dirigidos a los jóvenes se concentran en la publicidad entendida como lugar de amplia difusión de la *juventud paradigmática*, es decir, una juventud flexible, dinámica, cambiante, en consonancia con las lógicas masivas de consumo. Se entiende entonces la relación de la publicidad con los discursos hegemónicos considerados una forma de alienación que busca “*conquistar las mentes, porque las mentes son las llaves de los bienes terrenales. Conquistar una mente es la llave de la dominación, de la entrega, etcétera, y esa es una batalla que se está librando continuamente*” (BRITO, 2003).



Foto 5. Vitriando en San Diego. [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

Frente a esa visión de la hegemonía que mantiene una relación de poder unidireccional, Martín Barbero invita a repensarla desde el interaccionismo simbólico; por ello considera que *“la hegemonía nos permite pensar la dominación como un proceso entre sujetos, donde el dominador intenta no aplastar, sino seducir al dominado, y el dominado entra en el juego, porque parte de los intereses del dominado han sido dichos por el discurso del dominador”* (BARBERO, 1996: 52). La hegemonía, entonces, tiene que ser rehecha continuamente, tanto por el lado del dominador, como del dominado. Esos procesos de resignificación y reapropiación juvenil los alcanzan los y las *hoppers* cuando logran su auto-reconocimiento y declaran: *“yo seré hopper hasta la muerte”, “esto no es juego”, “antes del hip-hop era nadie”*.... Se trata de un auto-reconocimiento que vincula la vida a un proyecto colectivo, una identidad grupal, un proceso creativo musical, visible a través de sus estéticas plasmadas en músicas, líricas, *grafitis* y *break dance*.

Al recorrer el siglo XX en función de las representaciones de juventud, se reitera cómo *la condición de juvenil es representada*, y las diversas derivas de su representación están en función de los imaginarios sociales dominantes que definen a los grupos portadores de la condición juvenil, y frente a ellos, aparecen los otros discursos, que tratan de desestabilizar la imagen estereotipada de la juventud. Por ello, es conveniente revisar las condiciones sociales y culturales que permiten la emergencia de lo juvenil siempre relativa al tiempo y al espacio, pues los jóvenes son sujetos sociales relacionales, y su existencia será híbrida y cambiante, y dependerá de variables interdependientes como edad, clase social, género, generación, estética, cuerpo, poder...

Para cerrar este aparte, podemos retomar la reflexión del investigador José Antonio Pérez Islas, al pensar los enfoques contemporáneos de los estudios sobre juventud:

La cultura juvenil ya no necesariamente se ubica en un solo sector de los jóvenes (como fue el caso de los estudiantes de los setenta o las banda juveniles de los ochenta); pareciera que hay una preocupación por saber qué está pasando en las mayorías silenciosas que pueblan nuestras ciudades; la conciencia de que no hay una juventud, sino juventudes, espacialmente ubicadas y temporalmente construidas, es un gran logro de las teorías generales de la cultura juvenil.

Otro avance en los estudios de juventud tiene que ver con los intentos de superar la concepción de los jóvenes como receptores pasivos de los procesos de inculcación y formación que las diversas instituciones realizan sobre las nuevas generaciones. Las adaptaciones que a la cultura mass mediática realizan los jóvenes, las prácticas alternativas juveniles, las producciones de significado propias

que generan una visión diferente de los significantes que implican ser joven, no como sujetos sujetados sin más, sino como un actor decisivo en la construcción de su propia identidad (1998).

En ese panorama que diferencia a jóvenes receptores pasivos y jóvenes productores de cultura, nuestra línea de investigación en comunicación y culturas juveniles, reconoce y valora la existencia de jóvenes que configuran su identidad, a través de adscripciones a los mundos musicales, considerados *proyectos vitales de vida*; pues se trata de espacios y tiempos donde los jóvenes, a través de la música, configuran las diversas y complejas formas de agregación y organización juvenil, que desde el sentido popular juvenil resignifican y recrean la noción de tribus urbanas, contracultura y subculturas juveniles, categorías conceptuales que por varias décadas han hecho presencia en la ciudad y al permear las lecturas sobre los jóvenes han impedido comprender y abordar las culturas juveniles como espacios propios que gozan de una producción y creación cultural alternativa al confrontar las intervenciones público-privadas dirigidas a la juventud.

Tal vez sería interesante, parafrasear a Elías Canetti (1994) en su reflexión sobre la escritura, y en nuestro caso estaría referido a la investigación. El investigador debe ser un guardián de las metamorfosis, debe velar por las transformaciones. Estamos convencidos de que aquello que Canetti atribuye a los escritores debería ser igualmente aplicable a los investigadores. De este modo, investigar también sería, ineludiblemente, velar por las transformaciones. Porque las transformaciones están hechas de experiencias y las experiencias llevan la voz de la subjetividad, y hay momentos, sobre todo los momentos estéticos, donde la experiencia alcanza a ser colectiva, gran momento de superación del solipsismo sumido en la angustia y el dolor individual.

2.2 JUVENTUD Y COMUNICACIÓN



Foto 6. Rodaje "Passolini en Medellín". [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

La apropiación de medios de comunicación por los jóvenes organizados posiciona una comunicación diferente a la comunicación masiva o comunicación comercial; mientras la comunicación comercial es concebida para ciudadanos-consumidores o ciudadanos-espectadores, apartados de la escena pública y sumidos en espacios privados, la "comunicación otra" promueve la autogestión, la participación y la acción social, en pro del posicionamiento de espacios y propuestas diversas y diferenciadas. Se trata, entonces, de una *comunicación Otra*, nombrada así por Raúl Bendezú, al ser una "comunicación que siempre tiene algo distinto y alterador del orden comunicativo masivo, donde las expectativas y características populares son interpretadas no como mediación, sino como memoria negada" (BENDEZU. 1989: 154).

La visibilización de las acciones y producciones culturales de las juventudes a través de los medios alternativos supone

la *comunicación Otra* que difícilmente circulará en los medios masivos de comunicación, al tratarse de proyectos juveniles dotados de independencia y creación, como tales, pensados desde las subjetividades e identidades juveniles, que en su diferencia y resistencia cultural recrean y confrontan la cultura y los procesos hegemónicos impuestos por los mundos adultos institucionalizados o por las industrias culturales orientadas hacia un alto consumo juvenil.

El término alternativo referido a las agrupaciones juveniles tiene sus antecedentes en mayo de 1968 como resultado de la reacción estudiantil que se levantó en contra del informacionismo², y el énfasis en la vuelta a los orígenes, mediante la producción de comunicación y propaganda con medios artesanales como el grafito, la pancarta, los carteles, entre otros.

Desde la práctica, lo alternativo en comunicación “se ha planteado en la búsqueda de modelos distintos a los que operan en el campo hegemónico de los mass media en una sociedad industrial y tecnológicamente avanzada”, (FONCUBERTA, 1983: 9) o como ya lo desarrolla Simpson “... es alternativo todo medio que implica una opción frente al discurso dominante en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural”. (SIMPSON, 1981).

Frente a los discursos dominantes surgen los *discursos de resistencia*³. Uno de los discursos de resistencia, apropiado y resignificado por los jóvenes es el movimiento contracultural, a partir del cual los jóvenes expresan oposición, confrontación y movilización ante el discurso dominante. Según José Agustín contracultura

2 Informacionismo: información que soporta sus bases en el poder económico, político y social.

3 Para una revisión de la confrontación entre Discursos de Dominación / Discursos de Resistencia referidos a las manifestaciones y consumos juveniles revisar: GARCÉS, Ángela. “Del estilo a las culturas juveniles. Entre los discursos de dominación y los discursos de resistencia sobre la juventud. En: Pensar la Comunicación. Reflexiones y avances en investigación. Sello Editorial Universidad de Medellín, 2005. p. 197-226.

... es toda una serie de movimientos y expresiones culturales, regularmente juveniles, colectivas, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional. Y por cultura institucional se da a entender la cultura dominante, dirigida, heredada y con cambios para que nada cambie, muchas veces irracional, generalmente enajenante, deshumanizante, que consolida al *statu quo* y obstruye, si no es que destruye, las posibilidades de una expresión auténtica entre jóvenes, además de que acepta la opresión, la represión y la explotación por parte de los que ejercen el poder, naciones, centros financieros o individuos⁴.

La contracultura sabe cuánto poder corrosivo logra ante el discurso dominante y, por tanto, su oposición se sitúa en la margen y trata de mantener y regular sus propios medios de circulación, denominados *underground*. Entre los postulados del mundo *underground*, se reconoce la resistencia a cualquier forma de comercialización de la cultura juvenil, mientras el mercado aprovecha la espectacularización de las propuestas culturales para convertir los emblemas juveniles en mercancías. Este debate alimenta la oposición comunicación masiva v.s. comunicación alternativa que refuerza las diferencias entre culturas juveniles autodenominadas *underground* y los estilos juveniles dispuestos al consumo.

En esa oposición se sitúa Jesús Martín Barbero para visibilizar a los jóvenes en el desarrollo de sus experiencias vitales, lugar desde donde configuran elementos que no sólo se distancian de los patrones sociales establecidos, sino que están generando elementos culturales que dan cabida a modelos de contracultura, como bien lo enuncia:

4 Citado por ZARZURI CORTÉS, Raúl. "La contracultura". Chile. Ponencia que se enmarca dentro de una perspectiva que busca comprender las tensiones de sentido que atraviesan los mundos juveniles actuales a partir de la intervención de una lengua heteróclita, cuya estrategia se inscribe en una ruptura con los discursos tradicionales. Dirección electrónica: raulzarzuri@unete.com

La contracultura política apunta, de un lado, a la experiencia de desborde y des-ubicación que tanto el discurso como la acción política atraviesan entre los jóvenes. La política se sale de sus discursos y escenarios formales para reencontrarse en los de la cultura, desde el *graffiti* callejero a las estridencias del *rock*. Entre los jóvenes no hay territorios acotados para la lucha o el debate políticos, se hacen desde el cuerpo o la escuela: erosionando la hegemonía de discursos racionalistas que oponen goce a trabajo, inteligencia a imaginación, oralidad a escritura, modernidad a tradición (MARTÍN-BARBERO. 1998: 35).

Pasamos entonces de una comunicación masificada orientada a homogeneizar el pensamiento y la opinión pública, a una comunicación que permite la retroalimentación y se orienta a una población específica en la que priman las necesidades, los valores y el contexto social. La *comunicación alternativa*, como algunos la definen, tiene su sentir en el interior de un grupo determinado, bien sea por un territorio, por necesidades de tipo económico, político, cultural, educativo; por las expectativas de cambio, progreso y desarrollo, o por necesidades de relación, intercambio y socialización.

La comunicación alternativa, a su vez, supone una nueva comprensión de la democracia, la ciudadanía y la comunicación misma, pues en un contexto que subvierte la comunicación destinada sólo a informar,

...la comunicación ya no es vista sólo como una herramienta, sino que asume un espesor taxativo en relación con los procesos políticos y culturales de la sociedad. La comunicación es reconocida como práctica y experiencia fundamental en la construcción de ciudadanía, que no puede pensarse independientemente de los procesos por medio de los cuales es posible la puesta en

común de intereses y propuestas, al mismo tiempo que dotan de existencia pública a los individuos haciéndoles visibles ante los demás y ante sí mismos (CÓRDOBA, 2006).



Foto 7. *Altavoz.* [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

A su vez, desde la mirada cultural emerge la relación **comunicación-cultura** a partir de la cual podemos decir que el énfasis puesto por las culturas juveniles en la dimensión estética corresponde a una nueva forma de vivir la ética, y constituye la vía más eficaz de construir política. La estética ocupa una posición clave de transversalidad respecto a otros universos de valor, en cada uno de los cuales intensifica los focos de creación y producción cultural. Se presenta un desplazamiento de la política desde las instituciones de representación tradicionales hacia campos de la expresión y representación colectiva relacionados con manifestaciones de tipo estético y cultural. La relación **comunicación-cultura-participación juvenil** da lugar a pensar la noción de “ciudadanía cultural” que considera la heterogeneidad de los sujetos, de los grupos

sociales, de sus necesidades y de las relaciones que establecen en su experiencia colectiva con los otros⁵.

2.3 MÚSICAS URBANAS: PROPUESTAS COMUNICATIVAS ALTERNATIVAS... MARGINALES EN EL HIP-HOP DE MEDELLÍN



Foto 8. *Mckano. Pensando el barrio. [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]*

Para comenzar, es necesario aclarar los conceptos comunicación alternativa y comunicación marginal con el fin de precisarlos y delimitarlos para el análisis que realizaremos a continuación. La comunicación marginal es la que se da

... en los grupos que sufren de aislamiento o exclusión en los demás ámbitos de la sociedad, y que por lo tanto

5 Cfr. MUÑOZ, Germán y Marta Marín. Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles. Siglo del Hombre Editores, DIUC - Universidad Central, Bogotá. 2002.

son desconocidos en sus problemas y necesidades por la información que circula por los medios masivos. Pero esto no es la comunicación alternativa, sino comunicación interna, que funciona *sólo* (...) para los grupos marginados (...) porque la información que se pone en circulación interesa a los miembros del grupo nada más” (www.paisrural.org).

Cabe señalar que la comunicación marginal puede ser considerada como “una experiencia previa que impulsa el proceso de comunicación alternativa, (...) en la medida en que se hace parte de la praxis social, y adquiere la fuerza de permanecer, dejando de ser una forma marginal y pasando a ser una expresión alternativa” (Cfr. REYES MATTA, 1986). Por otro lado, la comunicación alternativa puede definirse como

... la utilización de herramientas básicas para fortalecer la circulación de información en un grupo determinado, mejorando o superando los efectos que producen los medios masivos. Esto quiere decir que la comunicación alternativa no sólo se ocupa de los problemas internos de un grupo, sino que puede trabajar cualquier información de actualidad desde la perspectiva que interesa a los miembros de la comunidad que participan en ella”. (www.paisrural.org).

Este proceso de comunicación tiene como finalidades: ampliar la información que no se desarrolla suficientemente en los medios masivos, propiciar debates o discusiones en la comunidad en torno a temas que interesen al común de las personas, servir de herramienta educativa y de capacitación, divulgar información diaria y la generación y apoyo de campañas de concienciación y acción.

Por ello, en la *comunicación alternativa* la participación es inherente al proceso informativo y comunicativo; se trata de una

participación entendida como acción social concreta, como rasgo característico de la comunicación alternativa y, a su vez, se trata de una participación que aporta la constitución de una verdadera dimensión democrática, basada en la voz movilizadora que busca un proceso transformador del entorno social inmediato (REYES, 1982). Con el fin de esclarecer el concepto de participación, veamos a través de Miguel de Moragas⁶ dos tipos de participación provocadas por los procesos comunicativos:

- a) La participación simbólica, donde se plantea la sustitución de acción, pues no se produce una relación entre la información recibida y la práctica social implicada; este es el lugar de la creación de espectáculo, la contemplación del significante y su fascinación referencial, y
- b) La participación efectiva, *que* se establece cuando se está en contacto con la información de su entorno inmediato que se convertirá en instrumento de participación política; es el lugar de la actuación de acción, pues se establece una participación efectiva de los individuos, a partir de la utilización práctica de la información en causas concretas, cercanas a los problemas comunales que determinan, finalmente, la reivindicación política y social.

Entre esas dos formas de participación en el *hip-hop*, hay que diferenciar un nivel de participación de los jóvenes dispuestos al consumo, donde su participación no implica apropiación, producción y creación musical, sino que está relacionado con el espectáculo y el esparcimiento. En el otro nivel se encuentran los jóvenes que hacen del *hip-hop* un proyecto de vida, su *actuación es acción*; se entiende entonces que su participación comunicativa no se limita a la recepción y disfrute, para ser en cambio una comunicación que genera acción social inmediata (BENDEZÚ, *ibídem*).

⁶ Moragas, Miguel. "Participación simbólica, participación efectiva". 1982. Citado por Raúl Bendezú. Op Cit. p. 156.



Foto 9. Medina en Estudio Sociedad FB7. [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

Los y las jóvenes vinculados al hip-hop como proyecto de vida realizan una depuración de sí, entendida como “la capacidad del sujeto contemporáneo no sólo de liberarse, sino también de crearse, y en ese proceso, definir prácticas de libertad, es decir, formas no formales de existencia” (MARÍN, 2002: 21), que trata de inventar modos de ser todavía improbables; se trata de un ser que asume su devenir y por tanto se acepta a sí mismo bajo el flujo de los momentos presentes y cambiantes. “El hombre moderno trata de inventarse a sí mismo” (MARÍN, *Ibidem*).

Entiéndase por qué el *hip-hop* aparece en contextos adversos, espacios donde se expresa como opción pacífica. El *hip-hop* es una opción que transforma las adversidades presentes en el entorno, vivencias que son más fuertes en un joven en transición. Esta afirmación se corrobora en la pregunta: ¿Qué sensaciones acompañan al joven de trece años en el barrio? El Paisa responde:

Hay en el barrio una incertidumbre total, expectativa, tristeza, depresión, los jóvenes son inocentes y cuando ven el mundo de locos en que estamos metidos... Pienso que todos tienen una gran expectativa: bueno entonces ¿yo qué voy a hacer? Hay seres tan agresivos. ¿Yo qué papel voy a jugar? Aparece mucha tristeza y depresión por las situaciones de las familias, eso nos lleva a la calle a buscar el bienestar del que habla la sociedad, todo esto se convierte en potencia y agresividad que se necesita para enfrentar el mundo. Estás triste, tu familia no tiene comida, no tenés tenis, el miedo y la incertidumbre te hacen actuar⁷.

El *hip-hop* de Medellín posee otro elemento que lo convierte en *cultura juvenil*. Se trata de la *continuidad*; el *hopper* afirma: “Soy *hip-hop* todos los días..., no es una cosa de esas donde a veces sí, a veces no”. En ese sentido, entre ellos mismos reconocen sus integrantes y su trayectoria, se sabe quién permanece en el *hip-hop* y quién lo ha abandonado.

Otra característica propia del *hoppers* es la depuración de sus cuatro elementos culturales. Situación que hace evidente el *hip-hop* como proyecto vital, pues la vinculación del *hoppers* a ese estilo no obedece a condiciones provisionales, efímeras e inestables. Si bien se reconoce un proceso de mediación cultural juvenil supeditado a los medios masivos de comunicación (cine, vídeo, emisora, concierto...), lo cual genera un consumo masivo, también es necesario resaltar que el *hopper* inmerso en su cultura, realiza un trabajo constante de propuesta grupal y personal, tratando de encontrar un estilo original; si bien, la mediación cultural comienza por imitación, para alcanzar un estilo propio, debe pasar por la creación personal y grupal. El grupo Sociedad FB7 muestra cómo transcurre la dinámica de creación propia:

Cuando entran los instrumentos cambia el estilo hip-hop, el hip-hop se vuelve más melódico, se supera la

7 Entrevista a EL Paisa. Santa Helena (Medellín), 7 de mayo de 2003.

pista, la pista encasilla, no se puede voltear el coro, para un concierto implica hacer varias versiones de una sola pista, por eso no se puede renovar, no aparece el arte. Cuando comenzamos a experimentar con instrumentos, se nos facilitó la creación colectiva porque nos reuníamos en un ensayo y decíamos queremos esto y el baterista decía puedo hacer esto y así se involucra el guitarrista, el pianista.

En vivo hacíamos muchas cosas porque pegábamos muchos temas o empezábamos con una canción y terminábamos con esa misma, nos decían que sonaba muy bien pero faltaba el peso habitual sonido del *hip-hop*, la batería, el bombo, el bajo fuerte, y no sabíamos si comprar mejores equipos o cambiarnos a lo electrónico y nos cambiamos a la producción digital analógica, porque ya estábamos buscando otro sonido, más fuerte, melódico, que tuviera las guitarras, los pianos, los coros, y que tuviera, el bombo y bajo bien pesado.

En un concierto en el Teatro Camilo Torres de la Universidad de Antioquia [...], evidenciamos la transición del grupo en vivo, nos preguntábamos ¿cómo hacer que sonáramos más fuerte? Empezamos a incorporar pistas digitales debajo de la batería acústica; era muy teso porque era una pista básica, batería, bajo y encima tocaban todos los músicos y ellos sí le metían de todo; entonces sonaba muy pesado, pero limitaba porque no se podía improvisar, entonces una tarde alegamos cómo hacer; una opción era comprar el computador, [...] hasta que Lupa cogió el equipo y en cuestión de cuatro días ya tenía tres canciones y entonces eso nos cambió el sonido y nos gustó (ENTREVISTA A MEDINA, 2003).

Si bien, el *hip-hop* como género musical es foráneo e ingresa a Medellín a través de consumos culturales con los cuales se realiza

una importante labor de difusión y posicionamiento de este género en la ciudad, su trayectoria y continuidad responden a dinámicas de apropiación de los jóvenes que alcanzan la creación de estilos propios, que al mismo tiempo transforman la *cultura hip-hop*.

Se reitera que la *cultura juvenil hip-hop* puede proponerse como una *cultura alternativa* al ofrecer una producción cultural propia, diferente y creativa; si bien recibe los elementos estéticos del *hip-hop*, ellos son desarrollados y recreados en el contexto local. Además, como *cultura alternativa* presenta mecanismos de resistencia y de confrontación a la cultura dominante, pues cuestiona los procesos de homogeneización del mundo adulto y desde el lugar de la resistencia no desea institucionalizarse. *“Los hoppers usan el arte del hiphop para expresarse ellos mismos y desafiar la sociedad [...]. La música, el arte, el baile son elementos de la cultura hip-hop que evidencian y definen quiénes somos y adónde vamos”* (CAVAZOS. www.mes.com/jdar).

2.4 PORTAL SUBTERRANEOS.NET DE COLOMBIA

Aunque son pocas las propuestas comunicativas independientes, se resalta la sostenibilidad y protagonismo de la página web “Subterráneos”; es uno de los pocos portales especializados en Colombia y Suramérica, permite a los grupos y procesos relacionados con el hip-hop proyectarse y constituir redes. Se ha logrado mantener, guiado por la autogestión y la independencia. Subterráneos *linkea* las escenas de otros países, cuenta con corresponsales y ha logrado ganar premios en Colombia, recibiendo en septiembre de 2004 el reconocimiento como una de las mejores páginas del país.

Este portal nos demuestra cómo Internet abre otras vías de acceso a la información y, además, a otras formas de organización y de comunicación alternativa; mientras su uso este cifrado por el libre acceso, es posible pensar que el portal Subterranos.net se constituya en un espacio público eficaz para construir respuestas

colectivas a los asuntos de bien común, tanto juveniles como urbanos.

Una primera evidencia de propuesta alternativa de comunicación en la página *www.subterraneos.net* es que a través de este portal, jóvenes de todas las ciudades de Colombia interesados en el hip-hop pueden acceder de manera fácil a una gran cantidad de información acerca de esta cultura; además, pueden interactuar e intercambiar información, que supera la recepción de información al conformar foros de discusión y textos reflexivos y críticos sobre el estado y la dinámica del *hip-hop* en Medellín con relación al mundo.

El portal Subterraneos.net brinda la posibilidad de intercambiar experiencias, participar de las convocatorias musicales, informarse de los eventos de *hip-hop*, y para aquellos que aún no están del todo inmersos en la cultura, está la sección Educación *hip-hop* que enseña el pensamiento *hip-hop*, sus orígenes, eventos, evolución y, de gran importancia para nuestra investigación, la proyección social del movimiento que intenta trascender esa barrera de la marginalidad para convertirse en una propuesta de comunicación alternativa, al posibilitar nuevas formas de estar juntos y nuevas formas de convocatoria pública.

Prueba de esto son los eventos promocionados a través de la página como el "Por respeto a la diferencia y la libertad"; este escrito da cuenta de una actitud que busca llamar la atención social, pues el tema del reconocimiento de la diferencia y la diversidad humana ha interesado y preocupado a la comunidad mundial durante muchos años y actualmente es revaluado y resignificado a través de la música de los jóvenes *hoppers* "con letras subterráneas" interpretadas por grupos de *Mc's* colombianos. (*www.subterraneos.net*)

Sin embargo, si analizamos algunos aspectos del medio se hace evidente aún su condición de marginalidad; para empezar,

pensemos en el nombre Subterráneos. Según el significado del diccionario, subterráneo significa que está debajo de la tierra; si contextualizamos esta definición en la cultura *hip-hop* encontramos que este nombre no es producto del azar. El sentido de *Subterráneos* se relaciona con los discursos de resistencia juvenil, al ser un buen ejemplo de apropiación, uso y difusión de un medio de comunicación, que a través de la autogestión y creación propia, logra oponerse a la estructura dominante de los medios masivos de comunicación; Subterráneos deja en evidencia que "*lo alternativo no es definible a partir de la comunicación masiva*"⁸ y para reforzar su oposición trata de mantenerse en la marginalidad, y así evitar ser cooptado –o neutralizado– por la industria del consumo cultural.

Subterráneos entendido como medio marginal logra desarrollarse paralelo al mundo homogeneizado, y trata por oposición de estar en el "submundo" creando códigos y espacios comunes sólo a los miembros del grupo, aunque abre el espacio a una comunidad menos restringida, sin perder su acentuación de condición marginal.

Llegar al portal navegando por Internet no es fácil y menos aún gratuito, pues se necesita una información previa que aporta ciertos datos clave, que vinculan al navegante con el mundo *hip-hop*; si se navega por un motor de búsqueda virtual –por ejemplo Google– hay que ingresar unos datos relativamente específicos y sólo así se obtienen resultados exitosos; así, por ejemplo, al ingresar sólo *hip-hop* Colombia se abre un espectro muy amplio, que muestra un gran universo del cual debemos escoger una puerta que conduzca a un nuevo espacio en el que puede o no encontrarse el portal "subterráneos".

Es un mundo lleno de conexiones en el que definitivamente necesitamos una información previa para poder acceder a ese

8 BONCAGLIONI, Rafael. Comunicación y cultura transnacional. En: Comunicación transnacional, conflicto político. Citado por Raúl Bendezú. Op. cit. p. 152.



Foto 10. Pintas de "Pepe". [FOTOGRAFÍA: María José Casasbuenas]

mundo restringido y reservado a los realmente interesados en la *cultura hip-hop*. Lo anterior denota de algún modo un carácter proteccionista y cerrado del grupo, incumpliendo con esa exigencia fundamental en las propuestas de comunicación alternativa referida a la participación efectiva, puesto que no se relaciona realmente con un entorno abierto sino que mantienen su información reservada sólo para los visitantes esperados de la página web.

No obstante, el intento de la sección *Educación hip-hop* se acerca de alguna manera a lo que busca la alternancia, al tratarse de una herramienta educativa que logra trascender el límite que puede llegar a constituir la comunicación grupal en las propuestas de comunicación alternativa. En esta sección es posible instruirse sobre el mundo *hip-hop* en Latinoamérica y en el país a partir de artículos que releen en algunos casos el mundo desde el punto de vista particular del *hopper* con un destinatario final que es el mismo *hopper*.

A pesar de ser una comunicación grupal, su propuesta de acción social desde el medio se hace evidente cuando analizamos el contenido de la información de la web, en donde claramente se nota un rechazo hacia las estructuras dominantes que les oprimen y de las cuales se quieren liberar, reforzando nuevamente su condición de resistencia:

Una proyección sin antifaces corporales ni pensantes, se manifiesta transparente y radicalmente con claridades enfocadas y neutralmente de balanza en una igualdad completa; emitiendo la realidad con legibles acontecimientos de verdaderos pertenecientes de la cultura, trabajando por acompañar al que su voz quiere liberar.

Libertad de expresión proporcionando ese alivio de poder manifestar, sin opresión alguna de ley o de un monopólico temor de evolucionarse como *Hiphoppa* (www.subterraneos.net).

Es igualmente evidente su propuesta de reivindicación política y social en los mensajes divulgados en la página que invitan a los jóvenes a interesarse más por la *cultura hip-hop* y a vivirla como una verdadero *hopper*: “Muchas personas dicen ser hip-hop amarlo, seguirlo, ser reales, e incluso intentan crear nuevos medios de difusión vendiendo su nombre, hablar de hip-hop en conciertos sin saber qué es, en fin, muchas de estas personas están por todos lados, culturízate, edúcate” (*Ibíd.*).

Asimismo, encontramos características de autogestionamiento y apoyo grupal que reivindican la *cultura hip-hop* como independiente, autónoma, y ajena a los mecanismos de financiación tradicionales de la cultura dominante, en la posibilidad de acceso a las nuevas producciones de las agrupaciones colombianas de *hip-hop* a través del portal, así como en la alternativa de tienda virtual que ofrece Subterráneos a los visitantes –aunque no todos los visitantes... el movimiento rapero–: “La idea de la tienda es que

el movimiento rapero pueda comprar o vender libremente cualquier producto a través de la página web" (www.subterranos.net).

Para concluir esta paso por la página *www.subterranos.net* es posible afirmar que la propuesta específica comunicacional se debate entre la marginalidad y la alternatividad, ya que en algunos aspectos como el código, las dificultades informáticas de acceso al medio, la necesidad de mantenerse autónomos y libres y el destinatario final de los mensajes –que es el mismo *hoppers*– impiden una evolución hacia propuestas de comunicación alternativas que superen la participación restringida al grupo, y alcance una visibilidad más amplia, logrando impregnar en la sociedad sus propuestas diversas y divergentes. Como lo sostiene Almiron:

Para que Internet pueda realmente servir de instrumento político a ciudadanos políticos es menester que la Red sea una vía de comunicación accesible para todos. Esa accesibilidad requiere que la conexión a Internet sea tan universal como la conexión telefónica lo es en los países desarrollados y, que el uso de las tecnologías de información sea tan sencillo como el de cualquier electrodoméstico. De lo contrario, Internet sólo será una herramienta política para las élites de ciudadanos civiles y/o políticos. Para que exista una democracia digital primero debe existir una sociedad digitalizada⁹.

Así, aspectos como la relectura del mundo desde la perspectiva *hip-hop*, las propuestas de cambio social directo como los eventos que promocionan, el intento por la reivindicación de su condición política y social a partir del desarrollo y fortalecimiento de la *cultura hip-hop*, la posibilidad de *Educación Hip-Hop* y la crítica a

9 Citado por PORTILLO, Marcela. El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana. En: Revista Nómadas. No. 21. Bogotá, Universidad Central - IESCO, octubre de 2004. p. 115.

las estructuras dominantes que refuerzan su actitud resistente, son posibles indicios de una búsqueda grupal que apunta hacia una propuesta alternativa de comunicación.

La página *www.subterraneos.net* nos demuestra cómo “Internet permite la articulación de proyectos alternativos locales mediante propuestas globales, que acaban aterrizando en algún lugar, pero que se establecen, se organizan y se desarrollan a partir de la conexión global que permite Internet” (*Ibíd.* 114).

2.5 CREACIÓN DE PROPUESTAS COMUNICATIVAS INDEPENDIENTES¹⁰

Cuando me di cuenta de que la gente escuchaba mi voz, supe que tenía que llenar la voz con algo de sustancia. A través de la música *rap* he visto gente que en todo el mundo es atraída como un imán hacia los pensamientos y las ideas. Mi meta es ser utilizado como viaducto, como un despachador de información.

Chuch D.¹¹

Entre las experiencias comunicativas independientes se ha resaltado la acción de la página *www.subterráneos.com*. Veamos ahora otras propuestas. DOXA, es la única revista autogestionada especializada en la *cultura hip-hop* de Medellín, cuenta con 10 ediciones, es una revista que registra la producción y la escena *hip-hop* en Medellín; logra distribución local en Medellín y en Bogotá.

En 1998 se lanzó PIFE; por ser la primera revista local se tenían muchas expectativas; infortunadamente, desapareció. Unas de las dificultades del *hip-hop* local es que no se ha reflexionado ni escrito mucho sobre la escena musical y la gestión cultural de los grupos;

10 Esta temática es desarrollada gracias a la colaboración de David Medellín Holguín, trabajador social y rapero independiente de la ciudad de Medellín. Dirección electrónica: *medinaoxoc@yahoo.com.mx*

11 Chuck D. *Fight the Power Rap, Racera and reality*. New York, Delacorte Press, 1977. Citado por MARIN, Marta y MUÑOZ, Germán. (2002) *Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles*. Siglo del Hombre Editores, DIUC - Universidad Central, Bogotá.

el *hip-hop* no ha logrado producir fanzines, medio de comunicación de fácil producción y distribución, desarrollado de forma estratégica y efectiva por otros géneros musicales.

Algunas emisoras comerciales han tenido sesiones destinadas al *hip-hop*, pero no han tenido continuidad; además, estos espacios, al parecer, no tenían el interés y compromiso de oprimir el *play* para difundir las canciones locales. La tendencia con los programas comerciales era mantener marginales las producciones locales. Aparecen funcionales a la industria cultural y no expresan el sentido local; sus nombres, incluso, son en inglés, aludiendo a imaginarios externos y muy propios del *hip-hop* comercial.

Quizá estamos ante los años más prolíficos y a la vez contradictorios de la *cultura hip-hop* en Colombia; por un lado, siguen presentándose las dificultades para proyectar las expresiones del *hip-hop* en el ámbito de lo que Néstor García Canclini denomina masivo; por el contrario, se presenta con rasgos marginales y de lo que el mismo autor plantea como popular (Cfr. GARCÍA CANCLINI. 1999). Pensamos que estas categorías no se excluyen, pueden lograr complementariedad, más aún si hablamos de que la industria cultural y los *mass media* actualmente y desde hace varios años ven en el *hip-hop* el botín y la cultura a explotar, cooptando sus discursos y devolviendo comerciales y productos desprovistos de su sentido inicial.

Como expresión de estas contradicciones, se presenta en la ciudad de Medellín una gran variedad de producciones discográficas que, a partir de 1998, y hasta la fecha, nutren las estanterías de los pocos almacenes que la distribuyen; además, hay que resaltar las colecciones particulares de los pocos que se atreven a comprar un disco local, sintiéndose orgullosos de comprar, escuchar y rotar los discos locales.

La *cultura hip-hop* de Medellín se ha enriquecido con múltiples estilos y sonoridades, permitiendo escuchar cerca de

120 producciones de carácter independiente y autogestionadas, entre demos y discos prensados de larga duración, algo imposible de pensar en los primeros años de los noventa, cuando no existía ni siquiera un estudio casero para producir demos. Tristemente en nada subsidiadas o apoyadas por las entidades público-privadas que dicen “Promover las culturas, prácticas e identidades juveniles” a través de la Política Local de Juventud.

Los grupos locales logran prensar sus discos a través de dolorosos préstamos con entidades bancarias y algunas personas bien intencionadas cercanas a la escena que cumplen el rol aún nada claro de productor ejecutivo. Los grupos locales se han rebuscado sus oportunidades; con constancia, confianza en sí mismos, claridad y amor hacia su proyecto logran enfrentar las dificultades para dar a luz y hacer públicas sus creaciones. Poco se logra vender en comparación con las cifras de los grupos norteamericanos y franceses, donde se habla de más de 3 millones en promedio de copias vendidas, en Puerto Rico antes de que el *reggaetón* copara todos los espacios, vendían en promedio 100 mil copias, y cifras similares muestran los grupos españoles actualmente.

Los grupos colombianos, excepto La Etnia –el grupo más antiguo y con proyección internacional– sólo venden en promedio la irrisoria cifra de 1.000 copias, esto lo afirman los mismos grupos, y también las tiendas; además lo confirman conversaciones sostenidas con la empresa colombiana que más ha prensado discos de *rap*, *Cd Systems*, afirma que cuando un grupo de Medellín prensa, sólo saca 300 copias, luego, si tienen éxito con estas, sacan la segunda edición que no sobrepasa la primera.

Como vemos, se cuenta ante todo con producciones todavía marginales, escondidas en el ego urbano que no trasciende las montañas. Una vez más se confirma el alcance universal logrado por el *hip-hop*, pero a su vez las desigualdades emergentes en el contexto de la globalización neoliberal, donde las industrias culturales acogen, venden e incrustan sus productos, pero difícilmente promueven

escenas locales que no entran en sus intereses geo-económicos. Otra gran dificultad del *hip-hop* local es que no logra aún establecer redes independientes de distribución e intercambio, no existen los canales o el interés para dinamizarlas, todavía se ven en Europa y Estados Unidos los centros a llegar, pero no se tienen en cuenta las grandes oportunidades que podrían avizorarse al mirar y remirar en el hemisferio Sur: África, Suramérica, incluso Asia son terrenos inexplorados para configurar redes de *hip-hop*.

En el ámbito local la poca capacidad adquisitiva y consecuentemente la urgencia de sobrevivir, la ausencia de dispositivos para promocionar a gran escala, de conciencia para intercambiar discos, adquirir los locales y distribuirlos hacen que sea toda una odisea y un acto quijotesco producir un disco. Es un escenario por potenciar y lograr el reconocimiento a las experiencias musicales de carácter independiente, como dignas de mostrar y proyectar en otros ámbitos, valorándolas como experiencias importantes, que surgen con la fortaleza de los sueños de muchos jóvenes, pero también en la angustia, la desilusión y la carencia, propias de un contexto neoliberal y guerrerista. Se suma a esto el estigma constante de los medios masivos de comunicación: sobre todo las emisoras locales que no programan el *hip-hop* local, porque según las directrices de los medios masivos los grupos locales “no tienen el nivel” o nos preguntamos nosotros, ¿será que no responden a las proyecciones económicas de los medios masivos?

Es destacar que existen otros medios alternativos como LA URBE, MUSINET, RADIO U, HAGALAU, ANTIMILISONORO y entre ellos los medios marginales *Subterranos.net* y DOXA; se trata de medios de comunicación alternativos que difunden las producciones locales de rap y rotan con cierta frecuencia los videoclips, que desde el 2003, y aunque son pocos, empezaron a producirse para enriquecer la escena. Creemos que faltan más oídos abiertos, más capacidad y aventura de los grupos para cualificar su producción, hacerla integral desde las sonoridades, lo visual, lo gráfico, y en distribución.

Se necesitan grupos y entidades interesados en diseñar proyectos e iniciativas innovadoras para proteger, promocionar y fortalecer los grupos musicales, iniciativas que recuperen y proyecten el arte local y nacional.

Es posible hablar en la ciudad de Medellín y más allá en el Valle de Aburrá de 220 grupos de *hip-hop*, una cifra muy considerable para una ciudad que no cuenta con los escenarios propicios para proyectar la *cultura hip-hop*. Encontramos, entonces, que son muy pocos los festivales que a gran escala se realizan. Lamentablemente quedaron en el recuerdo el Primer Festival de Hip-hop Metropolitano llevado a cabo en 1994 en el Teatro al Aire Libre Carlos Vieco Ortiz y que como iniciativa de carácter interinstitucional y con la participación de tres grupos de *hip-hop* en su organización generó por varios días en la ciudad una atmósfera *hip-hop* o los Encuentros de *hip-hop* de la Zona Nororiental que llegó a su novena versión con el apoyo de Edúcame y Comfama, que además realizaba audiciones previas, donde se inscribieron 115 grupos en el 2002. También por parte del Concejo de Medellín y lamentablemente utilizados bajo intentos de cooptación por parte del Partido Liberal, se desarrollaron los *Yabbu Festival* que con más de 7 grandes conciertos presentaron a más de 100 grupos locales y unos pocos nacionales en eventos realizados cada dos meses.

Desde el 2002 al 2006 la ciudad no contó con festivales o iniciativas a gran escala para difundir el *hip-hop* local, excepto por los dos festivales de *hip-hop* realizados en la Comuna 13 y el *Primer Festival de Hip-hop Internacional* realizado en mayo de 2004 por la Alianza Francesa. Las instituciones privadas y municipales no se interesan por realizar festivales y procesos formativos para dar a conocer las producciones locales. Tendríamos que decir que los grupos y participantes de la cultura tampoco se preparan como gestores culturales que desarrollen proyectos para lograr la cooperación nacional, local e internacional, posibilitando así la gestión y continuidad de los proyectos para el fortalecimiento del

hip-hop. Si no fuera por estas pocas iniciativas y el *Festival Nacional de hip-hop* de Bogotá donde solo un grupo antioqueño participa como invitado cada año, el *hip-hop* local no se conocería.

Desde 2006 a la fecha, hay que resaltar la gestión cultural realizada por la corporación "4 Elementos" que organiza el evento hip 4, convirtiéndose en uno de los principales eventos de hip-hop que se llevan a cabo en la ciudad de Medellín, con un encuentro anual en "Zona 4", que se perfila como uno de los mejores festivales de *hip-hop* en Colombia.

El evento se desarrolla con recursos del Programa de Planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, y busca convocar a todas las agrupaciones de hip-hop de la ciudad, instalando un espacio alternativo de participación juvenil, que fortalece el movimiento local y genera una identidad por medio de propuestas artísticas; el evento considera en su programación: conciertos, conversatorios, seminarios, talleres (en las modalidades de graffiti, brak dance, Dj y producción musical. (ver, www.hip42008.blogspot.com)

2.6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENDEZÚ, R. (1989). Aproximación semiótica al discurso de la comunicación alternativa. *Contratexto*. No. 4. Julio, Universidad de Chile.

BERNETE, F. Culturas juveniles como aperturas de espacios, tiempos y expresividades. *Instituto de Juventud*. No. 78. p. 45-62. España. www.injuve.mtas.es

CAVAZOS, R. La cultura hip-hop y el reto común. www.mes.com/jdar

CÓRDOBA, M. Democracia comunicativa: nuevas formas para la intervención ciudadana. Ponencia XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social-FELAFACS. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá: septiembre de 2006. En: www.javeriana.edu.co/felafacs2006.

DUARTE SOLÍS, C. Mundos jóvenes, mundos adultos: lo generacional y la reconstrucción de los puentes rotos en el liceo. Una mirada desde la convivencia escolar. *Última Década*. No. 16. Marzo. CIDPA Viña del Mar, 2002.

- _____. ¿Juventud o juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente. *Última Década*. No. 13. Viña del Mar, Ediciones CIDPA. p. 59-77, 2000.
- ESCOBAR, M. et al. (2006). Estado del Arte del conocimiento producido sobre jóvenes en Colombia, 1985-2003. GTZ-UNICEF Colombia, 2006. www.colombiajoven.gov.co.
- FEIXA, C. El reloj de arena. Culturas juveniles en México. México: Causa Joven-CIEJ, 1998.
- _____. De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud. Barcelona: Ariel, 1999.
- DE FONCUBERTA, M. y GÓMEZ MOMPART, J. L. Alternativas en Comunicación. Crítica de experiencias y teorías. Barcelona: Editorial Mitre, 1983.
- GARCÉS Montoya, A. Nos-otros los jóvenes. Polisemias de las culturas y los territorios musicales en Medellín. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín, 2005.
- _____. Del estilo a las Culturas Juveniles. Entre los discursos de dominación y discursos de resistencia sobre la juventud. En: *Pensar la comunicación*. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín, 2005.
- GARCÍA CANCLINI, N. Consumo cultural una propuesta teórica. En: *El consumo cultural en América Latina*. Guillermo Sulkel (Coordinador). Convenio Andrés Bello. p. 26-49, 1999.
- MARGUILLS, M. La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires. Argentina: Espasa Hoy, 1994.
- MARTÍN-BARBERO, J. Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad. En *Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Universidad Central, Siglo del Hombre, 1998.
- MUÑOZ GONZÁLEZ, G. La comunicación en los mundos juveniles. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales Niñez y Juventud*. No. 5, 2007.
- MUÑOZ GONZÁLEZ, G. y MARÍN, M. Secretos de mutantes. Música y creación en las Culturas Juveniles. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, DIUC - Universidad Central, 2002.
- NAVARRO KURI, R. Cultura juvenil y medios. En: *Estado del arte en investigación en juventud en México. Una evaluación del conocimiento*. Coordinación José Antonio Pérez Islas. Colección Jóvenes. Instituto Mexicano de Juventud. p. 11-649, 1996.

- OROZCO, Germán. Televisión, audiencias y educación. Bogotá: Norma, 2001.
- PÉREZ ISLAS, J. A. Trazos para un mapa de la investigación sobre juventud en América Latina. Papers. No. 30. p. 115-170, 2006.
- _____. Memoria y olvidos. Una revisión sobre el vínculo de lo cultural y lo juvenil. En: Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: Siglo del hombre Editores. Departamento de investigaciones de la Universidad Central. (p. 46-56), 1998.
- PORTILLO, M. El papel de los nuevos medios en relación con las formas emergentes de participación ciudadana. Nómadas. No. 21. Bogotá: Universidad Central - IESCO, octubre, 2004.
- REGUILLO, R. Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto. Bogotá: Norma, 2000.
- _____. La gestión del futuro. Contextos y políticas de representación". JOVENes. No. 15. Instituto Mexicano de Juventud. (Sep.- dic.). 2001
- _____. En la calle otra vez. Guadalajara: ITESO, 1995.
- _____. Culturas juveniles. Producir la identidad: un mapa de interacciones. JOVENes. No. 5. México: Causa Joven-CIEJ. Julio-dic. p. 12-31, 1997.
- RIAÑO ALCALÁ, Pilar. Jóvenes, memoria y violencia en Medellín. Una antropología del recuerdo y el olvido. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2006.
- _____. La memoria viva de las muertes. Lugares e identidades juveniles en Medellín. Revista Análisis Político. No. 4. Sep.-diciembre, 2000.
- ROSAK, T. El nacimiento de una contracultura. Barcelona: Cairos, 1970.
- SERRANO, J. F. Estado del arte de la investigación sobre juventud para la formulación de la política. Bogotá: Departamento Administrativo Acción Comunal del Distrito; Departamento de investigaciones de la Universidad Central. Equipo de investigación: José Fernando Serrano Amaya et al., 2002. (no publicado).
- _____. Ni lo mismo ni lo otro: La singularidad de lo juvenil. Nómadas. No. 13. Octubre, 2000.
- _____. Concepciones de vida y muerte en jóvenes urbanos. Bogotá: DIUC - Universidad Central, 2005.
- SIMPSON, M. Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades. Comunicación alternativa y cambio social. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1981.

VALENZUELA, J. M. Culturas juveniles. Identidades transitorias. JOVENes. No. 3. México: Causa Joven-CIEJ. Enero-marzo. p. 12-35, 1997.

_____. El color de las sombras: chicanos, identidad y racismo. México: Colegio de la Frontera, 1998.

ZAPATA Cardona, C A.; HOYOS Agudelo, M. Estado del arte del conocimiento producido sobre jóvenes en Colombia. Informe Zona Antioquia. Medellín: junio de 2004 (no publicado).

CAPÍTULO 3

LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS COLOMBIANOS FRENTE A INTERNET COMO ALTERNATIVA DE SOCIALIZACIÓN

*Érika Jaillier Castrillón**

INTRODUCCIÓN

En Colombia, como en otros países de América Latina, Internet ocupa una posición importante como sistema de información y de comunicación. Su estatuto como sistema es complejo: es tecnología de información y de comunicación por todo el *know-how* que implica en su uso, pero además, es medio de comunicación y de información por los servicios que ofrece y por la interacción que permite. Conlleva una relación entre lo individual y lo colectivo que otras tecnologías (como algunos de los medios masivos), no alcanzan a promover.

Ese carácter híbrido de Internet, así como su complejidad, le han hecho merecedor de diversos tipos de estudios sobre sus características como tecnología y como medio. En este caso particular, el

* Comunicadora Social-Periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín- Colombia, 1995), licenciada en Lenguas Modernas de la misma universidad (Medellín, 2004), Especialista en Literatura con énfasis en producción de textos e hipertextos de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, 2003), DEA en Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universidad Stendhal Grenoble 3 - Francia (2001) y Doctora de esta misma universidad (noviembre 2006). Docente interna de los cursos de Investigación de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana desde 1995. Miembro activo del grupo de Investigación GRESEC (Universidad Stendhal) y del grupo EAV (Universidad Pontificia Bolivariana). Actualmente, docente-investigadora de la Facultad de Comunicación Social, UPB. Direcciones electrónicas: erika.jaillier@upb.edu.co, ejaillier@yahoo.com.

interés es adentrarnos en otra dimensión: la cuestión de los usos sociales entre un público particular que hace parte de la franja de mayores usuarios en nuestro país: los jóvenes universitarios.

De hecho, la mayoría de los usuarios de esta tecnología son jóvenes, pero las edades varían y, por tanto, es posible afirmar que también lo hacen los usos. De allí que surja como pregunta central: ¿Internet, según las prácticas sociales y las representaciones sociales de los jóvenes universitarios colombianos, puede considerarse una alternativa para los procesos de socialización de este grupo?

Se eligió para la investigación la franja de los jóvenes universitarios puesto que las posibilidades de uso que estos usuarios tienen son mucho mayores que en otras franjas poblacionales colombianas. De igual manera, este grupo tiene una mayor capacidad de reflexión sobre los medios, dado su nivel educativo y su pertenencia a una institucionalidad académica. La investigación tuvo diversas fases: la primera, de tipo exploratorio y cualitativo-interpretativo y, la segunda, de tipo descriptivo-analítico.

Este artículo retoma algunos de los aspectos de la investigación doctoral. Se espera que los resultados aporten al conocimiento de algunas prácticas sociales frente a tecnologías digitales como Internet, así como a un mejor entendimiento de las representaciones sociales colectivas frente a los medios.

3.1 JÓVENES USUARIOS

Para entender el término juventud, es necesario retomar algunas visiones específicas sobre la juventud colombiana y, particularmente, sobre la población del estudio. El término de juventud comienza a hacerse visible mucho más fuertemente en Colombia con el fenómeno de los sicarios y el uso de jóvenes como agentes de los grupos armados colombianos. Si bien es cierto que el tema de la juventud ya era manejado, la visibilidad que cobra en este

período histórico enmarca los estudios sociales que se desarrollaron entonces.

Lo cierto es que en el curso de los últimos años del siglo XX, los investigadores de las universidades y de las ONG, decidieron ocuparse del tema del joven, darle límites a los estudios presentados en el camino e intentar tratar a estos actores en justa medida, mostrando a la sociedad las diversas fases de la situación.

En cuanto al Gobierno, la Presidencia de la República creó desde los años 90 una oficina especializada en el tema de juventud y específicamente en los procesos de re-integración a la vida urbana y social de los jóvenes guerrilleros, los militares, sicarios y gente que hubiese sido víctima de la violencia. La Oficina de la Presidencia para la Paz definió también unas condiciones para establecer la futura Ley de la Juventud.

Pero ¿qué es ser joven? ¿Cómo se entiende la juventud en nuestro país con respecto a otros lugares del mundo? Cabe decir que durante la posguerra, la sociedad reveló a la juventud como una franja de la población que no era sujeto de derechos hasta entonces. El aumento de esperanza de vida en las sociedades industriales de mediados del siglo XX engendró un cambio en la percepción de lo que era la vida productiva del ser humano y esto tuvo repercusiones sobre la población económicamente activa de la época. Así, dado que la generación económicamente productiva vivía más y mejor, el relevo generacional se retrasaba poco a poco.

Esto implicó tener que retener a las nuevas generaciones por más tiempo en las instituciones educativas y crear nuevos dispositivos de control social para dicha franja poblacional (GALLAND, 1991: 90-92). En paralelo, el conjunto de industrias culturales y de medios masivos aumentó y tuvo su expansión comercial más fuerte durante esa misma época de la posguerra. Estos medios ofrecían productos de consumo exclusivos para aquel grupo objetivo naciente.

En ese sentido, también en Colombia, a partir de los años 60, las ventas de discos se triplicaron, comenzó el acceso a la televisión de forma masiva y aumentó el uso de la radio gracias a los transistores y al crecimiento de la radiofonía comercial en el país. Todo esto, sumado al aumento de la capacidad de adquisición de los jóvenes de clases medias y altas, conllevó que la juventud se convirtiera en un motor de transformaciones culturales.

Como lo señala Rossana Reguillo (REGUILLO, 2000: 26-27), existen tres procesos que hacen a los jóvenes visibles a partir de ese momento:

- La reorganización económica de las sociedades capitalistas: la industrialización que se aceleró en la mayoría de los países durante la posguerra y los años 60, así como la ampliación de las posibilidades de vida y de prolongación de la vida productiva de los seres humanos, son las principales razones de una reestructuración productiva de las sociedades. En este momento la franja joven se convierte en “posible futuro” de la sociedad, pero al mismo tiempo un “todavía no” para el trabajo (GALLAND, 1991).
- El segundo proceso de esta valoración del joven se refiere a las nuevas ofertas y el consumo cultural: con la instalación de una economía fuertemente industrializada de tipo capitalista y con el desarrollo de la fabricación industrial de objetos de consumo (principalmente el apogeo de productos culturales como los discos de acetato, los afiches de grupos musicales y la indumentaria), la sociedad de consumo se refuerza y pone en circulación una gran cantidad de productos culturales.
- El tercer proceso tiene que ver con el aparato jurídico: las primeras políticas de juventud aparecen junto con un desarrollo del trabajo social centrado en el joven, en sus procesos de intervención sistemática y organizada en la vida pública de esta franja de edad.

La visibilidad de la juventud se vuelve un factor mucho más importante a finales del siglo XX, porque influencia la aparición de algunas características culturales tales como la innovación, la rapidez, la aceleración, la duración efímera de los objetos culturales, las identidades transitorias, el nomadismo sub-metropolitano, la aparición de bandas y de barras, las tribus urbanas, entre los más relevantes.

Los medios masivos y las tecnologías de información y de comunicación jugaron un papel preponderante: un proceso de construcción intensiva del receptor (un receptor modelo) a través del discurso mediático. Este modelo terminó por promover unos valores como el gusto por la novedad, la búsqueda de la identidad, la vitalidad, la tendencia a la solidaridad y a la democracia como valores políticos ideales. Esta enunciación mediática modificó a la vez la imagen de los jóvenes en los medios y los factores de identificación de este grupo frente a ellos mismos y frente a sus aspiraciones reales.

Martín-Barbero, así como otros intérpretes del tema de lo juvenil en América Latina, como Ernesto Rodríguez (Uruguay), Luis Cisneros (Perú), John Durston (Chile), hablan de una nueva cultura juvenil que nace con los cambios tecnológicos de la última década del siglo XX y con los cambios sociales generados por movimientos y organizaciones juveniles con cierta trascendencia social. Según ellos, hay una ruptura social que se fomentó con la utilización de los medios y de las tecnologías de información y de comunicación en el cambio de siglo: antes, entre el siglo XVII y los albores del siglo XX, el consumo de productos culturales era menos evidente y menos individualizado de lo que es desde finales del siglo XX hasta hoy.

El hecho de ser joven hoy pasa por los medios masivos y por las tecnologías de información y de comunicación: la mayoría de los jóvenes colombianos de las últimas generaciones crecieron solos, con la única compañía de la televisión o de la radio de la empleada

doméstica (ZACIPA, 2002: 149). Por ello, son conscientes del poder de la información y del hecho de que la mayoría de sus consumos de productos culturales está motivada por los medios o, de un modo u otro, guiada por las informaciones o las reacciones contra ellos que han visto en los medios. Los rasgos mismos de identificación de los grupos sociales se movilizan a través de los medios masivos y de tecnologías de información y de comunicación.

Estas mismas relaciones de los jóvenes con las tecnologías los hacen sujetos pertinentes de estudio en este caso particular de comprensión de prácticas sociales y representaciones sociales colectivas frente a un sistema específico como Internet.

3.2 NUESTRA POBLACIÓN UNIVERSITARIA Y LOS MEDIOS

El joven universitario de nuestro estudio se caracteriza por pertenecer a instituciones públicas o privadas de tipo universitario (no se trabajó con jóvenes de instituciones de formación técnica ni tecnológica por cuestiones de delimitación de la población). Dadas las características del procedimiento por el que se recogieron los datos, la población tiene un rango comprendido entre los 16 y 26 años y pertenece en su mayoría a estratos socioeconómicos que van desde el bajo-alto hasta el alto-alto. Son jóvenes que tienen acceso a los medios masivos (radio, prensa, televisión, cable) y a otras tecnologías de información y de comunicación (mp3, *CD players*, teléfonos celulares, *ipods*, computadores en red).

Se eligió el joven universitario puesto que hace parte del grupo poblacional que tiene mayor acceso a diversos tipos de medios masivos y de medios de información y de comunicación, gracias a su entorno cercano. Como se trató de universidades públicas y privadas, la muestra final presentó una variación interesante en términos de estratos socioeconómicos, niveles educativos y edades, lo que permitió una cierta generalización de los perfiles de usuarios según los cruces de variables trabajados. Gracias a

los datos recogidos en las encuestas, y luego confrontados en las observaciones y en los grupos focales, el joven usuario de Internet posee las características que trataremos a continuación.

La mayoría de los jóvenes que asisten a cibercafés y centros de cómputo públicos, a pesar de las facilidades propuestas por las diferentes políticas gubernamentales para la expansión de la Internet, son jóvenes institucionalizados, es decir, jóvenes que tienen acceso a la educación o que hacen parte de grupos u organizaciones juveniles de algún tipo. Los no institucionalizados van casi siempre acompañados de algún amigo que sepa “utilizar el aparato” y que normalmente “cursa estudios” en alguna institución formal o no formal, lo que implica un cierto grado de escolaridad. Si bien no se descarta que exista una población no institucionalizada o no escolarizada que tenga relación con las tecnologías de información y de comunicación, es menos probable que puedan hacer un uso cotidiano de un sistema como Internet.

La mayoría de los jóvenes consultados son propietarios de los medios de comunicación a los que tienen acceso. Solo un reducido número menciona el hecho de arrendarlos (acceso a cibercafés o a lugares de consulta pública bajo cobro) o pedirlos prestados (en las bibliotecas institucionales o de amigos, generalmente). Esto depende del medio y de la condición socioeconómica del usuario. Los medios más “alquilados” o prestados son la prensa, Internet, el cable y el teléfono móvil (sobre todo por la posibilidad del cobro por minutos en este último). En lo que concierne a la prensa, los datos parecen coincidentes con la disminución de la compra y lectura de los periódicos y revistas en Colombia. De hecho, solo el 31% de los encuestados en las tres ciudades (Bogotá, Medellín y Cali) dicen comprar la prensa y un 27% afirma que la lee en las bibliotecas de su universidad.

Con respecto a la Internet, que es nuestro tema específico, llama la atención que el 46% de ellos dice que el acceso es propio y estos

usuarios acceden desde su domicilio, el 64% restante accede desde la institución en la que estudian. Esto nos da cifras que pueden coincidir con aquellas de utilización en lugares como los cibercafés, los centros informáticos de las cajas de compensación familiar o las casas de conocidos y amigos.

El acceso a Internet no es el único que abre interrogaciones futuras: el teléfono portátil tiene un uso extensivo y ofrece una amplia conectividad para los jóvenes. Sin embargo, los usos diferentes al clásico (la interacción oral vía telefónica) todavía son débiles. Una utilización curiosa que no es fácil ver en otros países es el alquiler del teléfono portátil con un precio por minuto. Estos usos son, como ya se ha dicho, para telefonía tradicional, a pesar de que en algunos casos también se da el alquiler para el envío de textos por SMS. De todos modos, más de la mitad de los jóvenes interrogados en la encuesta y en entrevistas grupales dicen contar con su propio celular.

Son, además, adeptos al televisor y dicen escuchar la radio solamente para programas de música en la gran mayoría de los casos. En términos generales, cuando se les pide jerarquizar su uso de los medios, puede confirmarse lo que otros estudios han presentado: los más utilizados son en su orden la televisión (83%), el teléfono (82%), los reproductores de sonido (78%) e Internet (72%). Si a estos datos se les suman aquellos relativos a las frecuencias de utilización (la mayoría de estos mismos medios son utilizados a diario durante más de una hora), se puede afirmar que Internet entró ya en la vida cotidiana de estos jóvenes.

Por lo demás, los usos frecuentes a ciertas TIC dependen en muchos casos de la opinión frente a ellas y al modo de uso. Internet, si se comparan las cifras de este estudio con otras de investigaciones precedentes, ha suplantado a la televisión para ciertos usos. Por ejemplo, es la tecnología más utilizada para informarse (63%) y para la educación (91%). Además, se le ve como el “medio” más

completo (99%). Genera una credibilidad que riñe en porcentajes con la televisión y está en segunda posición después de esta cuando se les pregunta sin cuál no podrían vivir.

Otro aspecto interesante de la investigación es lo que los jóvenes ven reflejado de un modo u otro en los medios: Para muchos de ellos, la imagen del joven en los medios es sensacionalista (39%), para otros es frívola y superficial (35%) y para otros es de espectacularidad (34%). Las opiniones positivas frente a los medios no son muy frecuentes, pero algunos los perciben de modo más optimista: el 28% dice que respetan el derecho a la información, el 27% afirma que conservan su seriedad y su credibilidad y un 18% mantiene que poseen un compromiso ético y una responsabilidad social. Estas opiniones conllevan representaciones sociales frente a Internet que vale la pena destacar en nuestro caso dentro del aparte siguiente.

3.3 REPRESENTACIONES SOCIALES MÁS COMUNES

La Red permite la presencia de individuos, grupos, comunidades e instituciones que, hasta hace algún tiempo se mantenían en el anonimato casi total. Estas presencias y telepresencias permiten una aproximación entre los jóvenes que resulta diferente a otras experiencias mediáticas.

Por esto, es válido y pertinente adentrarnos en un tema como el de las representaciones sociales del joven en Internet y, en paralelo, ver estas representaciones de los jóvenes frente a la Red. En este aparte del texto intentaremos presentar algunos resultados sobre el segundo de los temas. Cabe resaltar el hecho de que hay una relación constante entre las tecnologías de información y comunicación, las representaciones que sobre ellas se dan, las alternativas de uso que encuentran los usuarios en su proceso de adopción y adaptación de éstas en su vida cotidiana y los cambios socioculturales que permiten tanto dichas representaciones como dichos usos y adaptaciones efectuadas.

En esta perspectiva, podemos retomar la afirmación de Claude Flament: “Las representaciones determinan las prácticas, las prácticas determinan las representaciones, hay interacción entre representación y práctica” (FLAMENT, 2001: 45). En el caso colombiano, esta interacción es bastante visible. Todas las opiniones y representaciones que encontramos entre los jóvenes tienen origen en la práctica y en el compartir experiencias con otros (que es también un modo de construcción de las representaciones sociales por medio de las formas de comunicación interpersonales). Igualmente, las prácticas sociales comunicacionales tienen correspondencia con las representaciones de los sujetos, en nuestro caso, de los jóvenes universitarios.

Toda representación social está mediada por el lenguaje (MOLINER, 2001: 15). Por esto mismo, el hecho de decir algo es mostrarse a sí mismo, es mostrar el contexto en el que, en tanto que ser humano, construimos el sentido y la valoración de cada objeto que nos rodea. De hecho, la apropiación de un objeto social es inseparable de la formación de un lenguaje que le concierne. Por ello, la estrategia más utilizada para la investigación y comprensión de las transformaciones de las representaciones sociales es el análisis de un corpus desde el discurso y el contenido del mismo (MOLINER, 2001: 261- 268). Para lograr esto, se recogieron las expresiones, opiniones, creencias y comentarios de distintos jóvenes universitarios por medio de entrevistas grupales focalizadas y de entrevistas semiestructuradas individuales. Se hizo énfasis especial al asunto de la transformación del lenguaje en los procesos de interacción.

El joven colombiano habla poco de sí mismo y de su utilización de la Internet. No se declara casi nunca experto. Más bien trata de mostrar que los expertos son los otros (aquellos que están con él cuando navega, los amigos, aquellos que les sirven de instructores en un momento dado). La mayoría dice estar poco interesada en la búsqueda por Internet, en aventurarse en la red. El poco riesgo que parecen querer afrontar los lleva a búsquedas en una sola

lengua y solo algunos pocos afirman hacer consultas o búsquedas en idiomas diferentes al castellano. Desconfían de la red por sus contenidos de violencia, terrorismo y pornografía. Se presentan a ellos mismos como usuarios prácticos, con un antes y un después de haber encontrado la Internet.

El “antes” implica el momento previo al acceso a la red. Ese momento corresponde para algunos a su infancia o a los primeros años de la adolescencia. De hecho se refieren a ese momento como a cualquier otro momento de cambio estructural sin importar si son optimistas o si son pesimistas frente a las TIC. En ese período existía la televisión para el entretenimiento, la radio para escuchar música y los libros para ayudarse en las tareas o deberes escolares. Además, es un tiempo difícil que se contrasta con la facilidad con que obtienen en Internet la información necesaria. Explican que es más fácil de buscar, pero más difícil de aceptar o de confiarse de las informaciones pues abunda la “basura” en el sistema. Por eso se muestran prudentes en cuanto al acceso a ciertas páginas y reconocen su facilismo en la búsqueda de información. Muchos creen tener sus fórmulas para seleccionar el material correcto en la selección de ciertas páginas y en el evitar otras.

El “después” de Internet es una información en abundancia, pero también la saturación y por tanto la desinformación. Para ellos, el “después” de Internet tiene relación no con el abrir cuentas de correo, sino con el modo en que, como usuarios, se vuelven más y más selectivos frente a los servicios y alternativas que les proponen y más audaces en la utilización del sistema y de la interactividad.

Las prácticas sociales realizadas durante esta transformación del individuo fortalecen su capacidad selectiva, su actitud de cautela y de seguridad frente a la red de redes. Se representan a sí mismos como expertos solo si saben seleccionar la información, si le saben hacer el quite a los obstáculos que les pone el sistema para obtener información, cuando saben verificar la veracidad de

lo publicado en la red y cuando saben hacer usos libertarios que rompen con ciertas normativas del sistema. El experto es también quien sabe evitar los virus, los problemas de limitación que ponen los centros o las bibliotecas, aquellos que son capaces de descifrar las barreras informáticas y conocer hasta aquello que no deberían conocer. Pero este rasgo de ilegalidad los lleva precisamente a no reconocerse como verdaderos expertos. En el fondo, a la gran mayoría de los “gomosos” de la tecnología les gustaría ser *hackers*, pero se muestran como críticos acérrimos de los *crackers* y los *hackers*, porque son ellos los que traspasan los límites, los *firewalls*, quienes encuentran las contraseñas de otros y pueden hacer daños irreversibles a otros.

Aquel que posee un poco de práctica y se siente próximo de un uso “normal” y corriente de Internet considera como expertos a aquellos que fueron capaces de enseñarle trucos y secretos de manejo pero tampoco lo define como *hackers*. De hecho, los grupos de *crackers* y *hackers* funcionan como logias: son grupos limitados en los que pocos pueden entrar y menos aún decir que hacen parte. Ese es en parte el estereotipo del gran experto: un mago de las “ciencias ocultas” de la informática. En cambio, casi todos se presentan como “gomosos”. Este término connota en algunos casos la obsesión por el uso del sistema, y en otros el gusto por tratar de aprender. Algunos “gomosos” son solo debutantes para otros.

Otro aspecto que cabe resaltar en cuanto a la identidad de Sí en esos procesos de representación social colectiva en relación con Internet tiene que ver con el uso de los *nicknames*. Hemos decidido hacer una clasificación por categorías con respecto a este tema:

- *Los prenombrados propios simples*: el uso de un nombre completo e incluso de nombre+apellido, permiten conocer el género y, a veces, por lo que las modas de los nombres implican en nuestro

país, la edad. Son poco comunes en las salas de conversación, pero en cambio, abundantes en las direcciones de correo con fines académicos y profesionales.

- *Los prenombrados propios modificados:* son sobrenombres con algún añadido de modificación, pero que no dejan de mostrar el nombre propio real o el elegido. Cuando el prenombre va combinado con números, muchos de ellos ratifican la identidad frente a la edad: no es gratuito que haya 80, 84, 20 ó 19 acompañando a un nombre. Se podría afirmar que aquellos que van acompañados por números de un solo dígito o de cero + dígito son aquellos surgidos de la sugerencia del mismo servidor del correo.
- *Los hipocorísticos y apócope:* son sobrenombres casi siempre de origen familiar o entre amigos. Utilizan de base el prenombre real pero se les hace una transformación ortográfica completa. Son los típicos Kikes en lugar de Enrique o Susi en lugar de Susana. Muestran una gran identificación y confianza con el trato íntimo que les dan sus seres cercanos. Son indicios de versiones más íntimas del nombre que quieren darse a conocer y que conllevan una mayor carga afectiva y emocional de autorreconocimiento.
- *Los seudónimos:* se alejan del nombre casi totalmente o totalmente. En cambio, son una prueba de las características por las que quieren ser reconocidos por otros. Son mucho más usuales en los *chat* en ese intento de mostrarse sin dejarse identificar completamente. Generalmente pueden ser una representación diferente e incluso contraria de lo que el individuo siente que es en su cotidianidad. Incluyen elementos simbólicos que dan información de eso que se quiere ser o que se desea ser durante el intercambio virtual. Ejemplos: repapi, chicohot, animal.
- *Los temporales de bajo perfil:* son aquellos que se eligen únicamente para un uso corto y que no es común que sean reutilizados. Casi

siempre se eligen por salir del paso o para poder entrar a una sala de conversación sin llamar la atención o simplemente participar como observador. Ejemplo: nomeacuerdo115, gatica, chicos.

En todos los casos, sea que utilicen su propio nombre, un seudónimo o cualquier otro, el efecto y la motivación son los mismos: una identificación y una presencia. Sin embargo, esos mismos efectos conllevan un problema: los participantes en un intercambio virtual a través de la red se verán más comprometidos mientras más consistentes sean con su modo de identificación ante los otros y si los actos que realizan en el espacio virtual son coherentes con sus creencias y sus actitudes. En la cuestión de la utilización del nombre, será más fuerte el compromiso mientras mayor sea la decisión de presentarse con su propio nombre, pues esto implicará que se hace responsable de su acto y de su modo de mostrarse ante otros. Por lo tanto, la disonancia cognitiva será mucho menor mientras más cercana sea la identidad asumida a la realidad misma del sujeto participante.

Ahora bien, una cosa es la selección del *nickname* y otra la expresión del cómo se ven en esa relación de imagen presentada vs. imagen propia. En la mayoría de los casos reconocen intentar mostrarse como son, pero reconocen también que esconden aspectos de ellos que no quieren dar a conocer a otros. La imagen de sí mismos en el momento de dar respuesta a la pregunta de cómo se muestran ellos en el ciberespacio toma una perspectiva impersonal: la distancia entre el yo que se presenta y el yo que se es, considerable desde el mismo uso de expresiones como “el joven que muestra Internet es...”, “el joven que entra en Internet...”. Es visible el hecho de que, siendo jóvenes, se muestran ajenos a lo que van a explicar. No es una expresión incluyente sino excluyente de esa relación de colectivo en el espacio virtual. Hay pues una disociación entre el “ser joven en la red” y el “ser joven” de los jóvenes entrevistados. El proceso de identificación con ese ser representado en la red no es completo.

Esta identificación es aún más compleja cuando se trata de hacer cara a otros jóvenes no colombianos. La posición de presencia y de no-marginalidad es visible en su modo de ser dentro del espacio virtual: ellos se sienten clasificados dentro de la red, se saben colombianos y marcan la diferencia frente a otras nacionalidades. Pero esta identidad de localización es solo utilizada en espacios de participación globales, donde ellos dicen tener amigos en otras partes del mundo o interactuar con otros (mexicanos, canadienses, argentinos), con "gente de diferentes partes del mundo". Internamente funciona la identidad local: entre colombianos, se es *paisa, cachaco, llanero, opita, chocoano* o *pastuso*. La identidad local y regional está altamente enraizada. Por lo mismo, pesa una representación clara de Internet como un espacio de diversidad, de globalidad, de multiculturalidad que los mismos jóvenes explican en sus discursos.

En ese ambiente de globalidad, también aparece la representación de Internet como un medio de interacción con el mundo y con los otros. En esa misma línea de razonamiento, Internet es para la mayoría un medio y un *media*. Es decir, al mismo tiempo una alternativa de información y de comunicación, un canal de información y de comunicación y un medio masivo, así no sea del todo clara la diferenciación de "medio masivo" y el término "TIC" para la mayoría de los jóvenes consultados.

- La categoría "*media*" es una de las definiciones no evaluativas que la mayoría de los jóvenes dan de Internet. Puede hablarse entonces de una relación Internet-*media* como una relación estable que liga el objeto de representación que es Internet a un marco de referencia que son los medios de comunicación en Colombia, sin tomar en consideración las diferentes clasificaciones entre los medios de masas, los medios de información, los medios de comunicación colectiva, los medios de comunicación grupales y los medios de comunicación interpersonales o cualquier otro tipo de clasificación que pueda hacerse en esta distinción de conceptos.

- El concepto de “*media*” en esta definición genérica tan amplia sirve de guía para comprender Internet. Sin embargo, dado que la definición no permite representar a Internet como algo diferente a otros medios, los jóvenes consultados le anexan categorías y subcategorías diferentes. Dichas categorías tienen relación con los objetivos que hacen representable socialmente a Internet: las funciones de comunicación y de información que cumple, las responsabilidades que se le añaden como medio de comunicación y de información y las temáticas con las que se le relaciona para distinguirlo de otros “*medias*”: la información/comunicación global, la convergencia de utilización y de funciones vs. la convergencia de contenidos, la producción cultural gratuita vs. los costos y la relación liberalidad/control que en él se manejan.
- Esto motiva una representación adicional: la relación entre legalidad e ilegalidad de los contenidos de Internet y el asunto de la confianza, que es quizás clave para entender las prácticas sociales en Internet: se confía más en Internet que en medios como la radio, pero se desconfía de sus contenidos y de la saturación de información que en ella se presenta. Esto limita en muchos casos el acercamiento a la herramienta y un uso más profundo y participativo de ella, como veremos en las prácticas sociales en la red.

3.4 PRÁCTICAS SOCIALES: DIVERSIDAD Y CREATIVIDAD

Una práctica social es un sistema de acción socialmente estructurado e instituido en relación con unos roles sociales (FLAMENT, 2001: 43). Es decir, que podemos hablar de prácticas sociales comunicacionales cuando nos referimos a los sistemas de comportamiento social con respecto a los medios y a las tecnologías de información y de comunicación que son reconocidos por nuestra sociedad.

Reconocer las prácticas sociales frente a Internet permite considerar la relación entre unos comportamientos puntuales de cara a Internet y las posibles representaciones de este sistema de información y de comunicación. Todas las conductas puntuales actitud hñales deben (FLAMENT, 2001) ser tomadas como simplificaciones para comprender y explicar la experimentación y la racionalización que logran los jóvenes de sus prácticas cotidianas.

La mayoría de las prácticas que realizan los jóvenes en Internet han sido motivadas en sus inicios por agentes externos: la institución educativa, los amigos y, en algunos casos, la familia. Estos agentes les muestran las posibilidades de la web y los inducen a entrar en ella. Muchos de ellos tienen formación previa sobre Internet y sobre el computador porque han tomado cursos en sus respectivas instituciones educativas, pero muchos han aprendido por sus amigos, sus conocidos o por instructores "temporales" no siempre cercanos (pueden ser los encargados del cibercafé o del centro de cómputo: monitores, auxiliares, administradores que tienen las bases para su uso). La mayoría de los jóvenes universitarios aprendió a usar Internet con la ayuda de un conocido o familiar. Algunos afirman incluso que aprendieron con sus hermanos menores o simplemente, "*cacharreando*" el aparato.

El *cacharreo* permite que los jóvenes descubran de manera autodidáctica las alternativas que ofrece esta TIC al intercambiar experiencias subjetivas que enriquecen los procedimientos de uso, lo que se convierte en una motivación para la socialización en el campo real, so pretexto del trabajo en el espacio virtual: con el pretexto de entrar al mundo virtual que ofrece la Internet, se trazan relaciones en el mundo físico para compartir experiencias y conocimientos, trucos y secretos sobre el manejo de la red. Ciertos jóvenes aprenden así estrategias y tácticas de utilización eficaces en los lugares públicos de utilización como sucede en los centros informáticos, las bibliotecas o los cibercafé donde es posible

pedirle al vecino de computador qué se tiene qué hacer o cómo encontrar un tema determinado.

Sin embargo, no todos osan preguntar a desconocidos y en consecuencia recurren a sus amigos “expertos”. De hecho, asisten a los lugares de conexión por hora, a cibercafés o a centro informáticos con su barra de amigos y, en muchas ocasiones, se puede ver que hay hasta tres o cuatro personas utilizando una misma terminal en grupo. Esto se puede ver en los cibercafés de los centros de las ciudades, donde los más jóvenes y las niñas tienen la costumbre de ir acompañados (con su novio, una amiga o con el grupo de amigos o amigas de confianza).

Cabe aclarar que el uso de Internet no se restringe solo a los sitios públicos. Como ya se dijo, la mayoría de los usuarios jóvenes utiliza Internet desde su hogar y, en muchos casos, desde su propia habitación. Para ello acceden a las compañías telefónicas más fuertes en este tipo de servicios y a compañías de cable que ofrecen servicios de fibra óptica y, entre ellos, la banda ancha para el uso de Internet. No obstante, también hay muchos usuarios que se conectan a partir de Internet prepagado.

En ese sentido, las prácticas sociales de los jóvenes colombianos no distan de aquellos de otros países. Tampoco es muy diferente en cuanto a los servicios más utilizados y las rutinas de uso más comunes. En efecto, se puede notar la fuerte utilización de correos electrónicos y mensajería inmediata de libre acceso de las grandes multinacionales como *Hotmail* (37%), *Yahoo* (33%) y, en porcentajes mejores, *Latinmail*, *Universia*, *Starmedia*, *Uol*, *Oal*, *Aol* et *correo remoto* (Servicio gratuito temporal que ofrecen las compañías telefónicas). En la mayoría de los casos, se utiliza más de un correo y, por tanto, más de una dirección electrónica. A estas se le suman en muchos casos las cuentas que poseen los universitarios gracias a los servicios de su institución educativa. Por lo demás, no solo las compañías de telecomunicaciones sino muchas organizaciones

gubernamentales y no gubernamentales ofrecen servicios de correo gratuito temporal para sus usuarios, lo que permite un fácil acceso a este tipo de servicios.

Con respecto a las rutinas, los jóvenes interrogados reconocen que establecen una rutina fija en su conexión y utilización de Internet y, generalmente, el trayecto comienza con la revisión del correo electrónico y de su o sus cuentas (hay algunos que aseguran tener hasta cuatro y cinco cuentas distintas de correo, gracias a distintos servidores de tipo público). Después de consultar los correos, la mayoría dice ir directamente hacia lo que busca: o una página en particular o un buscador conocido que les permita la búsqueda por temáticas. Según las encuestas realizadas, los sistemas buscadores más utilizados son en su orden: *Altavista*, *Google*, *interactions*, *Msn*, *Latam* y en pocos casos, *Lycos*. En los historiales de los cibercafés esto es verificable con facilidad, pero se pueden además añadir buscadores más locales como *La lupa.com*, *La guía 2000.com*, *La Brujula.com*, *Kiosco.net* o *Tecnópolis.com*.

Muchos jóvenes consultados en la encuesta y en las entrevistas, dicen que su principal razón de uso de Internet, aparte de revisar el correo y de buscar información académica –lo que resulta lógico por tratarse de universitarios–, es el intercambio en salas de conversación. Las visitas y observaciones en los cibercafés confirman el abundante uso del *chat* y del *Messenger* como parte de la rutina de uso de la Red. No obstante, la mayoría de los entrevistados en los grupos afirman desconfiar del *chat* por los riesgos que este a veces supone en los procesos de interacción virtual. Confían mucho más en el *messenger* por las protecciones y la selectividad de usuarios que ofrece.

Se afirma inclusive que el *chat* sirve para relaciones cortas, para “levantes”, para intercambios “sin compromisos reales”; en suma, para encuentros pasajeros y aventuras. Mientras que el *messenger* permite una relación más cercana, más privada, más parecida al

contacto interpersonal del mundo real y físico. El *chat* les permite conocer a otros, pero solo después de entrar en confianza y de repetir los encuentros de conversaciones en salas públicas, se pasa a dar el correo electrónico para escribirse o entablar una conversación en salas privadas.

Comparativamente hablando, no hay muchas diferencias en las prácticas de nuestros jóvenes usuarios y los de otros países: consulta del correo (para el 78% de los hombres y 59% de las mujeres), *messenger* y otras salas de conversación privadas (77% de los hombres y el 59% de las mujeres), la utilización del *chat* (68% de los hombres y 44% de las mujeres) y las descargas de archivos. Otros usos posibles en orden decreciente son: actualización de páginas personales (43% de los hombres y 19% de las mujeres), actualización de programas (36% de los hombres y 11% de las mujeres), la navegación sobre la web (29% de los hombres y 14% de las mujeres) y el uso de buscadores especializados (21% de los hombres y 17% de las mujeres).

Tampoco es de extrañar que los usos más frecuentes de la Internet en Colombia se hagan en horas pico y en la noche. Esto tiene seguramente relación con las rutinas de la vida diaria de estos usuarios consultados. En contraste con prácticas comunicacionales frente a otras tecnologías, hay que volver al tema de la televisión. Los consultados afirman que pasan entre tres y cuatro horas frente al televisor diariamente durante la semana y que en los fines de semana este tiempo suele duplicarse. Internet entra en riña con la televisión en cuanto a frecuencia, como ya lo dijimos antes: se pasan entre dos y tres horas diarias en Internet, y en los fines de semana, se pueden pasar hasta días completos. Y la razón principal de este uso es "gomosear", entretenerse, pasar el tiempo navegando en Internet.

Un punto interesante de tratar es la conciencia crítica que han logrado muchos jóvenes colombianos frente a la selectividad de

contenidos y de páginas en Internet. Son conscientes de las posibilidades que les abre Internet para situarse en el mundo a partir de redes de contactos y de grupos (por ahora, no hay muchas comunidades). Sin embargo, su participación es reducida y hay cierta reticencia frente a la interacción virtual para la creación de comunidades de práctica. Pocos afirman pertenecer a comunidades o a grupos enteramente virtuales. A pesar de ello, se mantiene la idea de la conexión con el resto del mundo por medio de sitios de interés particular.

Todavía hay jóvenes que se muestran reacios a intercambiar su correo electrónico con otros. En algunos casos dicen dar más fácilmente el teléfono (“porque casi nunca estoy”) que la dirección electrónica o el número del celular. No obstante, son grandes usuarios de las salas de conversación aunque desconfíen de ellas. El resultado es paradójico: por un lado, según lo que ellos mismos expresan, desconfían de estos espacios precisamente por las inmensas posibilidades del disfraz y la mentira. Pero, por otro lado, la alternativa de crear una relación emocional intensa y extrema (en el sentido de aventura, de riesgo, de situación límite) los lleva al uso de salas de conversación en donde ellos puedan controlar la participación sea entrando o sea saliendo de la sala, sin haberse mostrado completamente a ellos mismos.

Vale la pena resaltar como un aspecto diferente a lo que se da en otros países, la creatividad de las prácticas sociales nacientes que se alcanzan a percibir: los intercambios de tareas escolares o académicas y los contactos con extranjeros a partir del *messenger*, los trabajos en grupo donde cada uno de los miembros del grupo hace una parte y un encargado debe luego organizarlas virtualmente e imprimirlas o llevarlas al día siguiente, el trabajo colaborativo por tareas, el *multitasking* (no solo en el mismo uso del computador, sino con respecto al uso de otros equipos y tecnologías domésticas), la capacidad de re-creación a partir de las copias de textos, imágenes y programas, las capacidades de *descriptaje* y de creación de chistes

y mensajes en cadena y los cambios en el lenguaje de los pequeños grupos, así como el uso de nuevos sistemas de abreviación de las palabras para las conversaciones rápidas y el envío de mensajes por SMS desde el computador.

Todo esto nos muestra la pertinencia de las afirmaciones de autores como Bernard Miège y Jacques Rouault en el texto *"Aproximaciones y fundamentos"* (ROUAULT, J. y MIEGE, B. 2003:73-102): *"La comunicación hombre-máquina sea que ponga el acento sobre la lengua como vector de las relaciones o sea que lo ponga en la interacción interindividual, hace el impase sobre toda una serie de determinaciones sociales esenciales que entrañan lo que es preciso mantener como eje decisivo para el conocimiento"*. En ese sentido proponen tres cuestiones que es preciso trazar para comprender mejor lo anterior:

- La individualización de las prácticas comunicativas e informacionales.
- La modelización de las prácticas frente a sus límites
- La yuxtaposición entre la existencia de multimedias y la existencia de modos múltiples de comunicación (textos escritos, imágenes fijas, titulares, gráficas y eventualmente sonido) para soportar estos tipos de comunicación.

En nuestro caso particular, vemos las suficientes señales para afirmar que estas relaciones hombre-máquina y persona-persona de tipo mediatizado toman relevancia en nuestro país. En efecto, la tendencia a la individualización es constatable en el tipo de espacios de uso para las prácticas sociales de información y de comunicación (la habitación), en el tipo de accesorios utilizados (manos libres, diademas de intercomunicación, audífonos, terminales móviles personales y personalizadas) y en las formas de aprendizaje para el uso de las tecnologías (aprendizajes autónomos y autodidactas

en muchos casos). Igualmente, una cierta informalidad de la lengua (MIÈGE, 2004: 59-66) se empieza a gestar entre los jóvenes usuarios de la Internet.

Podemos entonces confirmar un aumento de este tipo de interactividad humana (la virtual) en este nuevo ambiente para el entretenimiento, la información y la educación de los jóvenes. Y se trata de diversión y de recreación así como de información y producción de conocimiento puesto que se comienzan a ver rasgos justamente de esto mismo: un uso diferente del tiempo que posee simultáneamente trazos de lo re-creativo (la re-producción y producción de contenidos) y de la interacción –ya no pasiva sino activa– en los procesos de mediatización de las relaciones humanas. Insistimos, sin embargo, que el grado de colaboración entre los individuos con miras a la producción simbólica más compleja (grupos de interés, trabajo colectivo-colaborativo en red, entre otras alternativas) es todavía débil y los usuarios no toman parte totalmente de la red. Hacen parte, pero el nivel de participación y de interacción interindividual no alcanza aún el rango de ese “tomar parte” que conllevan las comunidades de práctica y un verdadero proceso de socialización.

3.5 CONCLUSIONES

Las principales conclusiones de este trabajo de investigación cualitativo-interpretativo se resumen en las siguientes ideas clave:

- Internet en Colombia se concibe como medio, media, sistema y tecnología de información y de comunicación. Su carácter híbrido abre expectativas de utilización diferentes a las que tienen en mente los jóvenes con respecto a los medios masivos y a las TIC tradicionales. El hecho de ser entendido como medio de comunicación facilita la representación de una posible herramienta para socializar, entablar relaciones, conocer nuevos contactos, ampliar el panorama de lo conocido

en términos de lo espacial (incluso si ese concepto de conocer resta todavía en el campo virtual). A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece la característica de hacer multimediáticas las comunicaciones y, por tanto, da la impresión de un “mayor” conocimiento del otro, de quién es, de su imagen, su voz, su palabra. Además, como diría una de las entrevistadas, *“es una ventana al mundo”*, lo que permite sentirse parte de un entorno social cada vez más amplio a pesar de que el contacto físico no siempre se conciba como elemento necesario para una mejor relación con los otros.

- Internet se ha convertido en una tecnología de información y de comunicación necesaria para la vida cotidiana de los jóvenes, para sus actividades diarias y para su estilo de vida. Para muchos es difícil, si no imposible, relacionarse con su mundo sin la Internet. Ya no es lo mismo la realidad sin esta opción de conocimiento, de información, de recreación, de interacción con otros y con el mundo. Internet ha dejado de ser para muchos un medio para ser una extensión de sí mismos, de sus gustos, de sus preferencias informativas, de sus modos de expresión de la identidad personal y grupal. Para algunos, Internet no solo es una alternativa, sino un elemento básico para las prácticas sociales, sea desde el computador personal o desde el teléfono móvil de última generación.
- Desde la mirada sobre las prácticas sociales y las representaciones sociales de Internet, puede afirmarse que puede servir como alternativa para procesos de socialización de diferentes tipos y en distintas dimensiones humanas, pero aún no se definen formalmente estas funciones en lo que muestran dichas prácticas de los jóvenes usuarios. Todavía no es posible hablar, por ejemplo, de comunidades virtuales en un sentido completo del término (no únicamente en el sentido técnico, pues en ese caso, sí existen ya bastantes en la red de acceso

para los colombianos), puesto que no hay construcción colectiva o producción simbólica suficiente para que se pase de una comunidad de nombre a una comunidad de práctica.

- Internet promueve la socialización, pero lo que la población de usuarios más claro nos hace notar es que aún no estamos preparados para adentrarnos en él, para usarlo de manera participativa y colaborativa, por lo que todavía son limitados los procesos de socialización que en este sistema se logran efectuar.
- El reto de pasar de una red de receptores a una red de trabajo, de creación, de producción colectiva; de las identidades grupales representadas a las identidades grupales construidas por la participación del grupo es algo que apenas comienza...

3.6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHANBAT, P. Usages des technologies de l'information et de la Communication (TIC): évolution des problématiques. En: Technologies de l'Information et Société, Vol. 6, # 3. p. 249 -270, 1994.
- COSTA, O. ; PEREZ, J. M. ET TROPEA, F. Tribus urbanas. Madrid: Paidós, 1997.
- CUBIDES, H., LAVERDE, M. ET VALDERRAMA, C. (Directores). Viviendo a toda. Jóvenes, territorios y nuevas identidades. Departamento de Investigación de la Fundación Universidad Central- Santafé de Bogotá: Siglo del Hombre, 1998.
- GALLAND, O. Sociologie de la jeunesse. Paris: Ed. Armand Colin, 1991.
- JAVEAU, C. La socialisation du monde informatique : la rencontre jeunes enfants-ordinateurs dans la vie quotidienne. En: GRAS, Alain ; JOERGES, Bernward et SCARDIGLI, Victor. Sociologie des techniques de la vie quotidienne. Paris : L'Harmattan. p. 61-67, 1992.
- MOLINER, P. (Dir). La dynamique des représentations sociales. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2001.

MOLIINER P. ; RAREAY, P. ; COHEN-SCALI, V. Les Représentations sociales. Pratiques des études de terrain. Rennes: Presses Universitaires de Rennes. Collection Didact. de Psychologie Sociale, 2002.

REGUILLO CRUZ, R. Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Santafé de Bogotá: Editorial Norma, 2000.

CAPÍTULO 4

LA JUVENTUD

EN LA TRANSFORMACIÓN DE MEDELLÍN

2004-2007

*Alcaldía de Medellín
Secretaría de Cultura Ciudadana
Subsecretaría Metrojuventud**

INTRODUCCIÓN

Medellín en 1991, por sus cifras de homicidios, era la ciudad más violenta del planeta. Los jóvenes eran el grupo de edad más afectado como víctimas y el más estigmatizado como victimarios, especialmente para algunas zonas de la ciudad, bajo el calificativo de sicarios. Y aunque a partir de esa fecha las cifras disminuyen, la sensación de la ciudad frente al tema de juventud seguía siendo sinónimo de zozobra y miedo.

En el 2004 la ciudad contaba con 550.000 jóvenes entre 14 y 26 años. Los jóvenes de estratos 1, 2 y 3 se encontraban con condiciones precarias de acceso a la educación, al empleo y la salud; con insuficiente formación, capacidades e información sobre el mercado laboral.

En correspondencia con esta problemática y con un marco estratégico de actuación como lo es la Política Pública de Juventud y Plan Estratégico de Desarrollo Juvenil, se formula *el Plan de*

* Este capítulo hace parte del *Balance de la Oferta para la Población Juvenil: "La juventud en la transformación de Medellín 2004-2007"*, realizado con las entidades de la administración municipal de Medellín que desarrollan programas con jóvenes.

Desarrollo 2004-2007 Medellín compromiso de toda la ciudadanía, con el cual, la Administración Municipal se compromete con la Política Pública de Juventud de Medellín, que da respuesta a la pregunta por el mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de la población juvenil.

Se evidencia un aumento de la oferta institucional donde se han desarrollado en este cuatrienio 98 programas y proyectos dirigidos a la juventud, que representan una inversión de medio billón de pesos (\$500.000.000.000), para atender una población actual de 587.701 jóvenes (según la Encuesta de Calidad de Vida 2006).

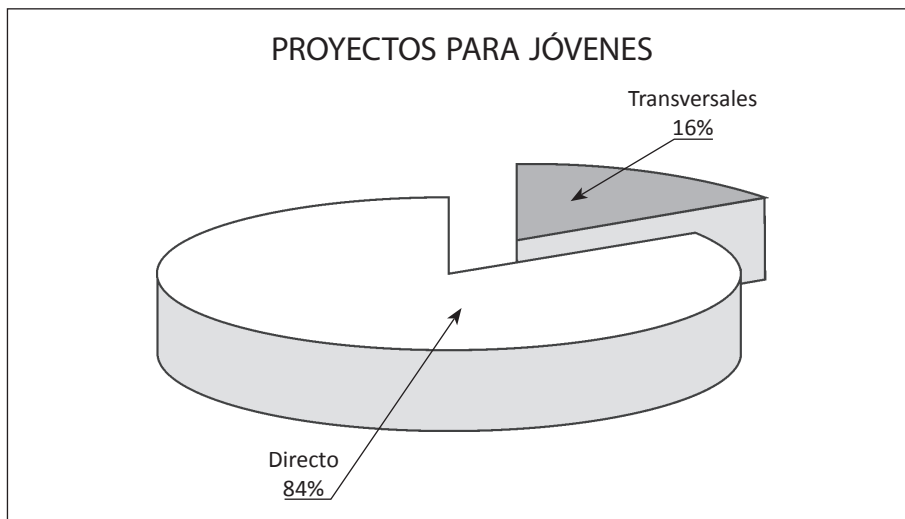
Número de proyectos por dependencia

<i>Dependencia</i>	<i>N° de proyectos</i>
ITM	11
Secretaría de Desarrollo Social	7
Secretaría de Tránsito	3
Contraloría	1
Secretaría de Bienestar Social	6
Secretaría de Gobierno	5
INDER	5
Metroparques	2
Personería	1
Servicios Administrativos - Prácticas de excelencia	1
Despacho de la Primera Mujer	3
Secretaría de Educación	15
Secretaría de Medio Ambiente	8
Secretaría de Salud	16

<i>Dependencia</i>	<i>N° de proyectos</i>
Telemedellín	5
Secretaría de Cultura Ciudadana	7
Planeación	2
Total	98

FUENTE: Alcaldía de Medellín

La voluntad política con la población juvenil se evidencia no solo en el presupuesto asignado, sino en el número de programas y proyectos, donde se identifican 71 acciones directas para la juventud con una inversión superior a los \$420 mil millones de pesos, y 27 acciones transversales con una inversión de \$80 mil millones. Esto permite crear las oportunidades que dignifiquen a los jóvenes a través de procesos de desarrollo humano desde la educación, la salud, la cultura, el emprendimiento empresarial, la innovación y la participación social, entre otros, para alcanzar mejores condiciones de vida.



FUENTE: Alcaldía de Medellín

4.1 ENFOQUE DE ACTUACIÓN

El enfoque INTEGRAL es la forma bajo la cual han actuado las distintas dependencias, para el manejo de sus propios proyectos y procesos, basando su actuación en la coordinación, complementariedad de metodologías y conceptos de actuación, articulación entre las entidades municipales, y garantizando la calidad y el aumento de cobertura(s), para mejorar las condiciones y calidad de vida de la juventud.

Para comprender cómo se ha ido construyendo este enfoque integral, hay que partir de la forma como las instancias han abordado la población juvenil y han definido las actuaciones desde los programas y proyectos, identificando explícita o implícitamente la objetivación de la práctica y las maneras de concebir y explicar el mundo juvenil, enfatizando la mirada en una(s) dimensión(es) específica(s) de los jóvenes, foco que a su vez delimita el privilegio sobre ciertos aspectos respecto a otros, y define los procesos metodológicos y las relaciones que se establecen con los jóvenes.

- Enfoque asistencial
- Enfoque pedagógico
- Enfoque socio-económico
- Enfoque de derechos
- Enfoque de culturas juveniles

El *enfoque asistencial* que privilegia la mirada sobre las condiciones y la situación de vulnerabilidad y riesgo social del joven, orientando su intervención hacia propiciar su inclusión social, mediante acciones formativas y la suplencia de necesidades básicas insatisfechas.

El *enfoque pedagógico*, que incluye acciones de carácter preventivo, promocional y formativo, orientado fundamentalmente

al acompañamiento de los jóvenes en el tránsito hacia la vida adulta y la autonomía.

El *enfoque de desarrollo socioeconómico* que privilegia la perspectiva funcional del joven en tanto actor estratégico para el desarrollo, que tiene las capacidades y condiciones para asimilar los rápidos cambios tecnológicos en función de la producción.

El *enfoque de derechos*, que reconoce a los jóvenes como actores sociales estratégicos para el ejercicio de la ciudadanía y las transformaciones sociales coherentes con las nuevas formas de hacer y concebir lo político y el ejercicio, defensa y garantía de los derechos económicos, sociales, políticos, ambientales y culturales. Este enfoque propende por el empoderamiento y la participación juvenil en los diferentes espacios de la escena pública, de modo que incidan sobre las decisiones que los afectan como sector poblacional y como ciudadanos.

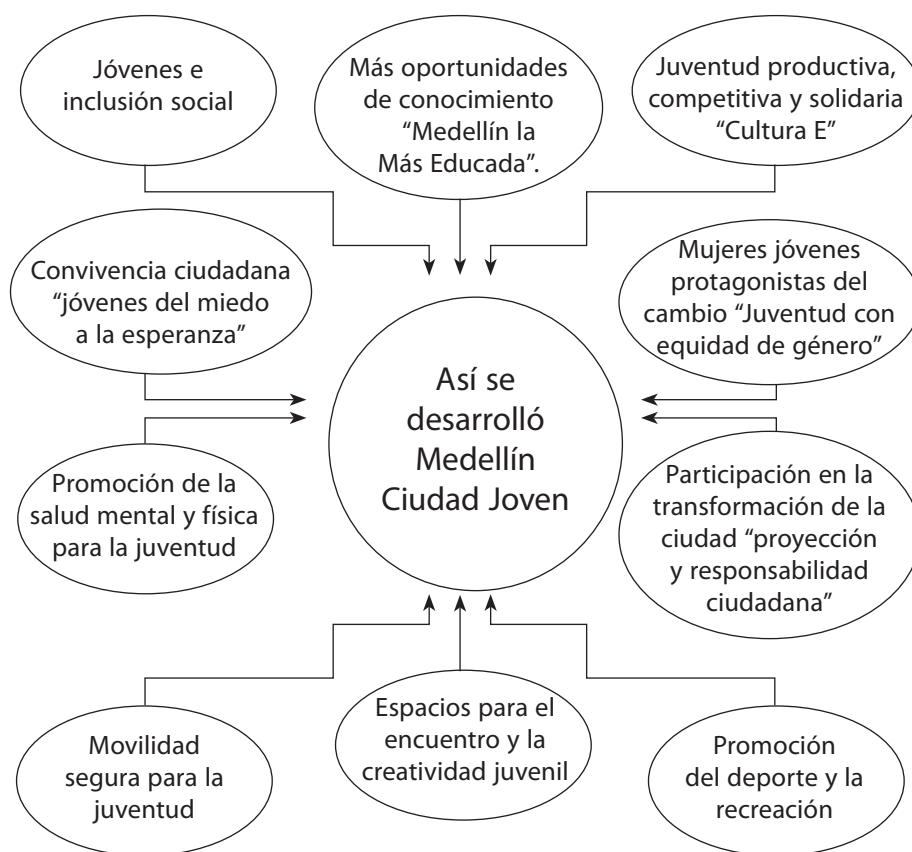
El *enfoque de culturas juveniles*, que reivindica las múltiples expresiones culturales, artísticas y estéticas que por las que se opta como forma de construcción de la identidad, expresión juvenil, disfrute y defensa de la moratoria social.

Es de resaltar que en este cuatrienio las instancias municipales han transformado ostensiblemente la intervención con la población juvenil, pasar de imaginarios de jóvenes problema, a una visión positiva y proactiva de esta población expresada en proyectos y programas desarrollados, en los cuales el personaje principal es el joven que plantea reflexiones y principios éticos para el juego limpio. Igualmente se expresa el interés por visibilizar a la población juvenil por la capacidad creadora y transformadora, posibilitando su participación desde la afirmación e inclusión de la diversidad juvenil y el reconocimiento del compromiso ciudadano de la juventud.

No obstante, es necesario aumentar de manera explícita las acciones que permitan la transformación de las apuestas para

cambiar las representaciones sociales tradicionales de la juventud, a partir de encuentros intergeneracionales, como espacios de concertación y construcción de convivencia.

A continuación se presenta el gráfico que interpreta la actuación de la Administración Municipal durante el cuatrienio 2004-2007.



FUENTE: Plan de Desarrollo de Medellín, 2004-2007

4.2 CRITERIOS DE ACTUACION

Para responder a la realidad juvenil actual, la Administración Municipal ejecutó proyectos y programas basados en intervencio-

nes que hacen efectiva y exitosa la relación Gobierno municipal, juventud y contextos, en este cuatrienio:

1. **Comprensión de la población juvenil y su diversidad:** Se hace énfasis en la necesidad de hacer un trabajo profundo con perspectiva de género, valorando a la mujer joven como protagonista de la transformación de Medellín. Ejemplo de estas acciones es el Concurso de Mujeres Talento, con una inversión mayor a los seiscientos millones de pesos (\$600.000.000) para proyectos sociales que benefician a las comunidades de estas jóvenes.

Se educa y sensibiliza a la ciudad sobre las distintas opciones sexuales que se hacen más visibles en la juventud, exigiendo de la Administración, inversión de recursos en proyectos de salud sexual y reproductiva como SOL Y LUNA desarrollado por la Secretaría de Salud, o las campañas de diversidad sexual implementadas por la Secretaría de Cultura Ciudadana.

De igual manera, se fortalecieron los proyectos con la población joven afrodescendiente e indígena, que buscaron incidir en la inclusión de estas personas a la oferta institucional de servicios. Acciones que se ejecutaron con recursos de Presupuesto Participativo y las asignaciones directas por parte de Desarrollo Social y Cultura Ciudadana.

2. **Articulación de los actores que trabajan con juventud:** bajo el concepto de la corresponsabilidad, la Alcaldía fue consciente del trabajo a realizar entre las instancias municipales y los sectores empresarial y social, lo que ha posibilitado el mejoramiento de la oferta de servicios y el aumento de la confianza hacia el Estado por el trabajo conjunto y transparente en el manejo de recursos y distribución de responsabilidades, incidiendo ostensiblemente en el fortaleciendo de la institucionalidad pública y privada para visibilizar su actuación.

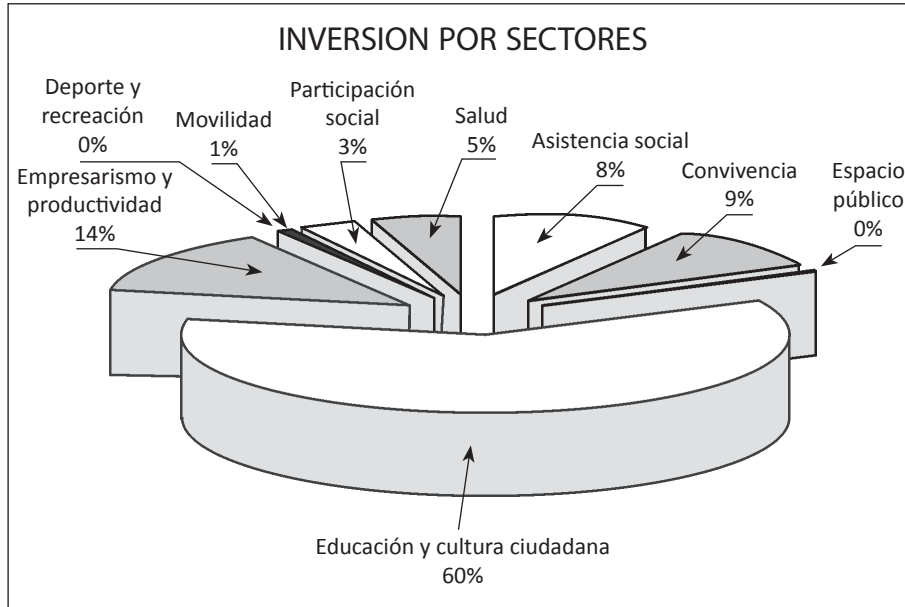
Es el caso de la *Fundación Fraternidad Medellín* que dona los recursos para la compra del Colegio San José de La Salle por más \$32 mil millones, hito en la inversión en educación durante este cuatrienio; de igual forma cabe destacar las alianzas realizadas entre el sector educativo y el empresarial de la ciudad, para la formación e inserción laboral de los y las jóvenes, situación que se evidencia en programas como Jóvenes Aprendices y Jóvenes con Futuro, ambos con una cobertura que supera los 17.000 beneficiarios.

3. **Desarrollo de acciones estratégicas para mejorar las condiciones y calidad de vida de la población juvenil:**

los distintos programas y proyectos se han agrupado en unas estrategias de actuación que permiten identificar el impacto que se ha dado en intervención con jóvenes lo que permitió actuar desde una concepción de complementariedad, articulación y calidad que garantizó la efectividad de la actuación.

- Educación y cultura ciudadana
- Salud
- Movilidad
- Deporte y recreación
- Emprendimiento
- Convivencia
- Inserción laboral
- Asistencia social
- Participación social
- Espacio público

La distribución de los proyectos de acuerdo con las acciones estratégicas da cuenta de una alta inversión social que tiene hoy la ciudad para la población juvenil.



La gráfica anterior permite identificar la coherencia entre lo estipulado en el Plan de Desarrollo 2004-2007, donde el énfasis para la transformación de Medellín se centró en hacerla una ciudad *joven y más educada*, es decir, centrar los proyectos y programas hacia la construcción del tejido social, donde lo educativo y lo cultural se convierten en los catalizadores entre las políticas de la Alcaldía y las necesidades de la población de la ciudad, en especial la juvenil, como sujetos de derechos y deberes, como actores políticos protagonistas de la transformación.

4. **Asumir la política pública municipal de juventud como un mecanismo de gestión y no como un formalismo normativo**, es decir, no se utiliza como pretexto para aparentar interés en la juventud, sino como un marco orientador de la actuación de la Administración municipal para el desarrollo de acciones con juventud; esto permitió responder con efectividad a la desigualdad y a la violencia con acciones contundentes de

educación y cultura ciudadana, convivencia, asistencia social, emprendimiento y educación para el trabajo y el desarrollo humano con énfasis en la inserción laboral por un monto de \$423.970.633.879, que equivalen al 82% de la inversión en juventud.

4.3 RESULTADOS OBTENIDOS EN EL TRABAJO CON LA JUVENTUD DE MEDELLÍN EN EL CUATRIENIO CON EL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2004-2007

4.3.1 Una juventud con más oportunidades, que se llena de esperanza

El Plan de Desarrollo 2004-2007 *Medellín Compromiso de toda la ciudadanía*, con sus cinco líneas estratégicas, contempló el desarrollo de programas y proyectos articulados que permitieran actuar con y para la población juvenil, *afirmando positivamente* sus actuaciones, e incidiendo ostensiblemente en el cambio del imaginario negativo que se tejía sobre la juventud hasta los inicios del 2004. Ahora podemos afirmar que se ha pasado del miedo a la esperanza en la relación con los jóvenes y las jóvenes.

Esto se logró en la medida en que las y los jóvenes participaron en la toma de las decisiones que les afectan, al beneficiarse del incremento de la oferta de programas y proyectos para la población juvenil, al cualificarse con las opciones de educación formal y con los programas de emprendimiento empresarial, inserción laboral, cultura ciudadana y reinsertados. Como consecuencia, los índices de violencia y de muertes violentas disminuyeron en la ciudad, en especial los indicadores que se refieren a la población juvenil.

Medellín como ciudad joven, se ha llenado de esperanzas para enfrentar las dificultades a partir de la construcción de oportunidades para los y las jóvenes, con acciones que conciertan los distintos sectores sociales de la ciudad.

4.3.2 Mayores oportunidades para incorporarse a la sociedad del conocimiento. “Medellín la más educada”

Para hacer de Medellín, “La más educada”, aplicamos una fórmula sencilla y contundente: disminuir la violencia y con cada disminución que se hace, de la mano de la educación entendida en un sentido amplio, convertirla, inmediatamente, en oportunidades para quienes han estado al margen de los procesos de desarrollo.

A continuación se presentan unos hitos del sector educativo que dan cuenta del compromiso que se tiene para que los y las jóvenes accedan a este derecho y sean actores de la transformación de la ciudad:

1. Mejores colegios: programa que contó con la construcción de diez nuevos colegios, realización de adecuaciones y mejoramientos en la infraestructura a más de cien instituciones educativas, acciones que contaron con una inversión de \$185 mil ochocientos millones de pesos, beneficiando a 139 mil estudiantes de Medellín. Además, se realizaron las Olimpiadas del conocimiento, estrategia que permitió la cualificación educativa de los colegios, las cuales contaron con un presupuesto de \$1.052.759.849 y con una cobertura de 26.125 estudiantes.
2. Asignación de recursos educativos que benefician a 78.136 jóvenes que estaban por fuera de la cobertura escolar, con una inversión de \$38 mil doscientos millones de pesos; igualmente se destinaron \$11 mil doscientos millones de pesos para el pago del 90% del costo de la matrícula de 300 mil jóvenes de Medellín, esto se logra con el programa NADIE POR FUERA, desarrollado por la Secretaría de Educación.
3. La inversión que se ha realizado mediante el programa de planeación y presupuesto participativo, donde la comunidad

ha priorizado iniciativas para facilitar el acceso a la educación superior de 950 jóvenes con una inversión que supera \$6.900 millones de pesos.

4. Proyecto UNIRES Atención psicológica a estudiantes, en las modalidades de intervención en crisis, asesoría y psicoterapia en instituciones Educativas y tiquete estudiantil, inversión por \$1.400.000.000 con una cobertura de 18.300 jóvenes.
5. Tiquete estudiantil, proyecto que permitió y facilitó la movilidad entre la vivienda y el lugar de estudio de más de 122.000 jóvenes de estratos 1, 2 y 3, de bachillerato y universitarios.
6. Evitar la deserción escolar de los y las jóvenes que están en riesgo de abandonar los estudios por problemas de sostenimiento, iniciativa en la que se han invertido \$925 mil millones de pesos y que beneficia a 1.850 jóvenes de estratos 1, 2 y 3.
7. Aumento de la oferta de educación superior del Municipio de Medellín con la incorporación del Colegio Mayor y el Pascual Bravo como instituciones de educación superior Municipales.

4.3.3 Jóvenes que participan en la transformación de la ciudad

Estos son algunos ejemplos que reflejan el carácter participativo de la intervención con las poblaciones, en este caso, la juventud.

1. Apoyo y acompañamiento a 196 clubes juveniles, 22 de los cuales agrupan población en condición de desplazamiento.
2. Se ejecutó el proceso de elecciones del Consejo Municipal de Juventud con la participación de 103 candidatos y candidatas y 19 mil votantes, implementándose con éxito el voto electrónico, además de contar con la memoria metodológica de estas elecciones, elementos que permiten la consolidación de un censo electoral con 48.000 jóvenes, disponible para las próximas elecciones del CMJ.

3. Discusión y aprobación de los acuerdos municipales para la implementación del Plan Estratégico de Desarrollo Juvenil, Altavoz y Semana de la Juventud.
4. Celebración durante el cuatrienio del Día de la Juventud, con actividades barriales y encuentros juveniles. Además, se apoyó el Seminario de Comunicación Juvenil, y se realizaron eventos académicos como: el balance de los diez años de la Ley de Juventud, y también de la política pública municipal de juventud con la participación de 700 representantes de entidades públicas y privadas que trabajan con juventud en Medellín.
5. Implementación en el cuatrienio de la estrategia de presupuesto participativo, que ha beneficiado a 5.200 jóvenes de las 16 comunas y 5 corregimientos, y contó con una inversión de \$6 mil ochocientos millones de pesos. De igual forma, se implementó la prueba piloto del presupuesto participativo joven en las comunas 6 y 13 como estrategia de formación y reflexión de los y las jóvenes sobre su incidencia en la planeación y el presupuesto de la ciudad.
6. Realización de 3 tomas juveniles de los parques biblioteca (San Javier, La Ladera y la Quintana) para promover el intercambio y la generación de sentido de pertenencia por parte de los y las jóvenes hacia estos nuevos espacios para el encuentro ciudadano.
7. Se implementaron los semilleros para la participación juvenil e infantil con 90 jóvenes de 8 comunas, los cuales se cualificaron en procesos de liderazgo social, con una inversión de \$324 millones de pesos.
8. Promoción del deporte y recreación. Los jóvenes acceden al deporte y la recreación como derechos fundamentales a través de programas como escuelas populares del deporte, Recrea tus derechos, Adopta un Parque, Medellín en Movimiento, Promoción

y Apoyo al Deporte Educativo, Comunitario y Asociado. Beneficiarios directos: 64.826. Inversión total: \$18.078.641.000 millones de pesos.

9. La educación ambiental se desarrolló a través del trabajo con comunidades. El fortalecimiento de procesos ambientales con participación juvenil contribuyó en hacer de Medellín una ciudad más viable ambientalmente: manejo de cerros tutelares, adopción de mascotas, fortalecimiento de grupos ambientales, manejo de residuos sólidos, 27.082 beneficiarios y con una inversión total de \$1.413.390.312.

4.4 LA JUVENTUD SE VISIBILIZA POSITIVAMENTE

En este cuatrienio se han realizado eventos y programas que permiten la proyección de los y las jóvenes hacia la ciudad, el departamento y el mundo, con la realización de festivales y encuentros, y proyectos de formación artística, que permiten mostrar la cara de esperanza de la ciudad a través de la expresión de la juventud.

1. Realización de cuatro festivales de ALTA VOZ con la participación de más de 246.600 jóvenes, con una inversión de \$2.609.000.000, cuyo objetivo ha sido propiciar un espacio para promover la configuración de un movimiento cultural en torno a las expresiones artísticas como la música, el teatro, la fotografía y la literatura, utilizando prácticas y lenguajes de los y las jóvenes como dispositivos para la construcción de convivencia y ciudadanía.
2. Cerca de 4.000 jóvenes participaron de las redes culturales de la ciudad en temáticas como teatro, danza, música y literatura, espacios para aumentar la oferta cultural y las posibilidades de proyección artística de los y las jóvenes. Este proceso contó con una inversión de \$14 mil novecientos millones.
3. Encuentro Mundial de Scouts en el 2007, donde jóvenes de distintas partes del mundo y Colombia compartieron visiones

y experiencias, y se convirtieron en embajadores de la nueva cara de Medellín.

4. La Alcaldía de Medellín, a través de Telemedellín, invirtió durante el cuatrienio \$2.500 millones, orientados a la realización de cuatro programas juveniles para la formación y promoción de distintas expresiones culturales juveniles incidiendo en la transformación del imaginario sobre la juventud en la ciudad.

4.5 UNA CIUDAD QUE INCLUYE A LA JUVENTUD

Una apuesta central fue identificar las poblaciones juveniles en más alto riesgo, que por la desigualdad social y por problemas de la violencia fueron excluidas del ejercicio de sus derechos; esto promovió el desarrollo de estrategias de atención que permitieran pagar esa deuda social con los y las jóvenes menos favorecidos.

Para incidir en la disminución de la violencia en la ciudad, se crean acciones integrales para la población reinsertada, que permitan un trabajo de incorporación a la vida legal:

1. Paz y reconciliación, programa que permite que 1.509 jóvenes se inserten a la vida legal y accedan a procesos de formación y resocialización. Proyecto en el que se han invertido más de \$9.700 millones.
2. Jóvenes con Futuro ha permitido la formación y acompañamiento en la inserción laboral de 12.000 jóvenes de estratos 1, 2 y 3. Este programa contó con una inversión que asciende a \$25.040.312.368.
3. Jóvenes aprendices. La confianza del sector privado en los programas y proyectos para la población juvenil ha posibilitado que más jóvenes se vinculen a prácticas educativas y laborales de calidad. \$19.000 millones para cubrir a 5.000 jóvenes.

4.5.1 Una juventud más productiva, competitiva y solidaria “cultura e”

Medellín viene atendiendo los nuevos retos que en materia de innovación y emprendimiento se presentan para lograr el desarrollo de la ciudad. En este aspecto los y las jóvenes han tenido la oportunidad de acceder a programas y proyectos de calidad, tales como:

1. Apoyo al desarrollo empresarial y acceso a mercados. Este programa promueve la integración empresarial por medio de encadenamientos productivos, programas de desarrollo empresarial –PRODES–, agrupamientos, plan padrino, entre otros. La inversión ha sido de \$6.800 millones.
2. Cultura del emprendimiento y creación de empresas sostenibles busca promover la creación y consolidación de empresas sostenibles a través de emprendimientos orientados al desarrollo tecnológico y la innovación. Este proyecto contó con una inversión de \$12.100 millones.

4.5.2 Movilidad segura para la juventud

Uno de los grandes retos de Medellín ha sido la disminución de la accidentalidad vial que afecta en gran medida a los y las jóvenes, puesto que el 36% de los accidentes de tránsito involucran población entre 14 y 26 años.

1. “Jóvenes en Tránsito” programa que la Secretaría de Transportes y Tránsito desarrolla con 30.000 estudiantes de universidades y colegios públicos y privados de Medellín, a través de campañas pedagógicas de movilidad. De igual manera, se ha sensibilizado a más de 11.495 jóvenes. Estas acciones buscan la disminución de la accidentalidad vial (5.716).
2. El Programa "Gestores Pedagógicos de Tránsito" tiene por objetivo el fortalecimiento de alianzas interinstitucionales

mediante convenios que apoyan y cualifican la labor de la Secretaría de Transportes y Tránsito, en materia de educación ciudadana, de manera orientada a hacer del espacio público la razón de ser de la ciudad como escenario de experiencias, intercambios e integración colectiva, y la expresión de las diversas manifestaciones sociales. Tuvo una inversión de \$4.198.834.944, y participaron 496 jóvenes como gestores de tránsito.

3. Programa de "Patrullas Escolares de Tránsito" el cual capacitó en materia de educación y seguridad vial a 2.600 jóvenes de los grados 10 y 11, en actividades de control y regulación del tránsito peatonal y vehicular, con el fin de prevenir accidentes en el entorno educativo. Este proyecto brinda a los jóvenes la posibilidad de cumplir el servicio social de estudiantado, para que sean multiplicadores de la cultura vial en la institución educativa y la comunidad en general. Programa que contó con cerca de \$160 millones.

4.5.3 Nuevos espacios para el encuentro y la creatividad juvenil

Con la decisión de construir nuevos espacios para el encuentro ciudadano, los y las jóvenes cuentan con mejores oportunidades para el disfrute, la recreación y el conocimiento, como son: Parque Biblioteca San Javier Presbítero José Luis, Parque Biblioteca La Ladera León de Greiff; Parque Biblioteca La Quintana-Tomás Carrasquilla; Parque Biblioteca Santo Domingo Savio-España; y Parque Biblioteca de Belén.

Estos espacios ofrecen programación que permite encontrar: *Showroom*: con lo mejor en tecnología y deportes extremos (consultar programación), amplios parques alrededor de las bibliotecas; Centro de Desarrollo Empresarial, cine, ludoteca, salas de navegación, conciertos, salas de Internet, servicio de televisión, clubes de informática y oferta de cursos en variadas temáticas.

Obras como el Parque Explora, el Jardín Botánico, los diez nuevos colegios de EPM, las unidades deportivas nuevas en Granizal, Miraflores, María Luisa Calle los parques lineales y el Parque Juanes de la Paz, evidencian el valor del espacio público como lugar de encuentro intergeneracional, pero no se puede dejar de reconocer que tienen un gran sentido para albergar tanta iniciativa juvenil, donde el espacio público se convierte en una extensión de la piel de los jóvenes y las jóvenes.

4.6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALCALDÍA DE MEDELLÍN, ENCUESTA DE CALIDAD DE VIDA 2006. Medellín, 2007.

ACUERDO 02 DE 2000, "POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE JUVENTUD DE MEDELLÍN". Concejo de Medellín.

ACUERDO 076 DE 2006, "PLAN ESTRATÉGICO MUNICIPAL DE JUVENTUD DE MEDELLÍN". Concejo de Medellín.

ALCALDÍA DE MEDELLÍN, PLAN DE DESARROLLO 2004-2007 "MEDELLÍN COMPROMISO DE TODA LA CIUDADANÍA". Sergio Fajardo Valderrama.

PARTE 2

EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 5

LA TRASHUMANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN, COMO OBSTÁCULO EPISTEMOLÓGICO

Luis Beltrán Pérez Rojas Ph. D.*

INTRODUCCIÓN

El debate en torno a la comunicación y a su identidad epistemológica como ciencia está inmerso en su historia de desarrollo, con posturas que van desde la aceptación tácita de la comunicación como un campo de estudio, hasta los que defienden la posición de la comunicación como ciencia, otorgándole un estatus científico propio, en el contexto de las ciencias sociales.

Los que se ubican en la comprensión de la comunicación como campo de estudio procuran no adentrarse en las discusiones epistemológicas en torno a su objeto, a su método, o a sus cuerpos teóricos. AFACOM (2004)¹, por ejemplo, considera que la comunicación como *campo de investigación y de producción de conocimiento* es un modo peculiar de interacción mediadora y mediada entre sujetos y agentes sociales. Los procesos de interacción son signifi-

* Comunicador Social. Estudios de Maestría en Filosofía. Profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. Fue director del Departamento de Comunicación entre 1998 y el 2002 y director de la Carrera de Comunicación Social entre el 2002 y el 2006. Actualmente coordina académicamente la Cátedra UNESCO de Comunicación. Miembro del ORBICOM, ALAIC, AIERI y del grupo de investigación en "Comunicación, Medios y Cultura" de COLCIENCIAS. Dirección electrónica: jmpereira@javeriana.edu.co

cativos y comprometen al ámbito de la vida cotidiana, las dinámicas sociales y culturales, la esfera pública, las sensibilidades y las identidades colectivas. La investigación en comunicación se centra en estudiar los procesos de producción, circulación, intercambio, negociación y usos de formas simbólicas en la vida social...

En tal sentido, la investigación en comunicación se pregunta por la manera como una sociedad amplía o reduce la red de relaciones sociales, los modos de expresión y significación de sus habitantes, la participación ciudadana, la libertad de expresión y de información de diversos actores sociales, el grado de accesibilidad a los medios de comunicación y el reconocimiento –que éstos hacen– de la pluralidad regional, social, cultural y política de una sociedad.

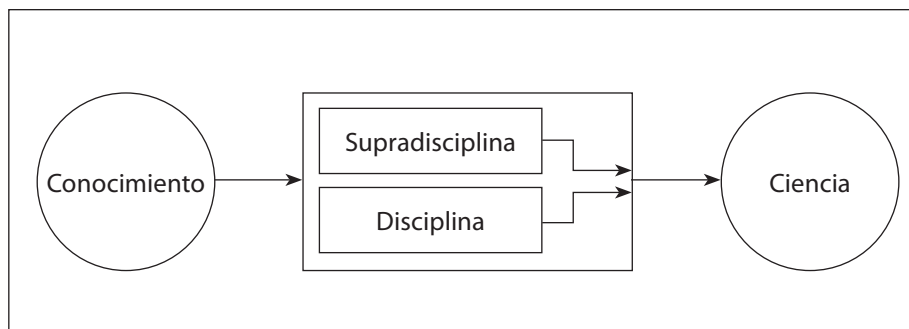
Si comunicar significa negociar significados, Piñuel y Gaitán (1995) afirman que: expresarse, interactuar, gozar, proyectarse, afirmarse en el propio ser, abrirse al mundo, sentir a los demás y ejercer la calidad del ser humano, esa negociación e intercambio no es transparente, es problemática. El “compartir y negociar” significados está mediado por los conflictos, por las múltiples comprensiones del mundo, por los enigmas, los secretos, la polisemia y las ambigüedades de las que está repleta la experiencia humana. La comunicación es un asunto de interlocución conflictiva de sentido en contextos determinados, y por su práctica pasan las identidades regionales y locales, las diferencias culturales, sociales, políticas, estéticas y éticas de los individuos y las sociedades...

Tal como se observa en la cita anterior, para AFACOM, la comunicación se entiende, primordialmente, como un campo de conocimiento, por tanto ese sería su objeto de estudio, pero aparte de él, también se exponen muchas otras acepciones de comunicación cayendo en una gran riqueza semántica, pero dispersando el objeto de estudio, ya que éste puede ser: los modos de interacción, los procesos de producción, las formas simbólicas de la vida social o la red de relaciones propias de una determinada sociedad.

También hay comunicólogos que consideran que la comunicación no tiene un objeto de estudio definido, sino que por el contrario hay muchos objetos de estudio, ellos prefieren emplear el término de “ciencias de la comunicación”, para referirse a todos los objetos de los cuales se ocupa el estudio de la comunicación.

Igualmente, hay quienes prefieren referirse a la comunicación como una disciplina de estudio. En ese caso, la denominan: *transdisciplina*, cuando es transversal al estudio de otras ciencias; *multidisciplina*, cuando se convierte en punto de confluencia de varias disciplinas; y *supradisciplina*, cuando ilumina con sus planteamientos el estudio de otras disciplinas. Cada una de estas concepciones está respaldada por diversos autores, los cuales se ocupan de ellas y sustentan plenamente sus planteamientos, por ejemplo: Armand Mattelart, Bernard Miege, Daniel Prieto Castillo y Jesús Galindo Cáceres, defienden tanto la interdisciplinariedad como la transdisciplinariedad de la comunicación. Pero estas posiciones conciliatorias pueden expresar en el fondo la dificultad de no poder reafirmar la posición de la comunicación como ciencia.

En el siguiente cuadro se pueden observar gráficamente estas relaciones disciplinarias, en el contexto de la ciencia y el conocimiento.



Gráfica 1. Campos de estudio de la comunicación.

[FUENTE: Pérez Rojas, Luis Beltrán (2005). *Investigación Epistemología de la Comunicación.*]

Desde el punto de vista de la construcción teórica, existe una gran proliferación de teorías, modelos, esquemas, sistemas, cuya intención es explicar un fenómeno extremadamente relevante en la vida humana, pero sin una sistematicidad y rigurosidad en el método de estudio, por lo cual se cae con frecuencia en el plano de la opinión desprevenida y voluntariosa. En este sentido vale la pena tener en cuenta el concepto de Eliseo Verón cuando afirma que los objetos de la ciencias se construyen a través de entramados complejos de conceptos, teorías, dispositivos técnicos de observación y de medida, sin los cuales no tendríamos objeto alguno para estudiar.

Pero, en este amplio contexto de discusiones epistemológicas, también hay autores como Fuentes Navarro, R. Serrano, M. Fernández, Sánchez Ruiz, Olliver, Ladriere y otros, quienes consideran que la comunicación no tiene un campo disciplinar propio, un objeto de estudio definido ni unos métodos particulares por medio de los cuales se haya llegado a la construcción de un cuerpo teórico que goce de aceptación unánime entre los investigadores de la Comunicación (comunicólogos).

Esta dispersión en la consideración de su objeto de estudio, en las distintas épocas y en las distintas escuelas, es lo que en esta ponencia se llama: "*trashumancia*", ya que dicho objeto de estudio ha **dependido** de factores externos tales como: el contexto cultural, el momento histórico, la política, la economía y el desarrollo industrial o social, los cuales han marcado la aparición de enfoques y de teorías, donde la diferencia de objetos de estudio suele haber sido diametralmente opuesta, o por lo menos inconexa, por cuanto se ha carecido de un debate dialéctico y argumentado, en torno a un mismo objeto de estudio, para negarlo, depurarlo o aceptarlo, en caso de que ésta sea la conclusión más válida.

Todo esto ha tenido como consecuencia que a la comunicación se le haya otorgado una amplia plurisignificación, con

perspectivas disímiles, las cuales se han constituido en obstáculo epistemológico para que la comunicación adquiera estatus científico.

Esta es la tesis de la presente ponencia, la cual trataré de sustentar, siguiendo un criterio cronológico. De antemano se somete a la crítica de los presentes y de los lectores de la misma, con el único propósito de enriquecer el debate en torno a la científicidad de la comunicación.

5.1 LA COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO DEL DEBATE DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Para identificar plenamente este contexto y para unificar criterios en torno a este debate, podríamos preguntarnos en primer lugar, ¿qué es ciencia? y ¿qué determina su estatuto científico? Son dos preguntas fundamentales del campo de la epistemología que hacen referencia tanto a la validez del conocimiento científico, como al proceso seguido, con el ánimo de comprender los fenómenos sociales y naturales. La reflexión acerca de este tema debe ofrecer elementos de análisis en torno al problema del carácter científico de la comunicación.

Con respeto a la ciencia es preciso reconocer que hay diversidad de acepciones. Para eso me apoyaré en los presupuestos de la filosofía de la ciencia y en los aportes de famosos teóricos los cuales han logrado cierto consenso en torno a su propuesta sobre dicha concepción.

La ciencia, entendida como una forma de conocimiento, cuyo fin es comprender, explicar y transformar el hombre y su entorno, es una actividad que siempre ha estado ligada a la cultura universal. La ciencia y la tecnología se han convertido en un factor determinante en el desarrollo de los pueblos y en un índice de la calidad de sus habitantes.

La ciencia constituye una práctica social específica, cuyo fin es generar conocimiento, con métodos, instrumentos, recursos y lenguaje propios para el bien de la humanidad.

La ciencia, dice Bunge (1979), "es un proceso racional, ordenado, metódico y sistemático, para resolver un problema de conocimiento teórico o práctico, mediante la búsqueda y el análisis de información".² Pero también existen opiniones de investigadores, como Einstein, quien afirmó en 1934, que la ciencia no es más que la depuración del pensamiento cotidiano. Para Morin (1996), "La ciencia es la aventura de la inteligencia humana que ha aportado descubrimientos y enriquecimientos sin precedentes, a los que la reflexión solamente era incapaz de acceder... ella marcha al mismo tiempo sobre cuatro patas independientes e interdependientes: la racionalidad, el empirismo, la imaginación y la verificación"³.

Para efecto de la presente ponencia, se acoge el concepto de ciencia y su dinámica en el proceso de construcción, propuesto por Thomas S. Kuhn, epistemólogo pos-popperiano, en su obra *La Estructura de las Revoluciones Científicas* (1963), donde afirma que la ciencia se construye mediante la aceptación y rupturas de paradigmas.

En este contexto, el camino de aproximación de la comunicación al paradigma científico se inicia con las ideas filosóficas de la Revolución Francesa y de la crisis social Europea de finales del siglo XVIII, en la cual, el mundo social se problematizó dando surgimiento a las ciencias sociales en contraposición a las ciencias naturales y al enfoque positivista de A. Comte. Entre las ciencias sociales y humanas aludidas se encuentran la historia, la psicología, la sociología, la economía, el derecho y la pedagogía. Cerda (1997) afirma que, desde finales del siglo XIX se planteó la polémica entre los representantes de las ciencias sociales y los representantes de las ciencias naturales, sobre la forma de abordar científicamente el estudio de la realidad. Dice él que a pesar de que los años han

modificado los términos y contenidos de esta polémica, aún sigue vigente. Sin embargo, la tendencia es a la interdisciplinariedad y a la transdisciplinariedad con la utilización de modelos de diseño de investigación mixtos, que permiten un enfoque más holístico del problema.

El debate en torno al carácter científico de las ciencias sociales y humanas, *en él se encuentra ubicado el campo de estudio de la comunicación*, estaba orientado por el denominado movimiento hermenéutico, representado por pensadores como: Droysen, Dilthey, Max Weber y, posteriormente, en los siglos XIX y XX por Windelband, Rickert, Croce y Collingwood. Según Mardones y Ursúa (1982)⁴ todos estos autores concuerdan en rechazar:

- El monismo metodológico del positivismo.
- El modelo físico-matemático, como criterio de medición, para verificar la cientificidad del conocimiento que pretende llamarse científico.
- Las explicaciones causales, las cuales terminan formulando leyes generales e hipotéticas, y
- La predicción de los fenómenos, como función de la ciencia, con el fin de establecer el control y dominio de la naturaleza.

Según Bernal César Augusto (2000)⁵, el método propio de las ciencias sociales, debe ser el método de la comprensión, y no el de la explicación, propuesto por el positivismo. Por tanto, en las ciencias sociales, se busca *comprender, no explicar*. Comprender representa la concepción metodológica propia de las ciencias sociales. El método de la comprensión, afirman los hermeneutas, busca entender el sentido y el significado de los actos humanos.

Otra de las características fundamentales de la concepción hermenéutica, según Mardones y Ursúa (1987)⁶, es la relación *sujeto-objeto* en oposición a dicotomía *sujeto investigador objeto*

investigado, dando origen a la *intersubjetividad* en la generación del conocimiento, en oposición a la objetividad, que propone el positivismo científico. Estas dos características y la preocupación por comprender y no por explicar determinan que en las ciencias sociales se hable de *principios* y no de *leyes* generales. Es en estos elementos donde radica la gran diferencia y, por tanto, la gran identidad de cada uno de los dos enfoques epistemológicos, facilitando la autonomía de las ciencias sociales con respecto a las ciencias naturales.

Continuando con el debate de la científicidad de las ciencias sociales para poder comprender el puesto que le corresponde a los estudios de la comunicación, es importante precisar cuál fue el aporte del Círculo de Viena, el Racionalismo Crítico, la Escuela de Francfort y los aportes más recientes a la epistemología, hechos por autores como: Tomas Kuhn, Lakatos, Feyerabend y Morin.

De esta manera, el debate de las ciencias sociales se ve enriquecido por las implicaciones de la filosofía de la ciencia, plasmada en las diferentes posturas de los autores que participan de ella y que crean depuración a través de la dialéctica que utilizan para defender sus postulados y para rebatir aquellos que no consideran válidos desde su perspectiva científica.

Este amplio debate permite que las ciencias nuevas, en este caso estaría la Comunicación, opten por un paradigma, (positivista o hermenéutico), elijan un enfoque, (positivismo lógico, racionalismo crítico o teoría crítica), o se acojan a una o varias concepciones de ciencia, de acuerdo con los enfoques epistemológicos recientes (Kuhn, Lakatos, Feyerabend o Morin, entre otros).

La ciencia, entendida como una forma de conocimiento, orientada a comprender, orientar y transformar al hombre y su entorno, es una actividad inseparable de la cultura universal. Es una tendencia innata de la especie humana querer comprender y explicar los fenómenos que la rodean. La historia de las ciencias

no es más que la descripción del desarrollo de este proceso en las distintas épocas y en los distintos contextos geográficos y políticos.

Este ha sido el proceso de construcción de ciencias como la Psicología, la Sociología, la Antropología, la Economía y otras. En la historia de cada una de ellas se observa un debate epistemológico permanente, donde los distintos autores toman posición para defender o para refutar planteamientos que en su saber y entender concuerdan o se apartan de la búsqueda de objeto de su respectiva ciencia. Al respecto T. Kuhn afirma que

... en la historia de las ciencias se observan períodos de revolución, en los que cambia la ciencia aceptada hasta entonces, y períodos de ciencia normal, en los que dicha ciencia, que todos aceptan sin problema, permanece como reguladora del quehacer científico. De esta manera se demuestra como la ciencia se hace de manera discontinua por cambios revolucionarios de paradigmas y por largos períodos de normalidad científica (KUHN, 1978)⁷.

La psicología, por ejemplo, tan connatural al hombre como la comunicación, sostuvo un gran debate en torno a su objeto de estudio, dando lugar a la aparición de escuelas y corrientes psicológicas las cuales asumían posturas radicales y antagónicas en torno a la visión científica de la psicología, pero este debate, que duró más de un siglo, antes de ocasionarle perjuicio, enriqueció la construcción su cuerpo teórico. Las discusiones siempre giraron en torno al mismo objeto: "el estudio de la conducta humana y los procesos mentales", sin importar si este estudio se hacía desde la visión humanista, psicoanalista, gestáltica o conductista. Cada una de estas visiones constituía una escuela con fundamentaciones diametralmente opuestas a las otras, como en el caso del conductismo y del psicoanálisis. Mientras que el primero se fundamentaba en las condiciones medioambientales

sin detenerse en las estructuras internas del sujeto, el segundo planteaba sus explicaciones desde las estructuras internas de la personalidad. De manera que aunque las dos escuelas diferían en sus cuerpos teóricos, coincidían en el mismo objeto de estudio: explicar la conducta humana.

La comunicación, por el contrario, ha tenido tanto objetos de estudio, como teorías y modelos surgidos a lo largo de su corta historia. Para unos el objeto estudio son las mediaciones, para otros las interacciones, para otros las estructuras formales del proceso de la comunicación, para otros la transformación de las estructuras sociales y culturales como resultado de la comunicación; también han sido objetos de estudio, la simbología, la lingüística, lo político, la argumentación, y la economía de la comunicación, entre otras. Wilbur Schramm (2001) caracterizó este fenómeno asimilándolo a una "*gran encrucijada por la que muchos pasan, pero pocos se quedan*"⁸.

En toda esta *trashumancia*, se observa una constante: la ausencia de debate epistemológico en torno al mismo objeto ya que el interés fundamental se centra en teorizar sobre lo propio, sin la consideración de otras teorías. De ahí que la comunicación se haya entendido más como un área de trabajo y no como una actividad de reflexión sobre sí misma que interrogue y dé cuenta de su objeto de estudio y relacione esta reflexión con el desarrollo teórico de otras disciplinas sociales (OTERO, 1998).

Otro caso evidente en torno a la construcción de la ciencia, en cuanto hace relación con su objeto de estudio, es el de la física. Se presenta este ejemplo para mostrar cómo en las ciencias naturales también ha sido importante la discusión en torno al mismo objeto de estudio, independientemente de la visión de las distintas escuelas y sus respectivos cuerpos teóricos. La física newtoniana, la física cuántica y la física atómica todas difieren en sus teorías, pero concuerdan en su objeto de estudio: *la materia*.

El interés de la comunicación por adentrarse en el debate de la ciencia es relativamente reciente: data de 1948, con los planteamientos de Wiener. Fue él quien propuso un primer postulado en torno a un debate fructífero, el cual, a lo largo de estos 59 años, según Sánchez (2004)⁹, ha dado pie al surgimiento de más de 61 modelos y esquemas de comunicación diferentes.

Una posible causa de esta trashumancia es la que plantean Michele y Armand Mattelart (1995): la noción de comunicación abarca una multitud de sentidos.

“La proliferación de tecnologías y la profesionalización de las prácticas no han hecho sino sumar nuevas voces a esta polifonía en un final de siglo que hace de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio. Situados en la confluencia de varias disciplinas, los procesos de comunicación han suscitado el interés de ciencias tan diversas como la filosofía, la historia, la geografía, la psicología, la sociología, la etnología, la economía, las ciencias políticas, la biología, la cibernética o las ciencias del conocimiento. Por otro lado, en el transcurso de su elaboración, este campo concreto de las ciencias sociales se ha visto acosado por la preocupación de la legitimidad científica. Esto ha llevado a buscar modelos de cientificidad adoptando esquemas propios de las ciencias naturales adaptados a través de analogías”¹⁰.

Toda esta polifonía, le crea un obstáculo epistemológico, pero, a la vez, un reto a la comunicación en su pretensión de cientificidad: tener identidad en el contexto de las ciencias sociales, de manera que en un trabajo interdisciplinario pueda aportar elementos desde su estatuto epistemológico y no solo se acomode a los ya existentes.

Afortunadamente hay instituciones en el mundo que adelantan trabajos muy profundos, en este sentido, como el Instituto Internacional de Ciencias de la Comunicación, (ICC) el cual expone un plan maestro para consolidar todos los programas sobre ciencias de la comunicación, en donde se ofrezca una amplia perspectiva de los

principales problemas que afronta un comunicador en el ejercicio de su práctica profesional, ya que ésta se puede hacer desde “el hacer” cotidiano o ese mismo hacer puede estar enriquecido por una mirada científica para ubicarse de manera diferente frente a la misma realidad.

5.2 ¿POR QUÉ LA COMUNICACIÓN DEBE CONSTITUIRSE EN CIENCIA?

Para muchos comunicadores, este tema no reviste mayor interés ni trascendencia. Más aún, lo consideran un debate insulso que en nada afecta su ejercicio profesional. Para ellos no es motivo de preocupaciones puesto que han sido formados en “el hacer”, donde la praxis es prioritaria a la reflexión epistemológica del conocimiento. Las siguientes son algunas de las razones por las cuales se justifica este debate, el cual obviamente, por su misma naturaleza no tiene un final inmediato.

Dentro de las megatendencias previstas para el siglo XXI, el conocimiento aparece como un elemento de primer orden, así lo plantea El plan Estratégico del Programa de Desarrollo Tecnológico Industrial y de Calidad¹¹. Dicho plan lleva a la comprensión de la importancia de la ciencia en los campos de la competitividad internacional, ya que en el mundo globalizado de este nuevo milenio, las diferencias entre los distintos países estarán dadas por el desarrollo alcanzado en los campos de la ciencia y de la tecnología.

El conocimiento científico, entendido como factor de cambio, adquiere connotaciones que superan los conceptos estáticos, heredados por la tradición académica que suele confundir la actividad básica investigativa, con los procesos de producción del conocimiento en el cual hay implicaciones ideológicas y políticas.

También es importante considerar que la investigación como actividad básica de la ciencia, según Demo (1985)¹², debe desarrollar nuevos métodos y estrategias para avanzar en la producción de

nuevos conocimientos. Estos nuevos conocimientos que interpretan la realidad cambiante, en el caso de la comunicación, se evidencian aún más por el avance de los medios, las formas de interacción humana y las nuevas formas de organización social.

Estos conocimientos suelen chocar con los modelos académicos e históricos en los cuales se forma a los nuevos profesionales de la comunicación; por tanto, los avances científicos de la misma deben potenciar nuevos conocimientos que interpreten esa nueva realidad y que influyan en los planes de formación.

Esta nueva visión implica un cambio de paradigma, en el cual se deben adoptar prácticas como la investigación, la cual es el medio por el cual se generan alternativas para el desarrollo de nuevos conocimientos en el campo específico de la comunicación. Es bien sabido que la utilización y aplicación de nuevos conocimientos tiene un efecto replicador en la sociedad para crear nuevas formas de producción y de organización social. De ahí que la comunicación, siendo un proceso determinante en la vida humana, no solo se estudie desde la perspectiva del conocimiento común, sino que su interpretación se haga desde la visión científica, con modelos propios, de manera que sus contribuciones no permanezcan en el nivel de lo genérico y lo transitorio, según los determinantes del momento histórico, sino que se conviertan en fuentes confiables de naturaleza científica.

5.3 EL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN

El objeto de estudio de la comunicación no ha sido definido con claridad, ni hay un objeto de estudio que goce de “común acuerdo” entre los distintos movimientos, escuelas y comunidades científicas de la comunicación. Los objetos de estudio identificados por cada uno de los movimientos o escuelas no han permitido un diálogo de saberes o una confrontación de los mismos, de manera que se posibilite esa dialéctica que llegue a la ruptura de

paradigmas por la vía de la confrontación y del análisis, tal como ha venido aconteciendo desde el año 1900, en el campo de la física.

Hasta esta fecha, la física newtoniana se había constituido en paradigma de dicha ciencia, pero fue justamente a principios del siglo XX que M. Planck propuso que los cuerpos no absorben y emiten luz de manera continua, como lo planteaba la teoría de Newton, sino que lo hacían en cantidades finitas a las que él llamó *cuantos*; esta teoría tuvo continuidad con los estudios de Werner Heisenberg, quien creó la mecánica de las matrices que posteriormente se denominó "mecánica cuántica". *Dicha* teoría se discutió en forma sucesiva en los congresos de SOLVEY, desde 1903 hasta 1911, cuando se realizó el congreso más famoso, por la calidad de sus participantes, ya que convocó científicos de la talla de Planck, Einstein, Rutherford, Madame y Pier Curie, entre otros, quienes no solo exponían sus estudios, sino que deliberaban sobre los mismos dando lugar a rupturas epistemológicas, para crear nuevas teorías, haciendo que el conocimiento avanzara y las fronteras del mismo crearan nuevos retos y nuevos desafíos en torno a la construcción de la ciencia.

Aún así, a pesar de los avances de la ciencia de la física y de la propuesta de nuevas teorías (atómica, cuántica), la teoría newtoniana continúa siendo validada para muchos profesionales, quienes ven en ella una fuente de explicación a los problemas de la materia: su objeto de estudio.

En este ejemplo, podemos observar cómo los congresos revestían gran importancia, puesto que se constituían en el espacio donde confluían las investigaciones en torno al mismo objeto, con la pretensión de someterlas al juicio de sus pares. De lo anterior se concluyen aspectos importantes que pueden ser relevantes para el estudio de la comunicación:

- La identificación de su objeto de estudio: la materia

- El debate y la confrontación teóricos permanentes
- El avance del conocimiento
- Las rupturas epistemológicas y
- El surgimiento de nuevas teorías.

Algo similar nos convoca hoy en torno a la comunicación, ya que estamos empeñados en contribuir a la reflexión en torno a la cientificidad y a las perspectivas de la misma. Sin embargo, es necesario reconocer que mientras en la física, los análisis y las discusiones giraban en torno a elementos comunes propios del objeto de estudio de la misma, en la comunicación se observa una dinámica diferente, ya que las propuestas teóricas se encuentran contextualizadas y determinadas por dos grandes variables, las cuales orientan la investigación en comunicación:

- Los intereses particulares del investigador, o del grupo de investigación, que se aproxima al estudio de la Comunicación, y
- La influencia del entorno, ejercido sobre los comunicólogos, de acuerdo con las tendencias mundiales determinadas por los procesos de desarrollo socioeconómico.

Todo esto ha llevado a que en el transcurso del desarrollo de la comunicación, el diálogo entre interlocutores, unidos por un mismo objeto de estudio, no haya sido una constante que permita una confrontación de saberes con el fin de crear rupturas epistemológicas que lleven al planteamiento de nuevas teorías. Antes por el contrario, a los congresos se llevan ponencias donde se exponen reflexiones personales o grupales que muy pocas veces refutan o reafirman posturas epistemológicas en torno a la comunicación. Quizá sea esta la razón por la cual hay dispersión en los avances fundamentales de naturaleza epistemológica con respecto a su objeto estudio.

5.4 LA TRASHUMANCIA DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN, BAJO LA DEPENDENCIA DE LOS ACONTECIMIENTOS SOCIOECONÓMICOS DEL MUNDO DURANTE LAS ÚLTIMAS DÉCADAS

Tal como se dijo en el aparte anterior, atendiendo a su naturaleza, la comunicación se ubica en el campo de las ciencias sociales. También la UNESCO, en la clasificación que hace de las ciencias, la ubica en este campo del conocimiento, participando de las reflexiones especulativas propias de la Filosofía. Esto quiere decir que hay aceptación más o menos unánime con respecto al paradigma de la ciencia en la cual se ubica la comunicación. Pero es su objeto de estudio el que aún no goza de la misma aceptación por parte de los comunicólogos. Es éste el que ha transhumado a lo largo de su historia, constituyéndose en un obstáculo, puesto que no ha facilitado la discusión epistemológica propia de congresos y seminarios temáticos como el presente.

Los estudios de la comunicación, como los estudios de las demás ciencias sociales o naturales, corresponden a un momento histórico, a un sistema de valores de las diferentes culturas en las cuales se realiza la investigación y en la cual está inmerso el investigador o el grupo de investigadores. El conocimiento surge del proceso de reflexión de la realidad, de la relación vital con el mundo y de la necesidad de comprenderlo, y divulgarlo.

El primer intento por adentrarse en el debate de la cientificidad de la comunicación no acontece como un hecho aislado, sino que se enmarca en un contexto histórico social. Este estudio se ubica históricamente en 1927, con la publicación de un artículo sobre la propaganda política, escrito por Laswel, en el cual plantea *la necesidad de la libertad de información*. En este artículo, el autor propone un modelo de trabajo sobre el tema, desde el modelo empírico funcionalista.

El objeto de estudio, entonces, se centra en la libertad de información y en el liberalismo económico, influencia recibida directamente de los principios de la Revolución Francesa (1789). Laswell propone una serie de preguntas, (las 5W) Preguntas que sirven para identificar al escucha, es decir, plantea las bases para los estudios de audiencia, la cual, según él, obedece en forma ciega al modelo estímulo-respuesta, tal vez influenciado por la teoría conductista, la cual se encontraba en pleno auge en ese momento. Según Moragas (1991) *“los planteamientos de Laswell, más que la causa, es el síntoma de una etapa y una tendencia de la investigación de masas que centra su atención en los efectos”*¹³.

Estos estudios los continúa Lazarsfeld y posteriormente Hovland, centrándose este último en el fenómeno de la persuasión (*sleeper effect*). De esta manera se esbozan varios objetos de estudio en la propuesta inicial de 1927: las audiencias, la persuasión en el contexto de lo político y el manejo de las masas por la influencia de los medios.

Un gran cambio en el objeto de estudio (trashumancia) se observa en los estudios de Claude Shannon y Warren Weaver, ingenieros de los laboratorios Bell Company (actualmente se denomina ATT&T). El objeto de estudio de la comunicación se centra en la economía de la información. Su formación matemática y su campo de desempeño laboral los abstraen de las reflexiones epistemológicas, para caer en lo técnico, lo empírico, lo medible y cuantificable.

Los dos ingenieros proponen una forma de reducir la entropía en la información y, por tanto, hacer de la comunicación una acción efectiva, de tal manera que el control sobre la misma permita optimizar los resultados, es decir, lograr mayor economía. El modelo que proponen es lineal y mecanicista, no se detienen en reflexiones en torno al conocimiento o en torno a las fundamentaciones epistemológicas de la ciencia, puesto que éste no

era su interés. Ellos no partieron de la necesidad de comprender el fenómeno de la comunicación, desde las interacciones o desde la semántica, sino de cómo lograr mayor eficacia en las comunicaciones.

Obsérvese cómo la cultura de los investigadores, su entorno laboral, su ejercicio profesional y la necesidad de su propósito, los lleva a plantear un modelo, el cual logra una gran acogida y se convierte en referente para estudios posteriores. Estos estudios han sido probablemente los más difundidos y los que han logrado mayor inserción en el público en general. De manera que ellos explican el fenómeno pero no se detienen en los parámetros y fundamentaciones de la ciencia. Para algunos comunicólogos estos estudios corresponden a un modelo matemático de los estudios de la comunicación.

A finales de los años 40, Abraham Moles amplía el modelo en Shannon y Weaver introduciendo un nuevo elemento: la retroalimentación. Lo innovador es la introducción de códigos que permiten analizar los diferentes tipos de comunicación. La comunicación se entiende como un proceso, por tanto, su objeto de estudio es dicho proceso y los códigos que se utilizan en él. Se fundamenta teóricamente en el modelo sistémico, el cual también se ocupa de las reflexiones sobre tecnologías de la comunicación y sobre la transmisión de la información. Los planteamientos de este modelo en torno al objeto de estudio no implican una ruptura con el modelo anterior sino que se amplía la propuesta de estudio con un enfoque totalmente diferente; lo central no es la economía de la información, sino la relación espacio-temporal y la transferencia de formas, por el uso de códigos comunes que diversifican la comunicación, dando lugar a diferentes tipos y modelos.

Por la misma época, D. Berlo (2000) propone otro modelo con un objeto de estudio totalmente diferente: *"la relación entre procesos de comunicación, aprendizaje y comportamiento"*¹⁴.

Se ve claramente la influencia de las corrientes de la psicología conductista en estos planteamientos. Su intención no es hacer psicología, pero una vez más se observa cómo el medio y las condiciones del entorno influyen en la selección del objeto de estudio. Berlo también se detiene en el estudio de las habilidades comunicativas, proponiendo básicamente cinco de ellas: *“Existen cinco habilidades verbales en la comunicación. Dos de éstas son encodificadoras: hablar y escribir. Dos son habilidades descodificadoras: leer y escuchar; la quinta es crucial tanto para encodificar como para descodificar: la reflexión del pensamiento”*¹⁵.

Posteriormente aparece el modelo cibernético, en el cual Norbert Weiner ocupa un lugar destacado en el estudio de la comunicación, tal como se dijo anteriormente. A través de su obra *Cybernetics or control and communication in the animal and machine* (1947), hace un análisis de la información y la forma de transmisión a partir del método de observación de tipo semi-aleatorio. Su objeto de estudio es la circulación de la información para lograr la efectividad de la misma.

La trashumancia del objeto de estudio de la comunicación también se observa en la influencia que recibió de la teoría estructural en los estudios de la comunicación. Claude Levi Strauss se ocupa del estudio del papel que cumple la comunicación en los diversos asuntos de la sociedad. En su obra *Los tres tristes trópicos* (1955), plantea cómo el objeto de estudio de la comunicación es *complejo y múltiple*. Considera que la comunicación se desenvuelve en tres niveles: la comunicación de las mujeres, la comunicación de los bienes y servicios y la comunicación de mensajes. Estos niveles, a su vez, corresponden a tres sistemas de estudio: el de parentesco, el económico y el lingüístico. Desde esta perspectiva, la lengua contribuye a estructurar a la sociedad.

De manera que no solo reconoce que el objeto de la comunicación es complejo y múltiple, sino que es determinante en la conformación de la sociedad. El método propuesto para el estudio

de la comunicación es el del análisis estructural de las narraciones y el análisis de los mensajes visuales, por medio de la semiología y de la semiótica. Una vez más se desplaza y se torna complejo el objeto de estudio, proponiendo otras formas de abordar el estudio de la comunicación.

Otro referente importante en la trashumancia del objeto de la comunicación son los estudios adelantados por la Escuela de Francfort. El pensamiento crítico tiene sus orígenes en los trabajos de Theodor Adorno, sobre las industrias culturales y el estatus del arte en las sociedades capitalistas. También tuvieron gran repercusión los estudios sobre el hombre unidimensional de Herbart Marcuse y los ensayos de Max Horkheimer. El pensamiento crítico elige como objeto de estudio, el análisis de la información como mercancía y la forma como ésta se relaciona con la sociedad y la cultura.

Se observa nuevamente, una gran trashumancia del estudio de la comunicación, desde lo individual y desde el proceso de la misma, hasta lo social, y las implicaciones que ésta tiene en lo artístico y lo cultural. La comunicación se ve como un instrumento de poder al servicio de determinadas clase sociales. La teoría social crítica, como se denomina, considera que su objeto está en el estudio del fenómeno de la cultura y su influencia en los procesos comunicativos de la sociedad.

Se trata de un estudio serio, fundamentado en la teoría social-marxista que hace una reflexión epistemológica muy interesante; este es probablemente uno de los estudios de la comunicación que más se aproxima al paradigma socio-humanista de la ciencia, por cuanto hay unidad y continuidad en el objeto de estudio por lo menos durante más de 20 años, y ruptura epistemológica entre sus miembros, ocasionada por la reflexión en torno al objeto de estudio de la comunicación, ya que las diferencias de carácter filosófico y epistemológico de Habermas se orientaban más hacia las relaciones comunicativas, abandonando los estudios de la comunicación

con relación a la cultura, la sociedad, las artes y las clases sociales. Abandona entonces el enfoque marxista y culturalista de Walter Benjamín, para proponer un nuevo objeto y un nuevo método.

Tal como lo afirma Mattelart, citando a Habermas, "la sociología crítica debe estudiar las redes de interacción en una sociedad hecha de relaciones comunicativas, la unión en la comunicación de sujetos opuestos, el actuar estratégico, es decir, se debe colonizar el mundo social vivido"¹⁶. Jürgen Habermas propone la intersubjetividad como medio de relación, y al aplicar su modelo a un análisis de lo social, considera que

... la crisis de la democracia se debe al hecho de que los dispositivos sociales que deberían facilitar los intercambios y el despliegue de la racionalidad comunicativa, se han autonomizado, se administran como abstracciones reales, haciendo circular la información pero poniendo trabas a las relaciones comunicativas; es decir, a las actividades de interpretación de los individuos y de los grupos sociales. Para él, la racionalidad no tiene relación con la posesión de un saber sino con la forma en que los individuos dotados de palabra y de acción adquieren y emplean un saber (MATTELART)¹⁷.

Tal como se observa en el párrafo anterior, la ruptura que establece Habermas con la Escuela de Francfort radica en las diferencias en cuanto al método y en cuanto al objeto de estudio. En cuanto al primero, por cuanto la Escuela se basa en la objetividad del método, mientras que Habermas acepta la intersubjetividad. Y en cuanto al segundo, porque él considera que el objeto de la comunicación no debe hacerse desde la teoría social-crítica, es decir, desde el estudio de la cultura y su construcción social por medio de estructuras sociales (clases), donde la ciencia y la tecnología expresan un modelo de organización y de dominación social, sino que debe hacerse desde la teoría de la racionalidad

técnica, (nombre que le dan inicialmente Marcuse y Habermas, aunque posteriormente los dos se separan).

Aquí también se observa la influencia de los planteamientos de la teoría estructuralista y específicamente, los estudios de la comunicación desde los fundamentos del marxismo, con Louis Althusser y todos sus discípulos.

En la misma década de los setenta, se observa una fuerte tendencia de los estudios de la comunicación en América Latina. Las condiciones políticas y socioeconómicas del momento también influyen en la determinación del objeto de estudio, ya que había una sensibilidad especial hacia las condiciones de pobreza, absolutismo del poder político y militar nacional e internacional, el imperialismo de gobiernos extranjeros y la necesidad de desarrollo sostenible. Todo esto dio lugar a que el objeto de estudio de la comunicación transhumara a temas tan importantes como las políticas de comunicación gubernamentales, la dependencia informativa, el poder de los medios, el monopolio mundial de la información, el discurso y el poder político, entre otros.

Una vez más, se ve cómo las condiciones particulares de naturaleza política, económica, social o motivacional determinan el objeto de estudio de la comunicación. Y aunque algunos comunicólogos ponen en duda la existencia de una comunicología latinoamericana, la realidad es que sí se presentan estudios de la comunicación con objetos específicos de investigación (expuestos anteriormente) fruto de las condiciones particulares en las cuales vive el pueblo latinoamericano. Como dato especial, es significativo tener en cuenta, que en esta década se crearon muchas de las actuales Facultades de Comunicación de América Latina. (Pero ¿con qué objeto de estudio fueron creadas?, esa sería una buena pregunta de investigación).

También en la década de los sesenta, surgen los aportes de McLuhan expuestos a través de sus obras: *La galaxia de Gutenberg* (1962) y *Para comprender los medios* (1964). Su objeto

de estudio fue, la forma como los medios influyen en el comportamiento y en el proceso de transmisión de la información.

Su preocupación fundamental no surge de un debate epistemológico con otras escuelas o corrientes; simplemente plantea su visión y su estudio, desde una preocupación fundamental: comprender cómo el progreso y el avance de la humanidad se presentan en la medida que el hombre se preocupa por investigar y por prolongar las funciones básicas de los sentidos: ver, oír, desplazarse, sentir. Pero, a la vez, también demuestra cómo esos cambios llegan a transformar el progreso y la organización social.

McLuhan propone como objeto de estudio de la comunicación la escritura y el papel que tiene Gutenberg con la invención de la imprenta y su influencia en el progreso científico.

La escritura debilita la comunicación oral, afirma, pero se convierte en un soporte para la memoria. Con ella se privilegia la individualización y pierde valor la simultaneidad. La imprenta, como medio de comunicación, también ayuda a la homogeneización de las culturas. Es lo plantea McLuhan en *Galaxia de Gutenberg*, pero posteriormente él mismo plantea que una vez superados la escritura y la imprenta surge la realidad de la imagen sin que haya tiempo para la reflexión que permita la palabra escrita, la extensión de lo auditivo, a esta realidad es lo que McLuhan denomina la galaxia de Gutenberg ya que lleva a la comprensión de la comunicación desde la perspectiva de espacios y tiempos diversos en los cuales la presencialidad para la comunicación deja de ser un requisito indispensable. Reafirma la noción de individuación en la comunicación para lograr la globalización.

También se ocupa de los avances de la electrónica aplicada a la comunicación, afirmando que ésta lleva a la transformación de la formación de organización social, constituyendo al mundo en una aldea global. Es innegable este objeto de estudio de la investigación en la comprensión de la misma. Pero la ruta de llegada no se dio

por el análisis epistemológico de teorías, corrientes o modelos precedentes, sino por la influencia de los medios y de los avances electrónicos en la aplicación a la comunicación.

Otra de las corrientes que acoge un objeto de estudio diferente, pero que tiene presencia en la historia de la comunicación, es la psicología. La escuela de Palo Alto, y los trabajos de Yves Winkin, Abraham Moles, David Berlo y de Watzlawick, Jeanet Beavin y Don D. Jacson (1987) constituyen una tendencia muy fuerte en los estudios de la comunicación. Los tres últimos autores escriben una obra denominada: *Teoría psicológica de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. El objeto de estudio, es la comunicación humana, ya que *"desde el comienzo de la existencia un ser humano participa en el complejo proceso de adquirir la reglas de comunicación, ignorando casi por completo en qué consiste ese conjunto de reglas"*¹⁸.

Ellos proponen abordar el estudio de la comunicación desde tres apartes claramente diferenciados, pero a la vez interdependientes: la sintáctica, la semántica y la pragmática. Esta clasificación nos presenta la dimensión del objeto de estudio de la comunicación. Su enfoque es psicológico, como se dijo anteriormente, pero también involucra elementos de la neurolingüística, los procesos mentales, las patologías de la comunicación y los trastornos de la conducta, tales como: la descalificación, el rechazo a la comunicación, la aceptación permanente, la desconfirmación y la impenetrabilidad.

Este modelo plantea que toda conducta es comunicación y no solo el habla, por eso se centra en el estudio de la relación emisor-receptor, no solo de la interacción consciente sino desde las mismas relaciones simbólicas.

Es tan amplio este objeto de estudio, que también se ocupan de lo que ellos denominan los axiomas comunicativos: la imposibilidad de no comunicar (porque todo es comunicación), los niveles de contenido, las relaciones de la comunicación, la comunicación

digital y analógica, las interacciones simétricas y complementarias, y la función de interacción simbólica. Se trata de un objeto de estudio bien complejo y hasta cierto punto diferente a los que se han considerado previamente.

En la misma década de los 60, también se crea en Francia, un centro de estudios en comunicación de masas, (CECMAS), conformado por George Friedmann, Edgar Morin y Roland Barthes, quienes eligen tres líneas de investigación con objetos totalmente diferenciados: la industria cultural (MORIN), el estatus simbólico de los fenómenos culturales (BARTHES), los problemas de la civilización técnica: producción y consumo de masa, audiencia de masa y generalización del ocio.

En este centro se planteó inicialmente lo que podría ser lo más aproximado al estudio epistemológico de la comunicación, ya que definieron claramente su objeto de estudio, crearon comunidad científica y hubo dialéctica entre sus miembros, lo cual les llevó a las inevitables rupturas, por diferencias en el enfoque de su estudio, ante lo cual cada uno de estos representantes conformó una escuela propia con dimensiones importantes para el estudio de la comunicación.

En la década de los 90, el mundo experimentó un gran avance en el campo de la informática, las telecomunicaciones y la electrónica. Toda esta ola de descubrimientos y de avances científicos tuvo amplia repercusión en la globalización, en la inmediatez de la información y, por tanto, en la comunicación. Este fue otro determinante para que el objeto de estudio de la comunicación también transhumara y se convirtiera en problema de investigación para varios comunicólogos connotados tales como: Martín Barbero (1998), quien se ocupó del estudio de la relación *cultura- mundo*, Mattelart (1994), quien centró sus estudios en la relación *comunicación-mundo* y Vattimo (1992), quien empieza a hablar de la *sociedad de la información*.

En la trashumancia del objeto de estudio de la comunicación, se observa nuevamente cómo en esta década no solo se hace más complejo, sino que se llega a proponer nuevas categorías de análisis. Esto evidencia reiteradamente cómo influyen las condiciones externas en la determinación del objeto de estudio de la comunicación.

En el planteamiento anterior, también se evidencia cómo se deja a un lado la perspectiva de estudio meramente instrumental, la crítica ideológica o la afirmación funcionalista para centrarse en el fenómeno de la influencia transformadora de la comunicación, en relación con la globalización, la cultura y las identidades sociales. Es una postura interesante puesto que desborda el estudio de un objeto próximo, limitado e inmediato. Por el contrario, esta postura epistemológica va más allá del estudio de los medios para investigar sobre la triple relación que se establece entre la tecnología, los usuarios de ésta y la cultura.

Si se acoge esta propuesta de objeto de estudio de la comunicación, su panorama y su perspectiva de estudio no estarían tan determinadas por los avances de las ciencias naturales, sino por la relación de éstos con el hombre, es decir, por el fenómeno social, expresado por medio de la cultura y por la postura que el hombre toma frente a él, esto es, por la capacidad simbólica. Tal como lo expresa Caissirer, en su obra sobre antropología filosófica: *“La capacidad simbólica es lo que nos hace seres humanos”*.

Y en la actualidad, se habla de la teoría social de la comunicación, la cual permite elaborar una epistemología sobre ella a partir de la relación existente entre las ciencias sociales con la comunicación. Autores como B. Lomov, por ejemplo, hablan de esta dependencia y condicionamiento entre el sistema social y el sistema de comunicación ya que las transformaciones que ocurren en uno de ellos causan transformaciones en el otro.

En el momento actual, igual que en décadas anteriores, el estudio epistemológico de la comunicación también se encuentra

influenciado por estudios de otras ciencias, no exactamente las ciencias sociales clásicas, sino por modelos teóricos mucho más recientes como:

- El interaccionismo simbólico (G. M. MEAD), el cual presupone el condicionamiento social de la interacción hacia los roles comunicativos que tienen las personas frente a los demás y frente a sí mismas. Considera que la persona es sujeto y objeto de la comunicación y que la personalidad se forma por acción la socialización como acción recíproca entre los elementos subjetivos y objetivos de la comunicación. Para la teoría del I. S., es a partir del intercambio de símbolos que el hombre aprende a utilizar códigos interpersonales, sociales y culturales. El I.S. exalta el papel de la comunicación en la construcción de la sociedad afirmando que la comunicación humana ha sido el mecanismo por medio del cual se ha logrado constituir la sociedad humana. Esta es un principio básico de la organización social ya que la sociedad es esencialmente un proceso de comunicación.
- La teoría de la información pretende optimizar el uso de los mecanismos tecnológicos de la comunicación con el fin de lograr una mejor comunicación interpersonal, para eso emplea conceptos tales como: entropía, redundancia, ruido y retroalimentación.
- La teoría general de sistemas, la cual establece relación entre el sistema de comunicación y el sistema social, aplicando los principios de la cibernética al análisis de los sistemas sociales.

Estas tres teorías son un buen ejemplo de la dinámica interdisciplinaria en la construcción del conocimiento de la comunicación, ya que en la medida que se identifican nuevos objetos de estudio, surgen distintas relaciones epistemológicas para conservar ese

carácter interdisciplinario que ha acompañado a la comunicación a lo largo de su corto camino en la búsqueda de su identidad como ciencia.

A manera de conclusión, se puede afirmar que la búsqueda del estatuto epistemológico de la comunicación no es una tarea concluida, sino un reto urgente y necesario, especialmente para las nuevas generaciones de comunicadores que quieren pensar un poco más allá del hacer y que quieren comprometerse con la pretensión de hacer de la comunicación una ciencia.

5.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AFACOM: Asociación de Facultades de Comunicación (Colombia) Marco de fundamentación y especificaciones de la prueba ECAES. Bogotá: ICFES-AFACOM, abril 20 de 2004.
2. Bunge, Mario (1979). La formación del espíritu científico. Barcelona: Ariel p. 117.
3. Cerda Gutiérrez, Hugo. La investigación total: La unidad metodológica en la investigación científica. Bogotá, magisterio. p.107.
4. Mardones, J. M. Ursúa, N., (1982). Filosofía de las ciencias humanas y sociales. Materiales para una fundamentación científica, Barcelona p. 73.
5. Bernal, César Augusto (2000). Metodología de la investigación para administración y economía. Bogotá: Prentice-Hall. p. 27.
6. Mardones, J. M. Ursúa, N., (1982). Filosofía de las ciencias humanas y sociales. Materiales para una fundamentación científica, Barcelona p. 73.
7. Kuhn, Thomas. (1978). La estructura de las revoluciones científicas. Madrid: Taurus. p. 37
8. Schramm, Wilbur. Citado por Fernández Collado, Carlos (2001). La comunicación humana. México: McGraw-Hill, p. 9.
9. Sánchez, Uriel, (2004). Modelos y esquemas de comunicación. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín. p. 69.

10. Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1995). Historia de las teorías de la Comunicación. Barcelona: Paidós, p. 9.
11. República de Colombia. Plan estratégico del programa de Desarrollo tecnológico industrial y de calidad. Bogotá. 2005.
12. Demo, Pedro (1985) Ciencias sociales y calidad. Madrid, Nancea p. 36.
13. De Moragas, Miguel (1995). Teoría de la comunicación. México: Gustavo Gili. p. 23.
14. Berlo K. David (2000). El proceso de la comunicación. B. Aires: Ateneo. p. 38.
15. Berlo K. David (2000). El proceso de la comunicación. B. Aires: Ateneo. p. 79.
16. Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1995). Historia de las teorías de la Comunicación. Barcelona: Paidós, p. 67.
17. Mattelart, Armand y Mattelart, Michele (1995). Historia de las teorías de la Comunicación. Barcelona: Paidós, p. 98
18. Watzlawick, Paul; Veabin, Janet H; y Jackson, D. (1967). Teoría psicológica de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas. Buenos Aires: Contemporáneo. p.17

CAPÍTULO 6

PROBLEMÁTICAS Y DESAFÍOS EN EL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN

*José Miguel Pereira G.**

INTRODUCCIÓN

El XIII Encuentro Académico de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación –FELAFACS–, dedicado al tema “ciudadanías de la incertidumbre: comunicación, poder y subjetividad”, fue un escenario-texto-pretexito para preguntar sobre ¿cuáles son las tendencias y características del abordaje de y desde la comunicación a la problemática de la ciudadanía, la subjetividades y el poder, en el contexto latinoamericano actual? Esta pregunta buscaba comprender, en el marco del evento y de la mesa de trabajo en particular, cómo se estaban construyendo los objetos de investigación, los desplazamientos temáticos, teóricos y metodológicos, las tensiones que tematiza el estudio de la comunicación en la actualidad y las agendas de investigación que, desde este campo específico de conocimiento, se han venido configurando.

En la mesa de trabajo titulada “Pensar el campo, pensar la comunicación”, presentaron ponencias y/o participaron los

* Comunicador Social. Estudios de Maestría en Filosofía. Profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. Fue director del Departamento de Comunicación entre 1998 y el 2002 y director de la Carrera de Comunicación Social entre el 2002 y el 2006. Actualmente coordina académicamente la Cátedra UNESCO de Comunicación. Miembro del ORBICOM, ALAIC, AIERI y del grupo de investigación en “Comunicación, Medios y Cultura” de COLCIENCIAS. Dirección electrónica: jmpereira@javeriana.edu.co

siguientes profesores e investigadores: Raúl Fuentes (México), Hans Stange (Chile), Corina Echavarría y Pastor Montoya (Argentina), Álvaro Cuadra (Chile), Claudia Acuña (Guatemala), Pablo Alabarces (Argentina), Rosamaría de Melo Rocha (Brasil), Migdalia Pineda (Venezuela), Claudia Herrera (Colombia) y Carmen Rico (Uruguay-Canadá). En las sesiones de la mesa participaron unas 50 personas y se contó con la asistencia académica de Natalia Morales Herrero.

Este documento es producto de las ponencias y reflexiones que se dieron en la mesa de trabajo y busca responder el interrogante de ¿cuáles son las problemáticas que se vislumbran, los desplazamientos temáticos, teóricos y metodológicos; las tensiones que tematiza, los desafíos que, para la investigación, se han venido configurando en el campo de estudios de la comunicación en la actualidad?, teniendo en cuenta que la reflexión se limita a los trabajos presentados en la mesa y no a la totalidad del evento. Para ello, dividimos el documento en tres apartados: el primero denominado “revisitando el campo”, el segundo lo hemos llamado “ámbitos de investigación” y en el tercero se presentan algunas “reflexiones y conclusiones” finales.

6.1 REVISITANDO EL CAMPO

En este primer bloque sintetizamos aquellos trabajos que se enmarcan en una dimensión más de orden epistemológico. Se trata de reflexiones de carácter teórico y político que buscan llamar la atención sobre las incertidumbres en el desarrollo de la investigación en comunicación (Fuentes), la necesidad de recuperar la pregunta crítica en la investigación (Stange), establecer los límites epistemológicos del campo (Cuadra), volver al pensamiento teórico y a la reflexión crítica (Pineda), recuperar la dimensión política de la tarea teórica y académica (Alabarces) y, una propuesta de orden metodológico, de generar espacios donde se produce conocimiento desde lo local (Echavarría y Montoya).

Raúl Fuentes (2006) hace un contraste entre la producción del saber y el ejercicio de poder, en relación con los sistemas científicos y mediáticos mexicanos. Sostiene que en México existe un rezago en la investigación académica, son estudios marginales, con pocos recursos, investigadores y estudios sobre los medios, fragmentados y con pluralidad de enfoques. Esto está determinado por los cambios de época de transición histórica, por la insuficiencia en los marcos explicativos en las ciencias sociales y la comunicación y por las transformaciones en los propios medios, especialmente por el papel de los medios como agentes de poder. Los acercamientos críticos a esta problemática son insuficientes.

En su trabajo, Fuentes propone, desde un esquema de contraste entre la producción del “saber” y el ejercicio del “poder”, en referencia a los sistemas científicos y los sistemas mediáticos mexicanos (y en lo aplicable, latinoamericanos), una reformulación conceptual de la relación entre “comunicación” e “incertidumbre”, planteada desde una perspectiva sociocultural, que permita reconocer las bases de un debate al mismo tiempo científico y social sobre el carácter constitutivo y no solo instrumental de la comunicación como producción social de sentido.

Desde otra perspectiva, Hans Stange (2006) sostiene que en el campo de la comunicación se percibe un desajuste entre los objetos de estudio y los aparatos teóricos y metodológicos que estudian dichos objetos. Nuestros lenguajes y métodos ya no nos alcanzan para dar cuenta del complejo campo de la comunicación. Por ello propone una perspectiva crítica para abordar los estudios en comunicación, en donde “crítica” supone, como meta-propósito de toda investigación, desvelar su propia voluntad de trabajo, así como exponer la voluntad de poder que anima los fenómenos político-comunicacionales. De este modo, el primer paso del método es redefinir el proceso general de la producción de sentido, otorgándole a conceptos como “significación”, “representación” y otros similares un valor meramente operativo. Sobre esta base, se

procede mediante una política de interrogación crítica al objeto: ¿Qué es lo hegemónico? ¿Qué no lo es? ¿Cómo se ha conseguido esa hegemonía? ¿Cómo se ejerce y se resiste? ¿Qué voluntades animan esta hegemonía? El resultado de la aplicación de este método –probado ya en objetos como el centro comercial o el cine de lo popular– es un mapa de las interacciones sociales que constituyen el fenómeno en estudio y el valor político de las acciones que se identifican en esta interacción. Plantea que en la investigación en comunicación son las reglas de la interpretación las que quedan en entredicho y, por lo tanto, la crisis en comunicación no es tanto estructural como epistemológica.

Para Stange, la comunicación es un campo de disputa, abierto, en constante movimiento, pleno de trayectos y posiciones antes que de lugares, dominio de estrategias y tácticas antes que de emisiones, espacio de interpretación y de negociación antes que de orden. Por ello sostiene que la reflexión sobre la comunicación es una reflexión política y plantea que es necesario recuperar la pregunta crítica por cuanto es una posibilidad para volver a pensar y acaso acotar el desajuste entre los objetos, métodos y teorías del campo. Es una forma de conjurar la incertidumbre, superar los métodos de análisis de discurso y los estudios de caso.

Por otro lado, Álvaro Cuadra (2006), en su artículo intenta delimitar las zonas de la investigación en comunicación, comparando los estudios más recientes con aquellos que se hicieron en el contexto de la llamada nueva historia. Sostiene que por su naturaleza híbrida e interdisciplinaria, el campo de estudios en comunicación presenta límites difusos tanto en el nivel de sus definiciones, como en las fuentes e incluso en los métodos que se utilizan.

Para Cuadra la comunicación es un campo con poca legitimidad en el ámbito de las ciencias sociales, dado que no distingue entre lo central y lo marginal y cae en un relativismo cultural totalizante. Se preocupa por modelos y estructuras, sin atender a la narración

de acontecimiento, y privilegia la mirada desde abajo, desde la cotidianidad. Los estudios de comunicación se proponen como estudios de frontera en que habla el hombre común, la cultura popular. Este afán teórico posee un vector político pero plantea no pocos problemas metodológicos. Propone que, dado que las ciencias sociales están siendo revisadas desde sus fundamentos, es importante que los estudios comunicacionales vuelvan sobre sus pasos para preguntarse sobre sus propios límites y posibilidades.

Desde otra perspectiva, Migdalia Pineda (2006) analiza la relación del pensamiento científico positivista con la Modernidad y aborda cómo los modos de conocer, a través de las certidumbres científicas y racionales, acompañaron y ayudaron a conformar un pensamiento pragmático y objetivista que se sustentó en la separación entre sujeto/objeto en la producción de conocimiento. Por otro lado, aborda la Postmodernidad como una época que inaugura unos modos de conocer mediante las incertidumbres, la subjetividad y las significaciones sociales, amparada en un nuevo paradigma tecnológico basado en el discurso de las redes, las comunicaciones y el pensamiento complejo.

El trabajo de Pineda parte de la premisa de que en la actualidad, se hace necesario y urgente volver al pensamiento teórico, a la reflexión crítica como guía de la acción del conocimiento en la Contemporaneidad, ya que este tipo de pensamiento nos permitirá revisar las bases, los fundamentos de las ciencias de la comunicación para revertirlas y rescatar el lugar de las relaciones del lenguaje, humanas y sociales en la producción científica por encima de cualquier interés instrumental. Finalmente, presenta un conjunto de propuestas teórico-metodológicas para abordar la comunicación en el contexto actual de inseguridades científicas, sociales y culturales.

En un ámbito mucho más específico, Pablo Alabarces (2006) sostiene que la bibliografía e investigación sobre culturas populares

en los últimos veinte años se ha vuelto escasa, disuelta en juegos categoriales que le han restado presencia hasta casi la disolución –envueltas en las *hibridaciones* o el relampagueo inocuo de las *políticas de subalternidad*–. Sostiene que la pregunta por el poder exige la pregunta por lo popular; y, recíprocamente, una adecuada pregunta por lo popular precisa, para escapar a celebraciones, populismos y disoluciones, plantear la dimensión de la política y el poder.

Alabarces plantea que este movimiento, que es a la vez epistemológico y político –político en el sentido más preciso del término, como intervención pública, pero a la vez como una política académica que devuelva conflictividad a un significativo tanto vaciado–, nos exige una puesta en historia; pero simultáneamente necesita la producción de nueva empiria que permita la re-discusión teórica, a la luz de que la reorganización neoconservadora del mapa de la cultura en nuestras sociedades ya no nos permite la repetición esclerosada de hallazgos de otro siglo (aunque eso no signifique tirar, junto al agua de la bañera, un niño alimentado con bajtines, gramscis y otros aderezos). Plantea que su trabajo empírico le permite hablar de reproducciones y complacencias antes que de resistencias –en la inefable categoría nativa de *aguante*–; de plebeyismos hegemónicos que no discuten, de modo alguno, ni siquiera por posición, al poder, aunque disimulan su insistente conservadurismo bajo una máscara falazmente polifónica –y porque plebeya, tramposa–.

Estas preguntas también tienen que ver con lo disciplinar: veinte años de trabajo en los estudios en comunicación le permiten hacer, a esta altura de la *soirée* y de los devenires académicos, algunas reflexiones metodológicas que son necesariamente refractarias a los monismos, pero también a los fetiches (¿podemos afirmar qué significa exactamente una transdisciplina? ¿Debemos?) Alabarces sostiene que, solo en la medida en que nuestro trabajo recupere la dimensión política de

la tarea teórica y académica, y a la vez la dimensión política de lo popular, esta discusión valdrá la pena. Fuera de lo político, de la dimensión conflictiva de la desigualdad material y simbólica, nuestro trabajo es puro gesto estetizante.

En un ámbito más de corte metodológico, Corina Echavarría y Pastor Montoya (2006) sostienen que en Argentina, entre las prácticas ciudadanas, se encuentra la creación de espacios de autonomía y horizontalidad entre piqueteros, asambleas de vecinos, movimientos sociales y otros colectivos. Son las denominadas 'rondas de pensamiento', que ponen en acto una 'metodología de reflexión' para discutir la realidad nacional, la lucha anticapitalista, la relación con el Estado y la organización de relaciones colectivas, solidarias y libres. Esta metodología puede interpretarse como un 'dispositivo de pensamiento' que "no tiene expositor ni espectadores" y que "nace a partir de un problema compartido". Después de que el Estado se retirara de su papel normativo disciplinario, estos dispositivos se ofrecen como oportunidades para la subjetivación de los individuos destituidos y fragmentados por el mercado.

En su artículo, Echavarría y Montoya reflexionan sobre esta experiencia como técnica apropiada a la investigación. Exploran algunas dificultades y contribuciones a la luz de la tensión que se descubre entre la propuesta crítica de Habermas y la perspectiva "situacionista" de investigación militante. Con este objetivo, examinan la posibilidad del diálogo colectivo considerando el impacto que la composición y la localización de la ronda tienen para la "circulación de la palabra". Pero quizá, lo más importante de este trabajo, es que los autores se preguntan por el papel de los ciudadanos, de los expertos académicos, por la horizontalidad, la fluidez del diálogo colectivo, el sentido ético político de la investigación en la universidad y, además, por el papel orientador de la racionalidad colectiva y la dimensión ética y política de la investigación como problema público.

6.2 ÁMBITOS DE INVESTIGACIÓN

En este segundo bloque, que denominamos “ámbitos de investigación”, se sintetizan reflexiones relacionadas con problemáticas específicas de investigación que se enmarcan en la temáticas general del evento (incertidumbre, comunicación, poder, subjetividad) tales como: la construcción del otro y la lengua como instrumento de poder (Acuña), violencia y narrativas del miedo (De Melo Rocha), comunicación y subjetividad (Gushiken), comunicación y crisis empresariales (Herrera) y comunicación y desarrollo internacional (Rico).

En su trabajo, Claudia Acuña (2006) se pregunta: ¿qué ocurre cuando una lengua es impuesta por la fuerza a una cultura extraña, que ya poseía la propia? Sostiene que la historia de la descolonización nos muestra que el autóctono que se independizó lo hizo en la lengua del dominador. Una de las preguntas que el psicoanálisis plantea al historiador o al antropólogo de los procesos descolonizadores es: ¿cómo liberarse de la lengua del colonizador en el proceso de la descolonización? Los intelectuales nativos que fueron voceros de los procesos de la descolonización han tenido que expresarse en la lengua que los dominó. No podía ser de otro modo, habían nacido en una colonia. Sus mensajes de liberación se decían, escribían y transmitían en la lengua del Otro. ¿Tenían esos mensajes la misma significación al ser retomados o repetidos por el colonizado?

Acuña plantea que una vez operada la descolonización, el ‘todos somos iguales’ enunciado por el ex colonizador (el hombre de izquierda, o el humanista, desde la fuerza generosa que le da el haber abandonado el poder) ¿tiene el mismo sentido del “todos somos iguales” con el que el (des)colonizado reivindica sus derechos (a independizarse, a votar, a tener un alojamiento y educación)? La frase es la misma y el sujeto gramatical también, ¿pero es idéntico el sujeto de la enunciación? ¿La palabra “todos” hace de todos “iguales”? Acuña sostiene que el psicoanalista

Octave Mannoni muestra de qué manera la solución encerrada en el enunciado universalista “todos los hombres son semejantes” no es más que la negación inoperante del enunciado racista al que se opone. La concepción universalista desvelaba su verdadera naturaleza, decía Mannoni, es decir, era una mera resistencia. ¿A qué resistía, de qué temible realidad era la escapatoria? A lo que el Otro revela en el sujeto.

Para Acuña, liberarse de la propia cultura cuesta muy caro. Por eso es importante tener una identidad propia, distinta y una idea aproximada de nuestra fuerza, valor y madurez. Solo así podemos encarar otra cultura. Por ello se pregunta: ¿cómo influirá la relación yo-otro dentro de mi cultura y más allá de ella?, ¿cómo debemos comportarnos con el otro?, hay tres alternativas: hacer la guerra, construir un muro o entablar un diálogo.

Tomando como referencia epistemológica hechos de la violencia contemporánea, discursiva y mediatizada, el artículo de Rosamaría de Melo Rocha (2006) problematiza algunos lugares posibles que serán ocupados por las teorías de comunicación como hecho social demarcado por incesantes procesos de simbolización. Propone, en tal sentido, la posibilidad de una narrativa sobre la violencia que se inspire en el principio lyotardiano de anamnese, defendiendo, igualmente, su localización en una línea anclada en el pensamiento crítico. Propone, finalmente, identificar las dinámicas de consumo cultural que, en Brasil, ejemplifican reapropiaciones de escenas violentas, sea para afirmarlas, contestarlas o contraponerlas.

Por su parte, Yuji Gushiken (2006) sostiene en su artículo que los procesos que ponen en relación los temas de la comunicación y de la producción de la subjetividad pasan, en los días de hoy, por el uso cada vez más intensivo de las nuevas tecnologías de la comunicación segmentada. Esto se evidencia, en primer lugar, por el paso de la comunicación de masas a la comunicación segmentada. Los procesos de comunicación se han fragmentado y esto obedece

a la fragmentación social, que crea y es creada en distintas culturas, por la condición postmoderna.

El segundo lugar, plantea que las investigaciones académicas en comunicación se desplazan del estudio de los efectos de los medios a analizar la manera como el uso de los nuevos medios y las tecnologías están impactando en las subjetividades e identidades. En tal sentido, surge un cambio de naturaleza en la relación hombre-medio: la cuestión de los efectos de la comunicación de masas, que ya se había dirigido a los estudios del campo de la recepción, vuelcan su atención a la apropiación de las nuevas tecnologías y su uso ahora también cada vez más masificado. La consecuencia más visible, que viene haciendo diferencia en los estudios en comunicación, es la descentralización de las instancias de producción y circulación de la información en la actualidad.

En tercer lugar, y como consecuencia de los dos desplazamientos anteriores, se puede verificar un cambio creciente en la subjetividad por los medios masivos, siendo atravesada simultáneamente por el automodelaje de la subjetividad en los procesos de comunicación centrados en las nuevas tecnologías digitales. Se crea la noción de un proceso de subjetividad que puede ser pensado, con base en Foucault, a partir de la emergencia de nuevos sistemas de sometimiento de los discursos.

A partir de estas premisas, Gushiken infiere que la subjetividad, por lo menos en el campo de las prácticas mediáticas y de los estudios en comunicación, pasa a ser considerada enfáticamente según el orden discursivo establecido por la actualidad de las nuevas tecnologías, que se tornan, en la medida del consumo y del uso que de ellas se hace, en una instancia de visibilidad o de rarefacción, repetición o discontinuidad de los nuevos discursos. Además que la relación entre comunicación, nuevas tecnologías y subjetividad, puede ser pensada como potencialidad de la cultura contemporánea. No obstante las promesas, y en los límites del

modo de producción capitalista, tales potencialidades deben ser consideradas también como factor de riesgo para la emergencia o la rarefacción de distintos modos de existencia, que contemporáneamente tienen relaciones, en diferentes intensidades, con las condiciones tecnológicas de antiguos y nuevos medios. Lo que entra en juego, en los incesantes procesos de subjetivación, es la inestabilidad de “*en común*”, propio de la comunicación, frente a la producción intensiva de la política de la diferencia.

Desde la perspectiva de la comunicación organizacional, Claudia Herrera (2006) sostiene que las organizaciones se han enfrentado a las crisis. Sin embargo, de unas décadas para acá, la frecuencia de aparición de éstas combina lo sorprendente con lo cercano. Los escenarios dejaron de ser exclusivos de ciertos sectores (como el industrial) para extenderse vertiginosamente a cualquier grupo organizado. La diversificación también entra en escena, el tiempo ha demostrado que ya no existen situaciones inusuales. El impacto casi siempre es alto: los escenarios críticos pueden poner en riesgo la viabilidad de compañías que parecían infranqueables.

Las crisis traen aparejadas vivencias extremas tanto para las organizaciones como para los individuos que hacen parte de ellas. Sostiene que una crisis detona todos los miedos, las inseguridades y las incertidumbres humanas. El esfuerzo de control y superación de éstas supera los límites emocionales y racionales normales, haciendo propicio el terreno para la aparición de cualquier tipo de reacción. Reacciones que, unidas y por efecto sistema, pueden desencadenar nuevas crisis, más miedos, más inseguridades.

Como respuesta a estas eventualidades, el concepto de seguridad se adquiere como un valor primordial en las organizaciones. Tanto, que se ha materializado desde diferentes perspectivas bien sea como cargos específicamente dedicados a desempeñar esta función (Vicepresidencias, Gerencias, Departamentos de

Seguridad) o como técnicas adecuadas para prevenir o minimizar el impacto que las crisis puedan traer. Por imposición de la incertidumbre se han creado disposiciones para “blindar” a las organizaciones contra posibles riesgos configurando así nuevos modelos de pensamiento, de comportamiento y de cultura.

En este maremágnum de análisis y ensayos para mitigar el riesgo, la gestión de la comunicación en crisis ha sido vinculada como un elemento estratégico que determina el éxito o el fracaso de todas las acciones. Este descubrimiento despertó el interés de los directivos y abrió un lugar importante en la agenda de proyectos de las empresas. Detrás de estas medidas existe un miedo oculto al poder de los medios de comunicación. Y el precio que se paga por no tener previsto este hecho entre los planes para manejo de crisis se vincula directamente con pérdida de prestigio, posicionamiento y mercado. ¿Contribuye de forma eficaz esta forma de abordar la comunicación desde las organizaciones? ¿Qué resultados a mediano y largo plazo, determinará el manejo de estos nuevos discursos sabiendo que las tendencias organizacionales permean hasta las sociedades y las culturas?

Carmen Rico (2006) aborda los desafíos de la comunicación internacional y el desarrollo, a partir de las representaciones e imaginarios de la investigación universitaria y el trabajo de campo en los países “otros”, (¿menos avanzados?, ¿emergentes?, ¿pobres?), por parte de académicos y estudiantes de 2º y 3º ciclos de comunicación de la Universidad de Québec en Montreal (UQAM). Busca problematizar y avanzar en algunos resultados de la investigación en curso sobre la contribución académica de una institución de un país del Norte (UQAM) sobre la comunicación internacional y su aporte a la reflexión y la práctica del desarrollo. ¿Cuáles han sido los países y las temáticas priorizados en la investigación de campo que conforman una muestra paradigmática del mundo “en-vías-de-desarrollo”? ¿En qué medida dichas investigaciones modificaron el marco teórico y el imaginario de la globalización y el desarrollo?

¿Cómo se construyen los imaginarios y las representaciones de los países del Sur?

Sostiene que la problemática del desarrollo en el campo de la investigación en comunicación ha recobrado importancia en los años 1990. Internet, la convergencia multimediática, la telefonía móvil han alimentado el debate sobre la brecha digital entre el Norte y el Sur y han suscitado en los medios universitarios y otros centros de investigación un renovado interés por las temáticas del desarrollo y la globalización, con el consiguiente y controvertido desafío de la apropiación de las tecnologías de comunicación por parte de los países “pobres”. Así, numerosas tesis han presentado las modalidades contemporáneas de modernización y desarrollo del Tercer Mundo gracias a las (¿nuevas?) tecnologías de comunicación (TIC). No obstante, la cuestión de la comunicación internacional y el desarrollo va más allá de la dimensión tecnológica y abarca la vida social y económica, las sensibilidades culturales, así como las representaciones y las visiones de los mundos otros. Esta disparidad de problemáticas se percibe claramente en las tesis doctorales y memorias de maestría en comunicación de la UQAM.

Para Carmen Rico la elección de los países que aparecen a la cabeza en el estudio (África cerca del 50% de la muestra) corresponde al peso estructurante de los organismos canadienses de cooperación a través de sus prioridades, el lugar de los países considerados en la historia de las políticas de desarrollo, la importancia o el carácter innovador de los usos locales de las TIC, así como un dato individual ligado a la historia y a los intereses personales de los estudiantes. Luego de una primera corriente de investigaciones que se interesaron por la difusión y el impacto de las tecnologías sobre el desarrollo, una segunda generación de trabajos muestra actualmente el predominio de la atención a las comunidades locales y la manera en que ellas se apropian de los dispositivos tecnológicos para mejorar sus condiciones de existencia. Esta preocupación más local, promovida por los

organismos de cooperación y desarrollo, se traduce igualmente en el anclaje teórico de la mayoría de las investigaciones desarrolladas por los estudiantes montrealeses de maestría y doctorado en el terreno de la comunicación internacional.

6. 3 CONCLUSIÓN

Las reflexiones realizadas por investigadores latinoamericanos en el marco del XIII Encuentro de FELAFACS en la mesa de trabajo “pensar el campo, pensar la comunicación”, nos llevan a plantear algunas conclusiones / reflexiones.

Es evidente, para los investigadores, que la reflexión sobre el campo académico de la comunicación, tanto en los ámbitos de producción como de reproducción del conocimiento, no puede hacerse por fuera del actual contexto sociohistórico contemporáneo, caracterizado, entre otros, según Manuel Castells (2005), por una serie de cambios de orden tecnológicos, económicos, políticos, sociales y culturales. Para Castells, la economía es más capitalista que nunca, es informacional, funciona en redes y se ha globalizado. Los mercados financieros se han desregulado y han sido liberalizados. Se ha destruido el empleo, se ha flexibilizado, ha crecido el subempleo y el empleo informal, el trabajo autónomo e individual. Se han incrementado la desigualdad social, la pobreza, la exclusión, generando con ello una creciente movilización social de resistencia antiglobalización relacionadas con cuestiones étnicas, identitarias, culturales, de género, religiosas y ecológicas. El Estado está en crisis por ser menos capaz de gestionar los flujos globales del capital y, además, por la deslegitimación de las instituciones políticas. O pensadores como Boltanski y Chiapello (2002) que se preguntan, al analizar en nuevo espíritu del capitalismo, por el impacto que tiene esta “nueva forma de trabajar” en la seguridad material y psicológica de los trabajadores. En su obra, Castells sostiene que sin entender estas transformaciones de las sociedades contemporáneas, no se puede entender la realidad actual y, por tanto, no se puede actuar sobre ella.

Pero si asistimos a una nueva época histórica, también se evidencia una profunda crisis/transformación en las ciencias sociales. En tal sentido, Raúl Fuentes (2006) sostuvo que cada vez menos la academia mexicana, pero también de otros lugares, y los procesos de acumulación de los recursos del saber van quedando más atrás de lo que se necesitaría para tener una relación con el ejercicio del poder que controla los objetos sobre los que tendríamos que generar ese saber. Es decir, cada vez es más difícil contar con recursos teóricos para entender el ejercicio social de la comunicación y no sólo por las insuficiencias propias del desarrollo académico de esos saberes. Las características del desarrollo del campo académico nos han ido alejando de la posibilidad de proponer representaciones suficientemente potentes para elaborar otro tipo de relación con el ejercicio público. Por ello plantea la necesidad de constituir la comunicación como una ciencia social histórica en el marco de la propuesta de Immanuel Wallerstein, esto es, una combinación entre las ciencias de la complejidad y los estudios culturales. Al respecto,

... para Wallerstein tanto los estudios culturales como las ciencias de la complejidad se constituyen en el horizonte para atacar la cultura de la fragmentación, de la reducción, de la inteligencia ciega (como lo dice Edgar Morin) y simplificadora. El desafío es el de saber, el de comprender en un mundo que se ha interconectado, en un mundo interrelacionado desde la comunicación, en una realidad que requiere un conocimiento que se sume a la aventura de cerrar la brecha epistemológica (separación entre lo físico y lo vivo, entre lo natural y lo cultural, lo subjetivo y lo objetivo, la doxa y la episteme, la razón y la emoción, la institución y el mundo de la vida)" (MARÍN, F., 2006).

En este orden de ideas, es sugestivo el planteamiento de Migdalia Pineda (2006), quien afirma que la Modernidad toca fondo en la segunda mitad del siglo XX, cuando se produce un

desencantamiento por el progreso científico más avanzado y sus potencialidades para mejorar el mundo del hombre. Se ponen en entredicho los grandes relatos de las disciplinas científicas, y con ello los paradigmas de las ciencias sociales.

En la década de los ochenta, un movimiento posmoderno con manifestaciones en lo cultural, epistemológico y filosófico, el cual plantea la necesidad de realizar un proceso de de construcción de la racionalidad moderna en crisis, mediante el estudio del lenguaje, las relaciones culturales y significativas que tienen lugar entre los sujetos sociales. Emerge con ello el pensamiento complejo y la transdisciplinaridad que lo acompaña como forma de acercamiento a la realidad cambiante, insegura y a la pérdida de los centros. Pineda sostiene que, frente a esa realidad, resulta más urgente que nunca volver a la teoría como forma de crítica permanente, de confrontar los conceptos constituidos, las bases de la ciencias, especialmente de la comunicación, a lo real, a la vida del sujeto, para ajustarlas a lo que está ocurriendo actualmente, sobre todo a partir de las tecnologías digitales y de los modos de interacción que hacen posible. Es prioritario, además, revalorizar los enfoques integradores, cualitativos y holísticos y entender que el conocimiento no se produce desde un lugar epistémico puro, que los discursos científicos como tales son producción de sentido y, por ende, pueden provenir de distintas racionalidades y de distintas culturales, ya que no son universales ni ahistóricos.

De manera lúcida, Jesús Martín Barbero había planteado que

... la comunicación ha entrado a jugar un lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de sociedad [...]. Por un lado los procesos de globalización económica e informacional están reavivando la cuestión de las identidades culturales [...]. Por el otro, la revolución tecnológica de este fin de siglo introduce [...] un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural– y las formas de producción y distribución de los

bienes y servicios: un nuevo modo de producir asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. El nuevo contexto, multi-dimensional y transversal demanda, a la investigación y a la formación de profesionales en comunicación, la *superación del cinismo del pensamiento fácil*, unidimensional y funcional (MARÍN-BARBERO, 2002b: 8-23).

De las ponencias presentadas en la mesa de trabajo, se puede inferir, en esta línea de reflexión, una preocupación por las reales condiciones de posibilidad de producción de conocimiento y una fuerte crítica sobre el carácter teórico y político de la investigación en comunicación (Fuentes). Y entre otras cuestiones se evidencia la necesidad que tiene el campo de recuperar la pregunta crítica en la investigación (Stange), establecer los límites epistemológicos del campo (Cuadra), volver al pensamiento teórico y a la reflexión crítica (Pineda), recuperar la dimensión política de la tarea teórica y académica (Alabarces) y generar nuevas propuestas de orden metodológico, para producir conocimiento desde lo local (Echavarría y Montoya). Y, en el marco de las incertidumbre contemporáneas, continuar investigando la construcción del otro y la lengua como instrumentos de poder (Acuña), la violencia y narrativas del miedo (De Melo Rocha), la relación entre comunicación y subjetividad (GUSHIKEN), la comunicación en el ámbito de trabajo (Herrera) y comunicación y desarrollo internacional y de cómo se deciden y se asignan presupuestos para investigar cómo el "otro" excluido" se apropia y usa las tecnologías de comunicación (Rico).

La reflexión en comunicación, en el marco de este evento de FELAFACS, evidencia la necesidad de replantear la pregunta por el poder tanto en los estudios del lenguaje, como en los estudios de comunicación y su relación con las reales posibilidades de producción de conocimiento, la relación con el otro, las subjetividades, los procesos de socialización y su relación con la construcción del campo académico de la comunicación desde donde se piensa la sociedad.

6.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACUÑA, Claudia (2006). El todo que nos hace uno en el otro. La lengua como instrumento de poder. Guatemala, Universidad Rafael Landívar. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS, Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- ALABARCES, Pablo (2006), Las culturas populares: cuánto queda de resistencia y cuánto falta de poder. Argentina, Universidad de Buenos Aires. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS, Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- BSARAB, N. (1999). La transdisciplinariedad-Manifiesto. París: Ed. Du Rocher (Traducción del francés de Consuelle Falla)
- BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Eve (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. Madrid: Akal.
- BOURDIEU, P. (1997). Espacio social y campo de poder. Barcelona: Anagrama.
- CASTELLS, Manuel (2005). La era de la información: economía, sociedad y cultura. México: Siglo XXI editores.
- CUADRA ROJAS, Álvaro (2006). Algunos límites epistemológicos de los estudios en comunicación. Chile, Universidad Arcis. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- DE MELO ROCHA, Rosamaría (2006), Comunicacao da violencia e narrativas do medo: anamnese, crítica e limiaridade. Brasil, ESPM/SP y PUC/SP. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS, Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- ECHAVARRÍA, Corina y MONTOYA, Pastor (2006). Comunicación y conocimiento: dificultades y contribuciones de una "ronda de pensamiento" como instrumento de investigación militante. Argentina, Universidad Nacional de Córdoba. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS, Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991). Diseño curricular para las escuelas de comunicación. México: Trillas, 1991.
- _____. (1997a), Retos disciplinarios y posdisciplinarios para la investigación de la comunicación. En: Revista Comunicación y Sociedad, N° 31, septiembre-diciembre, DECS, México: Universidad de Guadalajara, 1997.
- _____. (1997b), Campo académico de la comunicación. Desafíos para la construcción del futuro. En: Rev. Signo y Pensamiento, N° 31, Bogotá: Universidad Javeriana.

- _____. (2006). Investigación de la comunicación, incertidumbre y poder. México, ITESO, Universidad de Guadalajara. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- GALINDO, Jesús y LUNA, Carlos (1995), (Coord.). Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/ITESO.
- GUSHIKEN, Yuji (2006). Passagens da comunicação e da subjetividade contemporâneas. Brasil, Universidad Federal de Moto Grosso. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- HERRERA SALAS, Claudia Pilar (2006). Modelos de pensamiento, comportamiento y cultura generados por la gestión de la comunicación en crisis empresariales. Colombia. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- MARÍN, Fernando (2006). Wallerstein Immanuel: las incertidumbres del saber. Bogotá: Universidad Javeriana, Reseña próxima a publicar en Signo y Pensamiento.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús y SILVA, Armando (1998). Proyectar la comunicación. Bogotá: Tercer Mundo.
- MARTÍN BARBERO, J. & REY, Germán (2000). La formación del campo de estudios de comunicación en Colombia. En: Discurso y Razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia. Bogotá: Tercer Mundo, Uniandes, Fundación Social.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002a). Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago: FCE.
- _____. (2002b), Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo. En Revista Diálogos de la Comunicación No. 64, Lima: FELAFACS.
- MORIN, Edgar (1994), Sobre la interdisciplinariedad, contribución al Congreso de d'Arrabida, Bulletin Interactif du Centre International de Recherches et Etudes transdisciplinaires No. 2, 1994.
- _____. (1998). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona: GEDISA.
- NEUMAN, W., Russell (2002). El futuro de la audiencia masiva. Santiago: Fondo de Cultura económica.
- OLLIVIER, Bruno (2000). Observer la Communication-Naissance d'une interdiscipline, París:CNRS Editions.

- ORTIZ, Renato (1998). Otro territorio: ensayos sobre el mundo contemporáneo, 2a Ed., Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- PERERIA, G., José Miguel (2006). La comunicación: un campo de conocimiento en construcción, En: "Pensar la comunicación". Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín.
- PINEDA, Migdalia (2000). Los paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teórico-metodológicos. Lima: FELAFACS, Revista Diálogos de la Comunicación No. 59-60.
- _____. (2006), El pensamiento teórico y crítico en tiempos de complejidad e incertidumbre en las ciencias de la comunicación. Venezuela, Universidad del Zulia. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- RICO DE SOTELO, Carmen (2006). Investigación académica y representación de los países "otros". Imaginarios y rituales norte/sur y la comunicación internacional. Canadá-Uruguay, Universidad de Québec. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (1986). La enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamérica, en México y en Jalisco. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- SIERRA GUTIÉRREZ, Luis (2001). Dimensión epistemológica de la comunicación. Bogotá: Universidad Javeriana, sin publicar.
- STANGE MARCUS, Hans (2006). La voluntad de la investigación. Hacia una reformulación de la pregunta crítica en comunicaciones. Chile, Universidad de Chile. Ponencia presentada en el XIII Encuentro de FELAFACS. Bogotá: Universidad Javeriana, septiembre de 2006.
- VASSALLO DE LOPES, María Immacolata y FUENTES NAVARRO Raúl (2002). Comunicación, campo y objeto de estudio. México: ITESO.
- VASALLO DE LOPES, María Immacolata (2003), (Comp.). Epistemologia da comunicação. Sao Paulo, Brasil: Loyola.
- WIENER, Norbert (1998). Cibernética y sociedad o el control y comunicación en animales y máquinas. Barcelona: Tusquets.
- WALLERSTEIN, Immanuel (2005). Las incertidumbres del saber. Barcelona: GEDISA.

CAPÍTULO 7

UNA EPISTEMOLOGÍA PARA UNA COMUNICOLOGÍA POSIBLE

*Una propuesta constructivista
para una ciencia emergente*

*Profesor Jesús Galindo Cáceres Ph.D. **

INTRODUCCIÓN

La historia del proyecto *Hacia una comunicología posible* empezó como tal en el año 2001 en la Universidad Veracruzana (GALINDO, 2003), en el intento de fundamentar un programa de doctorado en Comunicación. La mirada en aquel entonces ante las implicaciones de la operación de fundamentar fue ambiciosa y para decirlo con suavidad un tanto ingenua. Una ciencia requiere más que una iniciativa enérgica coyuntural para sustentar una propuesta de conocimiento sobre lo particular desde una perspectiva de lo general. En aquel momento, la epistemología aparecía como un amigo guardián que ayudaría a resolver los obstáculos para configurar

* Doctor en ciencias Políticas y Sociales, con Especialidad en Antropología Urbana, Universidad Iberoamericana. Magister en Lingüística, con especialidad en Análisis del Discurso y Sociolingüística, Escuela Nacional de Antropología e Historia. Fundador del Doctorado en Comunicación de la Universidad Veracruzana. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Coordinador de GACI (Grupo de Acción en Cultura de Investigación) Miembro de la RECIBER (Red Cibercultura y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación) Miembro de REDECOM (Red de estudios en teoría de la comunicación) y de GUCOM (Grupo hacia una Comunicología posible). Dirección electrónica: www.geocities.com/arewara/arewara.htm

una ciencia en donde en principio sólo aparecían fragmentos de discurso científico de todo orden y magnitud. Si las ciencias existen y dicen tener fundamento y consistencia lógica, y si hay algo que se define como el garante de esa construcción, la vigilancia interior y exterior de la evaluación de principios y operaciones debe tener protocolos claros y necesarios. Sólo se trataba, entonces, de aplicar a las formas discursivas de mediana o mayor coherencia sobre la comunicación esos protocolos epistemológicos, y asunto arreglado.

La tarea suponía tiempo y dedicación, pero no había duda de que habría buenos ayudantes e instrumentos en todas las labores necesarias. Eso parecía en un principio, pero no fue así¹.

El trabajo de fundamentar una forma científica supone muchos implícitos que no son evidentes ni obvios; las ciencias declaran de memoria algunos rasgos de lo que dicen las fundamenta, pero muchas veces el seguimiento de esas declaraciones no lleva muy lejos. Esos ejercicios de evaluación son en muchos casos colecciones de lugares comunes, que en ocasiones tienen mucho tiempo de haber perdido el sentido original, si es que alguna vez lo tuvieron. Y en otros casos son guías para explorar, sugerencias, imágenes, que necesitan aclaración, genealogías, indagaciones de buen calibre, para ser útiles. Como se podrán imaginar, el asunto de la Epistemología de una ciencia de la comunicación no resultó tarea sencilla, y el movimiento hacia la construcción de una comunicología posible tuvo que hacer uso de mucho sentido común y hábito analítico, para hilvanar lo que no ha sido en absoluto claro y definitivo. Ese camino andado mostró con el tiempo que no era un mal camino del todo; todo lo contrario, parecería ahora que lo que emerge en este momento es ahora sí un esquema de programa de trabajo, que al principio no existía, y que sólo con la consistente ocupación

¹ El campo académico de la comunicación universal no es muy poderoso en epistemología, pero tampoco lo es el de las ciencias sociales, y resultó que tampoco lo era del todo el de las ciencias básicas.

de leer, entender, comparar, ensayar, ha logrado mostrar un rostro más nítido y luminoso².

Sin, embargo la compañía del orden y la claridad es necesaria y bienvenida. El proyecto hizo pronto una hipótesis: que la comunicología general posible necesitaría de una epistemología contemporánea de gran poder, y la decisión fue en un principio que esa epistemología sería sistémica, constructivista y compleja. Todo tiene su razón y esta apuesta también la tuvo. Y por otra parte se presentaba el largo recorrido de la reconstrucción del pensamiento científico en comunicación, lo que suponía un espacio general de una Comunicología histórica por explicitar y ordenar (GALINDO, 2004a). De ahí saldrían no una, sino varias vetas de epistemología, detrás de las diversas propuestas que en estas seis o siete décadas de ciencias de la comunicación han progresado³. De ahí que por una parte estuviera la tarea de reconstrucción de la Comunicología histórica existente con sus varias epistemologías, y por otra parte la tarea de construcción de una comunicología general posible, con una epistemología sistémica, constructivista y compleja (GALINDO, 2004c).

7.1 ¿VA BIEN LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN?

La intención del proyecto *Hacia una comunicología posible* consistía en armar un esquema de acción para los proyectos de doctorado del programa respectivo de la Universidad Veracruzana. Por tanto

- 2 Parte de esta historia ya está escrita, las primeras versiones aparecen en los primeros capítulos del libro de GALINDO Cáceres, Luis Jesús, Tanius Karam Cárdenas y Marta Rizo García (2005a) *Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- 3 Las ciencias de la comunicación son de aparición muy reciente, el campo académico de la comunicación inicia sus reflexiones teóricas y epistemológicas en los años sesenta, en Estados Unidos y Europa. En esa misma época en América Latina están en efervescencia las discusiones sobre la política y los medios de difusión, no hay discusión teórica o epistemológica propiamente tal. Pero aún en estas condiciones el momento de aparición académica de la comunicación se marca en los años treinta, cuando aparecen las primeras escuelas universitarias de comunicación, que en realidad son de periodismo. La comunicación aparece como un título universitario de altos estudios en los Estados Unidos hasta finales de los cuarenta.

la idea inicial era apropiarse del orden existente en el mundo académico de la comunicación, para de ahí ensayar un programa de altos estudios. Esta intención pronto se vio superada por los acontecimientos que vinieron como consecuencia de la búsqueda de aquel esquema básico sobre el estado de la ciencia de la comunicación.

En aquella progresión de tareas, la primera de todas fue la configuración de un estado del arte. De entrada no había pretensión crítica, sólo necesidades descriptivas, bibliográficas, historiográficas. De esa primera aproximación a lo que otros habían construido como imagen general del desarrollo del pensamiento teórico en comunicación vino el salto hacia un nivel más complejo y ambicioso. Las coincidencias entre los diversos autores hacían evidente un cierto consenso en la percepción de la historia de las llamadas ciencias de la comunicación, pero también sucedía lo contrario, y en forma más llamativa la constante superficialidad en los juicios metateóricos⁴. Lo que mostraba esta primera aproximación era que no era una constante ni mucho menos, el interés del campo académico de la comunicación internacional en su fundamentación conceptual, teórica o epistemológica. Así que lo que buscaba el grupo de fundamentación del doctorado en una corta e intensa exploración resultó en malas noticias: si el programa de altos estudios necesitaba una fundamentación científica de la investigación de la comunicación, no iba a resolver su problema con lo que el campo de la comunicación había consensuado hasta entonces, hacía falta algo más que una exploración para tener respuestas. El asunto implicaba una investigación de gran complejidad y a largo plazo.

4 Esta superficialidad viene del poco interés en la teoría y en la epistemología. Cuando se teoriza en el campo académico de la comunicación es más fácil encontrar un lugar común que una reflexión sustentada y argumentada. Y muchos de esos lugares comunes se repiten en el mismo sentido. Por ejemplo, la afirmación de la comunicación como algo asociado a medios, sin ninguna otra argumentación. O en el caso del pensamiento crítico descalificar a priori a los medios por ser propiedad privada, capitalista. Los juicios morales son más abundantes que los juicios teóricos.

Y ahí inicia propiamente el proyecto *Hacia una comunicología posible*, y de inmediato sale de los límites de la Universidad Veracruzana. Las necesidades de información y análisis eran de tales dimensiones, que era prácticamente imposible que tres profesores respondieran en un corto plazo a las interrogantes que estaban apareciendo⁵. Así que el proyecto inicial se divide en dos partes: una parte a ser resuelta en forma local, para las necesidades del proyecto a corto plazo en la Universidad Veracruzana⁶, y otra parte que convoca en el ámbito nacional a otros interesados en el asunto de profundizar en la reflexión sobre la construcción teórica del espacio académico de la comunicación, a un mediano y largo plazo⁷.

En el año de 2003 se integra el grupo de estudio hacia una Comunicología posible, GUCOM, formado por los tres profesores de la U.V. y otros dos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México⁸. Y desde ahí se convoca a la constitución de una red de estudios en teorías de la comunicación y Comunicología posible, REDECOM, que se forma en el 2004. Y a partir de entonces el programa desarrolla los dos frentes de trabajo mencionados: el segundo, el más ambicioso, en dos entidades, un grupo de estudio compacto, y una red nacional, primero, e iberoamericana, después⁹.

5 Los tres profesores eran dos estudiantes de doctorado, Romeo Figueroa y Juan Soto, y el coordinador del doctorado, Jesús Galindo.

6 Los proyectos locales fueron, uno de Romeo Figueroa sobre la presencia de las teorías de la comunicación en los 34 planes de estudio de las escuelas de comunicación del Estado de Veracruz, y el otro, de Juan Soto, el análisis de la teoría de la comunicación presente en los diez primeros números del anuario de Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC, una de las publicaciones centrales del campo académico de la comunicación en México.

7 Partiendo del programa general sobre historia del pensamiento científico de la comunicación, de Jesús Galindo.

8 La Dra. Marta Rizo y el Dr. Tanius Karam. Ambos con doctorados en Comunicación en España, una en la Universidad Autónoma de Barcelona, y el otro en la Universidad Complutense de Madrid. Ambos programas de doctorado con una importancia creciente para México, por la cantidad de egresados que están trabajando en este momento en el país.

9 El programa de estudios tiene una página web en donde se van textualizando cada uno de los pasos del proceso de trabajo, el portal hacia una Comunicología posible. <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>

El punto clave en ese momento, la segunda etapa de esta historia, es la evaluación de la ciencia de la comunicación en el mundo, en América Latina, y en México. Para ello la línea iniciada en Veracruz sobre la bibliografía relativa a pensamiento en comunicación se retoma, se formaliza en un proyecto y se culmina en un libro en el año 2005 (GALINDO y otros, 2005a). Para ese entonces la pregunta por la situación del estatuto científico del pensamiento en comunicación se pone en el centro del trabajo del grupo. El proyecto termina en Veracruz, y nuevos miembros se integran al grupo, tres profesores ubicados en tres ciudades distintas a las dos originales¹⁰. Todo el movimiento es hacia otro nivel de trabajo.

En el 2005 inicia la tercera etapa, con un énfasis historiográfico que completa el bibliográfico de la segunda. El esquema que necesitaba Veracruz en el 2001 empieza a tomar forma. Esta etapa culmina en otro libro en el 2006 (GALINDO, en prensa a), y se continúa en el 2007 en otro libro (GALINDO y otros, en prensa b). El GUCOM tiene una dinámica de trabajo constante, un seminario, un portal en Internet y una comunicación permanente. Y es entonces que la Epistemología llega como una necesidad inaplazable. El grupo necesita entender cómo se han construido las diversas fuentes del pensamiento científico en comunicación que han aparecido en el trabajo bibliográfico e historiográfico, necesita conocer los principios constructivos y los programas de investigación que con ellos se armaron y, por tanto, los esquemas de acción epistemológicos que han formado a los esquemas conceptuales encontrados. El objetivo sigue siendo al mismo tiempo la configuración de una Comunicología general posible que integre la diversidad de Comunicologías históricas particulares, con sus respectivas referencias epistemológicas, lo cual exige un nivel de competencia constructivo que requiere una formación lógica y epistemológica de orden superior. Y ese es el trabajo de la cuarta etapa, en proceso de desarrollo en este año del 2007.

10 Héctor Gómez, de la Universidad Iberoamericana-León, Roberto Aguirre, de la Universidad Autónoma de Puebla, y Carlos Vidales, de la Universidad de Guadalajara.

7.2 ¿ES LA COMUNICOLOGÍA POSIBLE UN ESTADIO DE CONOCIMIENTO MÁS AVANZADO QUE LA COMUNICOLOGÍA HISTÓRICA?, ¿ES LA COMUNICOLOGÍA POSIBLE UN ESTADIO DE CONOCIMIENTO MÁS AVANZADO QUE LAS CIENCIAS SOCIALES?

El programa de trabajo necesita en este punto, el de la evaluación epistemológica de la Comunicología histórica, y la propuesta constructiva de la Comunicología general posible, un punto de partida. El proyecto realizó una revisión de cuarenta y dos posturas epistemológicas a través de la historia¹¹, ensayó una genealogía y un esquema general¹². Las posturas más avanzadas son las que derivan de la Epistemología Genética, propuesta impulsada por el pensador Jean Piaget (PIAGET, 1978, 1979a, 1979b, 1982, 1989). A partir de ella la reflexión sobre la relación entre la formalidad lógica y la perspectiva dialéctica histórica parece estar resuelta, y la oposición ideológica entre positivismo y marxismo ya no es un obstáculo insalvable para unir forma de representación formal fija, y movimiento de reconfiguración continuo. Y, por otra parte, esta propuesta tiene una lectura que permite también cierta com-

11 Partimos de la referencia general de varias obras.

FERRATER Mora, José (1984) *Diccionario de filosofía*, Alianza, Madrid.

MANUEL, Luis M. Valdés y Luis Arena (coordinadores) (2005) *El legado filosófico y científico del siglo XX*, Cátedra, Madrid.

HOUDÉ, Olivier et al. (2003) *Diccionario de Ciencias Cognitivas*, Amorrortu editores, Buenos Aires.

MUÑOZ, Jacobo y Julián Velarde (editores) (2000) *Compendio de Epistemología*, Editorial Trotta, Madrid.

12 las posturas revisadas y evaluadas en un segundo lugar fueron. agnosticismo, bayesianismo, cartesianismo, coherentismo, conexionismo, convencionalismo, dogmatismo, escepticismo, esencialismo, externismo, falibilismo, fenomenalismo, fideismo, formalismo, fundamentalismo, gnosticismo, holismo, internismo, irracionalismo, logicismo, naturalismo, objetivismo, perspectivismo, pirronismo, platonismo, racionalismo, realismo, solipsismo, subjetivismo. Las posturas revisadas y evaluadas en primer lugar para el caso de la Comunicología histórica fueron. Cognitivismo, Conductismo, Constructivismo, Dialéctica, Empirismo, Estructuralismo, Fenomenología, Hermenéutica, Historicismo, Positivismo, Pragmatismo, Sistémica, Trascendentalismo. De un total de 42, 13 de pertinencia primaria, y 29 de pertinencia secundaria. Todo esto en un primer momento, serán necesarios otros momentos de análisis y evaluación.

patibilidad con el pensamiento sistémico: la noción de estructura genética se configura como un sistema dinámico complejo. Es gracias a la presentación y síntesis realizada por Rolando García que hoy podemos partir con relativa facilidad de un esquema de base constructivista (GARCÍA, 1997, 2000,2006).

El punto central en la propuesta constructivista genética es lo que se llama disequibración y equilibración de las estructuras cognitivas (PIAGET, 1978), es decir, la lectura del necesario cambio en cualquier apuesta constructivista de conocimiento, donde al mismo tiempo que se construyen esquemas deductivos formales, se están reconfigurando por procesos inductivos, y reestructuraciones deductivas, llegando a incluir a la abducción de Peirce en toda esta dialéctica de lo fijo y lo móvil en las formas del conocimiento en general y, por ende, en la configuración de la comunicología histórica hacia la comunicología general posible.

Lo que está en juego es la crítica de los procesos de fundamentación de la ciencia en general, y de las ciencias particulares. Por una parte, aparecen las operaciones lógicas de configuración formal del discurso científico, a través de lo que se nombra lógica de proposiciones, y por otra parte, aparece el movimiento del conocimiento y la percepción en la interacción entre situaciones y representaciones, la lógica de significaciones (PIAGET y otros, 1989). La propuesta de la Epistemología Genética supone un proceso de construcción científico donde todo esquema de certidumbre formal y empírica es superado por una reconfiguración del mismo esquema o por otro esquema. La interacción entre la vida formal de la ciencia y la vida situacional de la ciencia garantiza el movimiento y la superación de esquemas de representación del mundo. Aunque no siempre resulte así.

De esta manera, el proyecto GUCOM parte de la Epistemología Genética para hacer una evaluación del movimiento histórico del pensamiento en comunicación y, por otra, parte hacer el diagnóstico

del potencial de la propuesta de una Comunicología general posible constructivista, sistémica y compleja, ante las trayectorias que la anteceden. La pregunta de base es si la propuesta de la Comunicología general posible es un estadio de estructura de conocimiento superior a la Comunicología histórica, y ensayar si algo semejante sucede en relación con las Ciencias Sociales. La prospectiva de trabajo es larga, pero existe un punto de partida de base. Y a este punto de partida de base se agregarán en su momento las tesis de la Sistémica de Von Föerster (VON FÖERSTER, 1998), el espacio del pensamiento complejo contemporáneo en algunas de sus vertientes analíticas y constructivas (LEWIN 1995), (MORIN, 1996) (NICOLIS y otros, 1994), así como la complementación de la perspectiva constructivista con las aportaciones de los biólogos Maturana y Varela (Maturana, 1996), y otros autores (PAKMAN, 1997).

Una definición aportada por el propio Piaget de la Epistemología constructivista es la siguiente.- *"El estudio del pasaje de los estados de menor conocimiento a los estados de conocimiento más avanzados"* (PIAGET, 1979a, pág. 16). En esta definición es clave la pregunta sobre cómo se pasa de un nivel a otro. Pregunta que el propio Piaget resuelve en parte en su propuesta de la equilibración y la desequilibración (PIAGET, 1979), el último de sus trabajos importantes. Y es sobre esta propuesta que se puede ensayar la evaluación de las comunicologías históricas. La tarea consistiría en evaluar los procesos constructivos de sus mapas conceptuales, a partir del juego entre la lógica de proposiciones y la lógica de significaciones (PIAGET y otros, 1989). De esta manera se podría identificar su movimiento o su reproducción discursiva ideológica, entendiendo por ideología lo que se opone al movimiento constructivo como proceso de representación y percepción del cambio. Por una parte la dimensión formal del discurso científico, y por otra la dimensión situacional histórica. No sabemos bien a qué nos llevará ese ejercicio analítico; lo que sí sabemos es que nos permitirá percibir y valorar mejor la construcción científica

de las comunicologías históricas. Y por otra parte, el compromiso es montar el proceso constructivo de la Comunicología general posible en una configuración de rigor lógico y apertura dialéctica al movimiento social y a las ciencias de ese movimiento social. ¿Resultará de todo esto una mejor ciencia, una Comunicología general que supera a las comunicologías históricas antecedentes y a las ciencias sociales?

7.3 EL PROCESO DE CRÍTICA EPISTEMOLÓGICA DE LA COMUNICOLOGÍA

Toda tarea analítica tiene un procedimiento, y todo procedimiento tiene una historia. Como GUCOM para nuestra tarea de evaluación del proceso constructivo de las comunicologías necesitábamos tomar como base algún procedimiento que ya hubiera mostrado algún éxito en programas semejantes al nuestro. Y buscamos experiencias similares. No fue fácil la tarea, pero encontramos algunos ejemplos, el más cercano el del Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados, CINVESTAV, del Instituto Politécnico Nacional de México. Ahí un grupo de investigadores tuvo, en décadas pasadas, una iniciativa similar a la nuestra respecto a las Ciencias Sociales¹³, y siguieron una guía de evaluación constructivista. Observando la guía que ellos siguieron hay similitudes con la nuestra. Miremos la suya comentado sobre la nuestra.

7.3.1 La historia de los procesos de conceptualización

Ellos armaron apuntes sobre la historia de la teoría sociológica. Esta tarea tiene muchos apoyos y muchos consensos. Para el caso de la teoría comunicológica la situación es muy distinta, contamos con pocas obras generales (MATTELART y otros, 1997), algunos artículos (BRYANT y otros, 2004), y muy poco parecido a un consenso analítico.

¹³ Experiencia referida en el artículo de Fernando Cortés y Manuel Gil, El constructivismo genético y las Ciencias Sociales: Líneas básicas para una reorganización epistemológica. En el libro *La Epistemología Genética y la Ciencia Contemporánea*, de Rolando García (coordinador), páginas 69-87.

Aunque por otra parte tenemos acuerdos no reflexivos sobre ciertas líneas de desarrollo conceptual¹⁴. El trabajo para la teoría de la comunicación tiene antecedentes, algunos muy buenos, pero en general había que ensayar un esquema general inédito. En nuestro caso empezamos por la bibliografía, con criterios biblioteconómicos, y después ensayamos una lectura historiográfica a partir de los textos que teníamos a la mano, y después con una investigación a fondo sobre el tema.

En nuestro trabajo analítico historiográfico aparecieron nueve fuentes científicas históricas en el pensamiento teórico en comunicación, la sociología funcionalista, la sociología crítica, la sociología cultural, la sociología fenomenológica, la psicología social, la economía política, la lingüística, la semiología, y la cibernética¹⁵. Como puede apreciarse el peso de la Sociología es mucho, y lo interesante es observar el contrapeso de las otras fuentes, alguna de ellas centrales para el pensamiento en comunicación en América Latina, como lo es la economía política crítica de la información y la comunicación (BOLAÑO y otros, 2005).

7.3.2. ¿Qué es la comunicación? La definición general

Ellos buscaron en principio los conceptos generales de sociedad en cada uno de los autores y corrientes. Nosotros no lo hemos hecho, lo que buscamos primero fueron los mapas conceptuales generales (GALINDO, en prensa a). Pero es importante en esta nueva fase del proyecto incluir este aspecto, el de la definición general de comunicación, nuestro concepto central, en cada una de las fuentes científicas históricas, y en sus respectivas líneas teóricas particulares. De todo eso ya existen apuntes.

14 Para este punto revisar por ejemplo el texto de Marta Rizo en el portal del INCOM, "Manuales de teorías de comunicación: análisis desde la Comunicología", http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_comunicologia.html

15 Este trabajo analítico tiene varias versiones, la primera aparece en (GALINDO, 2004a), y después tiene cambios, hasta llegar a la última versión (GALINDO, en prensa a)

7.3.3. ¿Cuáles son los objetos que son percibidos bajo esa definición general?

Esta tarea tampoco la hemos realizado aún. Sólo tenemos apuntes sobre los objetos aparecidos en las diversas líneas teóricas, puntualizando en principio los mapas conceptuales de cada línea, con sus respectivas genealogías, y el impacto de esas genealogías en el espacio académico de la comunicación en general, y en particular en América Latina y en México. Mover la guía analítica a los objetos de estudios será muy importante, es ahí donde se centra la crítica constructivista, en la mirada que construye a los objetos, objetos que en principio no son del todo teóricos, son sólo componentes de una agenda de estudios, de análisis, de investigación, que con el tiempo y la configuración de las estructuras cognitivas, teóricas, adquieren un estatus conceptual en otro nivel de organización.

7.3.4. ¿Cuáles son las conceptualizaciones particulares de esos objetos?

Estos esquemas ya los tenemos, pero no asociados a objetos, sólo a la configuración de sentido propia de cada línea conceptual. El trabajo ha sido hasta ahora de análisis discursivo, teórico, en el sentido de la explicitación del aparato de categorías que cada fuente presenta, así como sus juicios conceptuales principales. No hay hasta ahora una referencia explícita a sus objetos de estudios. Hacer este análisis mostrará la consistencia constructiva de las líneas conceptuales, marcando por ejemplo, con toda claridad, la distancia de una propuesta de sentido filosófico, y una propuesta de sentido construida empíricamente, en tal sentido, más propiamente científica. Aunque este asunto de lo empírico está aún por revisarse. Para el constructivismo genético la referencia empírica es insalvable para considerar como científica una operación. GUCOM, en principio, acepta este postulado, pero lo matiza según la epistemología particular: las

apuestas hermenéuticas no pasarían una prueba positivista, y en cierto sentido tienen también una base empírica en sus afirmaciones.

Nuestro trabajo hasta ahora en los mapas conceptuales necesita una labor complementaria en la explicitación de los objetos y la relación entre esos objetos y las conceptualizaciones generales de la comunicación, así como sus conceptualizaciones particulares. La hipótesis general es que en las comunicologías históricas hay muy poco trabajo conceptual, y que los objetos no son muchos, ya tenemos, como decía arriba, un apunte. Aquí el punto principal es la relación entre las fuentes y sus configuraciones conceptuales y de objeto, y las comunicologías particulares históricas y sus configuraciones conceptuales y de objeto. La relación entre ambas matrices parece sólo coincidir, en parte: el análisis a fondo de esta situación mostrará elementos para evaluar las consecuencias de estas diferencias y semejanzas, de estas cercanías y lejanías. Por ejemplo, no es lo mismo la agenda *setting* de la genealogía oficial del funcionalismo en comunicología, que el funcionalismo sociológico.

7.3.5. ¿Cuáles son las genealogías de esas conceptualizaciones particulares de los objetos que define o implica la conceptualización general, y las conceptualizaciones particulares?

Este punto lo tenemos muy avanzado en el proyecto GUCOM (GALINDO, en prensa a), lo que necesitamos es la conexión con los objetos y la conceptualización general. De todo esto hay apuntes abundantes, aunque no muy claros del todo, sobre todo en lo particular. Por ejemplo, sabemos que el objeto central de la Comunicología histórica en general son los medios de difusión masiva, sabemos que las definiciones generales de comunicación están relacionadas con esta dimensión de la comunicación, la difusión masiva de mensajes. Pero sabemos también que hay otros objetos, como el muy evidente de la

conversación, por ejemplo. Las diversas comunicologías se mueven en buena parte a partir de este objeto central, pero las conceptualizaciones no son las mismas en el momento de presentar las representaciones del asunto, en un sentido espacial, y del movimiento del asunto, en un sentido temporal¹⁶. Aquí la epistemología constructivista tiene mucho en qué apoyar para distinguir y especificar partes y todo, en un momento de construcción conceptual, y en el proceso de varios momentos de construcción conceptual.

Así, por ejemplo, los medios son conceptualizados de forma distinta por las aproximaciones de la sociología crítica y de la sociología cultural, y la diferencia aumenta si aparecen la sociología funcionalista o la cibernética. Aunque en ocasiones parece que la base de la matriz conceptual general es la sociología funcionalista, sólo con valores ideológicos distintos en el momento de enjuiciar las situaciones, lo cual es muy importante explicitar en sus particulares formas constructivas.

7.3.6. ¿Cuáles son los autores, las obras, los momentos y los lugares relevantes?

Todo el proceso de revisión crítica se basa en la indagación sobre cuáles son los autores, las obras y los momentos y los lugares clave, desde los cuales se construyen o se reconfiguran las genealogías. Sobre esto tenemos ya mapas suficientes, y después del trabajo descriptivo historiográfico (GALINDO, 2005^a) y (GALINDO, en prensa a), ahora avanzamos a fondo en la decantación de los procesos constructivos conceptuales, desde una perspectiva constructivista.

¹⁶ En este punto siguiendo la propuesta constructivista de Piaget: una cosa es la propuesta general conceptual de una teoría o perspectiva teórica, que es en ocasiones casi un lugar común dentro de su propio discurso, y otra la reconstrucción de las distintas versiones que de una propuesta existen. Una propuesta tiene historia, antecedentes, versiones previas. Y, por supuesto, cambios hacia el futuro, reconfiguraciones, diferencias respecto a versiones anteriores. Eso no suele estar explícito en la presentación de las propuestas, pero es algo que sucede, y si no sucede algo no anda bien desde el punto de vista constructivista.

7.4 ¿NECESITA LA COMUNICOLOGÍA UNA EPISTEMOLOGÍA DISTINTA, SISTÉMICA, CONSTRUCTIVISTA Y COMPLEJA?

La guía seguida, con apoyo en la Epistemología constructivista genética, apunta hacia la relación entre constructivismo y complejidad para analizar a las cuatro epistemologías históricas encontradas en el trabajo historiográfico y su primer análisis: el positivismo, la hermenéutica, la dialéctica y la sistémica¹⁷. Lo que aparece al observarlas en un sentido histórico es que no se encuentran en el mismo plano de operación y organización del conocimiento científico, y eso se debe en buena parte a que surgen en distintos momentos de la Modernidad y su trayectoria epistemológica. La sistémica pertenece al momento histórico más distinto y de aparente ruptura hacia finales del siglo XX (VON FÖERSTER, 1991 y 1998). Ahí se separa de las otras tres y las reorganiza, en algo que forma parte de una nueva etapa histórica, calificada por algunos como postmoderna.

La hipótesis es que la comunicología posible está en la misma configuración histórica, rompe con la genealogía de las ciencias del siglo XIX, forma parte de una emergencia de reconfiguración científica es contemporánea de la sistémica, y ambas son parte de algo nuevo y distinto al curso epistemológico del siglo XIX y buena parte del XX. Si el siglo XX es inestable por su velocidad metabólica, y eso trae como consecuencia la inestabilidad de las estructuras cognitivas del siglo XIX, la sistémica y la Comunicología son parte de la Epistemología y la ciencia de la nueva estabilidad, la que asimila la velocidad, el movimiento, la interacción, el cambio, la inestabilidad social. Representan una estabilidad de un orden de complejidad mayor, superior, inédita. No había hecho falta antes

¹⁷ Sobre este apunte la introducción al texto en prensa "Comunicación, ciencia e historia" es muy claro. Después del trabajo historiográfico sobre las fuentes científicas del pensamiento en Comunicación, el siguiente paso fue el de un trabajo de historia de la ciencia propiamente tal, que requiere entre otros elementos la identificación de los principios constructivos epistemológicos de las fuentes historiografiadas. El resultado fue en principio la hipótesis de las cuatro epistemologías apuntadas, el positivismo, la hermenéutica, la dialéctica y la sistémica.

una perspectiva del movimiento con una premisa de velocidad y relatividad tales; ahora sí es necesaria, y el movimiento que la epistemología genética pretende percibir es parte de la naturaleza de la nueva ciencia de la comunicación: la comunicología general posible.

Las formas científicas del siglo XIX no son comunicológicas, las del siglo XX empiezan a serlo, pero no llegan a tomar esa forma. Este es un punto clave. La Comunicología inaugura y forma parte de una nueva forma de construcción del conocimiento y la vida social, eso que se asocia con la figura de flujos frente a estados, eso que se asocia a la interacción frente a la jerarquía, eso que se asocia a la mundialización frente la vida local aislada, eso que se asocia a la conectividad frente a marginalidad, eso que se asocia a la sociedad del conocimiento frente a la sociedad de comercio material, eso que se asocia a la Internet frente a los verticales medios de difusión, eso que se asocia a la movilidad frente al statu quo. Entonces aparece la pregunta por las epistemologías de las ciencias sociales tradicionales¹⁸. ¿Es la Comunicología una ciencia social? En qué sentido ellas son parte de una cosmovisión que pertenece al pasado, y ya no es vigente. En qué sentido proponen un mundo que es, que fue o que aún podría ser. Y por tanto en dónde se da la ruptura con la comunicología, y en dónde hay cierta continuidad. La hipótesis del proyecto es que aún aceptando la perspectiva de continuidad, lo que aparece es una ruptura. Las ciencias sociales no son comunicología, la comunicología no es ciencias sociales. Por lo menos no lo que aparece en el siglo XIX y se continúa en el siglo XX. Y quizás la hermandad se presenta en la ruptura de las

18 Esta pregunta es clave, por lo que se apuntaba en otra parte. La genealogía del pensamiento conceptual en comunicación tiene una presencia grande del mundo de las sociologías. Un acuerdo no reflexionado a fondo en el campo académico de la comunicación es la aceptación de las ciencias de la comunicación como ciencias sociales. Pero sucede que en el pensamiento en comunicación hay más que ciencias sociales, incluso pensamiento como el cibernético aplicado a las ciencias sociales es evaluado como social, sin considerar su origen y principios constructivos distintos a los sociológicos.

propias ciencias sociales en la segunda parte del siglo XX¹⁹, y el pensamiento sistémico es parte importante en el asunto, junto con el constructivismo y la complejidad²⁰.

La idea entonces es que la comunicología general posible necesita ser constructivista y compleja, y que el pensamiento sistémico es el cimiento de toda la propuesta. Y que la comunicología general no sólo será social, sino cosmológica, o que quizá enfocándose en lo social puede dialogar y relacionarse con lo que tiene tantas dificultades de relación la ciencia social, la lógica del mundo físico, químico, biológico y más allá. En definitiva es algo muy distinto a la Comunicología histórica, y en ese sentido tiene más relación con la memética, con la mediología histórica, con la informática, con la biblioteconomía. Y desde esa nueva matriz retoma las genealogías de la filosofía, la antropología, la sociología, la psicología, la economía, la lingüística y la cibernética.

La comunicología necesita una epistemología distinta, ¿sistémica, constructivista y compleja? Este es el reto del proyecto. Y el punto de partida es la imagen general de la necesidad de una nueva epistemología para el mejor desarrollo de una ciencia de la comunicación. Lo que también implica que quizás los conceptos de epistemología y de ciencia están forzados en la perspectiva de una comunicología posible. Quizá todo es más diferente de lo que aparece en un primer escenario. Quizá la comunicación que necesita el mundo del futuro no parte ni se fundamenta en algo presente. Quizá podría ser la comunicación el escenario mismo de algo tan distinto que todo este ensayo es un balbuceo de algo que lo trasciende por el momento.

19 Las propias ciencias sociales están bajo observación reflexiva en los últimos años. El proyecto de origen humanista del siglo XIX parece tener límites hacia finales del siglo XX. Y por otra parte lo social puede observarse con gran riqueza desde puntos de vista antes no tolerados por la sociología oficial ortodoxa, desde la física, la biología, la química, las ciencias cognitivas. Lo social no es ahora lo que solía ser sociológicamente hablando.

20 Han sido el constructivismo y el pensamiento sistémico los que han ido al rescate de la fragmentación del conocimiento, incluidas las ciencias sociales. Bajo el llamado paradigma de la complejidad ha surgido la oportunidad de reorganizar de nuevo el mapa del conocimiento, sus coordenadas, sus figuras de relación y asociación.

Si la epistemología genética parece una buena opción para ordenar la información bajo una matriz que incluye a la lógica formal y a la dialéctica situacional en la forma de cierta concepción de las estructuras cognitivas, entendidas estas como lo que construye lo que conocemos del mundo, ya sea para entenderlo o para actuar en el, no es suficiente. La comunicología necesita, además, la dimensión interactiva del asunto, la concepción cosmológica de una ecología de relaciones donde la mente es una configuración sistémica compleja de diversos niveles y configuraciones sociales y no sociales. Y eso no lo tiene la epistemología genética, por lo menos no en principio. La epistemología en general está condicionada en exceso por una concepción de mente localizada aún en un sujeto, la comunicología supone una mente no localizada, sino distribuida, estructurada en matrices de relación e interacción.

Por tanto, el proyecto GUCOM asume las herramientas que le permite el momento que vive en el mundo académico, pero también exige nuevas formas de comprender lo cognitivo y lo epistemológico, necesita una epistemología de relaciones, no de estados; de interacciones, no de sujetos. Necesita nuevas estructuras cognitivas, en el lenguaje constructivista, que aún no podemos nombrar con claridad, pero que no por eso son menos urgentes. Tan urgentes son como convivir con un mundo que se mueve a una velocidad que las estructuras cognitivas actuales no alcanzan.

7.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, James y Geoffrey Baym (2004). "Philosophies and philosophic issues in communication, 1995-2004", en *The state of the art in communication. Theory and research, Part I*, Journal of Communication, diciembre 2004, vol 54, no. 4, ISSN 0021-9916. Oxford: University Press.

BERGER, Peter y Luckmann, Thomas (1979). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

- BERTALANFFY, Ludwig V. (1979). *Perspectivas de la teoría general de sistemas*. Madrid: Alianza.
- BOLAÑO, Cesar; MASTRINI, Guillermo y SIERRA, Francisco (Eds.) (2005). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.
- BLACKMORE, Susan (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- BRYANT, Jennings y Dorian Miron (2004). *Theory and Research in mass communication*. En *Journal of communication*, vol 54, número 4, diciembre. Oxford: University Press.
- BUCKLEY, Walter (1977). *La sociología y la teoría moderna de los sistemas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- CRAIG, R. T. (1999). *Communication theory as a field*. En *Communication Theory*, número 9, p. 119-161.
- CAPURRO, Rafael (2003). *Epistemología y ciencia de la información*. En *Memorias del V encuentro nacional de investigación en ciencia de la información*. Belo Horizonte: Brasil, 10 de noviembre de 2003.
- DEBRAY, Régis (2001). *Introducción a la mediología*. Barcelona: Paidós.
- DE MORAGAS, Miguel (ed.) (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DE MORAGAS SPA, Miquel (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FERRATER Mora, José (1984) *Diccionario de filosofía*. Madrid: Alianza.
- FERRER Rodríguez, Eulalio (1982). *Comunicación y comunicología*. México: EUFESA.
- FUENTES Navarro, Raúl (1998). *La emergencia de un campo académico*. Guadalajara: ITESO-Universidad de Guadalajara.
- _____. (1992). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México: FELAFACS-CONEICC.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (coordinador) (En prensa a) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw Gill.

- _____, y RIZO GARCÍA, Marta (coordinadores) (En Prensa b) Historia de la comunicología, León: Universidad Iberoamericana.
- _____. (2006a) Comunicología e Interacción. La dimensión de la comunicación en el proyecto Hacia una Comunicología posible. En Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina, Volumen II, de Lenin Martell Gámez, Marta Rizo García y Aimée Vega Montiel (coordinadores). México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, abril de 2006, p. 217-258.
- _____, Luis Jesús, CÁRDENAS, Tanius Karma y RIZO GARCÍA Marta (2005a). Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- _____. (2004a). Apuntes de historia de una comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria. En Redes.com, Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación, número uno, 2004. Sevilla: Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo, p. 233-243,
- _____. (2004b) Hacia una comunicología posible en México. Notas preliminares para un proyecto de investigación. En Revista Comunicología@: indicios y conjeturas, Publicación Electrónica del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Primera Época, Número 2, Otoño 2004, Ciudad de México, http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=66&Itemid=97
- _____. (2004c). Sistémica y comunicología. Explorando la complejidad del mundo social contemporáneo. En Razón y Palabra, Número 40, agosto-septiembre de 2004, agosto 27 de 2004, ITESM-Cem, Estado de México, <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/actual/jgalindo.html>
- _____. (1985). La universidad y la enseñanza de la comunicación: El caso de la Universidad Iberoamericana. Cuadernos del TICOM, número 37, México: UAM-X.
- GARCÍA, Rolando (2006). Sistemas complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria. Barcelona: Gedisa.

- _____. (2000). El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de sistemas complejos. Barcelona: Gedisa.
- _____. (Coordinador general) (1997). La epistemología genética y la ciencia contemporánea. Homenaje a Piaget en su centenario. Barcelona: Gedisa.
- GARRIDO, Manuel; VALDÉS, Luis M.; ARENA Luis (coordinadores) (2005). El legado filosófico y científico del siglo XX. Madrid: Cátedra.
- GERGEN, Kenneth J. (1996). Realidades y relaciones. Barcelona: Paidós.
- GONZÁLEZ, Sergio (1997). Pensamiento complejo. Bogotá: Magisterio.
- HACKING, Ian (1996). Representar e intervenir. México: Paidós-UNAM.
- HOUDÉ, Olivier et al. (2003). Diccionario de ciencias cognitivas, Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- JOHNSON, Steven (2003). Sistemas emergentes. Madrid: Turner-Fondo de Cultura Económica.
- LEWIN, Roger (1995) Complejidad. El caos como generador del orden. Barcelona: Tusquets.
- LUHMANN, Niklas (1991) Sistemas sociales. México: UIA-Alianza.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1994). La producción social de comunicación. México: Alianza.
- MATTELART, Armand y Mattelart, Michelle (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós.
- MATURANA, R. Humberto (1996). La realidad: ¿objetiva o construida? Barcelona: Antrhopos-UIA-ITESO.
- _____. (1997). La objetividad. Un argumento para obligar. Santiago: Dolmen.
- _____. y Varela, Francisco (1989). El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del conocimiento humano. Madrid: Debate.
- MOLES, Abraham y Rohmer, Elizabeth (1983). Teoría estructural de la comunicación y la sociedad. México: Trillas.
- MORIN, Edgar (1996). Introducción al pensamiento complejo. Barcelona: Gedisa.

- MUÑOZ, Jacobo y VELARDE, Julián (editores) (2000). Compendio de epistemología. Madrid: Editorial Trotta.
- NICOLIS, Grégoire y PRIGOGINE, Ilya (1994). La estructura de lo complejo. Madrid: Alianza Editorial.
- PAKMAN, Marcelo (comp.) (1997). Construcciones de la experiencia humana (dos volúmenes). Barcelona: Gedisa.
- PIAGET, Jean y GARCÍA, Rolando (1989). Hacia una lógica de significaciones. México: Gedisa.
- _____. (1982). Psicogénesis e historia de la ciencia. México: Siglo XXI Editores.
- PIAGET, Jean (1979a). Tratado de lógica y conocimiento científico I. Naturaleza y métodos de la epistemología. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- _____. (1979b). Tratado de lógica y conocimiento científico VII. Clasificación de las ciencias y principales corrientes de la epistemología contemporánea. Buenos Aires: Paidós.
- _____. (1978). La equilibración de las estructuras cognitivas: problema central del desarrollo. México: Siglo XXI.
- _____. (Director) (1972). Lógica y conocimiento científico. 6. Epistemología de las ciencias humanas. Buenos Aires: Editorial Proteo.
- RIZO, Marta (2004). Manuales de teorías de la comunicación: análisis desde la Comunicología. En el Portal del INCOM, Universidad Autónoma de Barcelona. http://www.portalcomunicacion.com/esp/dest_comunicologia.html
- QUINTANILLA, Miguel A. (Dir.) (1985). Diccionario de filosofía contemporánea. Salamanca: Sígueme.
- RODRIGO Alsina, Miguel (2001). Teorías de la comunicación. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- SCHRAMM, Wilbur (1975). Investigación de la comunicación en los Estados Unidos. En: La ciencia de la comunicación humana. México: Editorial El Roble.
- SMITH, Alfred G. (comp.) (1976). Comunicación y cultura (3 volúmenes). Buenos Aires: Nueva Visión.

TORRICO VILLANUEVA, Erick (2004). Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación. Buenos Aires: Norma.

VASSALLO DE LOPES, Maria Immaculata (2003) Epistemologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola.

VON BERTALANFY, Ludwig (1995). Teoría general de los sistemas. México: Fondo de Cultura Económica.

VON FOERSTER, Heinz (1991). Las semillas de la cibernética. Barcelona: Gedisa.

_____. (1998). Sistémica elemental. Medellín, EAFIT.

WAGENSBERG, Jorge (1994). Ideas sobre la complejidad del mundo. Barcelona: Tusquets.

_____. (1998). Ideas sobre la imaginación impura. Barcelona Tusquets.

WIENER, Norbert (1981). Cibernética y sociedad. México: CONACYT.

_____. (1985). Cibernética. Barcelona: Tusquets.

WINKIN, Yves (editor) (1984). La nueva comunicación. Barcelona: Kairós.

ANEXO A

AUTORES

ÁNGELA GARCÉS MONTOYA

Historiadora, magíster en Estética. Líder del grupo de investigación *Discurso, Organización y Política*, en la línea de investigación *Comunicación y Culturas Juveniles*. Docente-investigadora Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín. Publicaciones: *Nos-Otros los Jóvenes*; *Polisemias de las Culturas y los Territorios Musicales en Medellín*; *Pensar la Comunicación*, y múltiples artículos en revistas especializadas. Direcciones electrónicas: agarces@udem.edu.co, culturasjuveniles@gmail.com

ÉRIKA JAILLIER CASTRILLÓN

Comunicadora social-periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia, 1995), licenciada en Lenguas Modernas de la misma universidad (Medellín, 2004), Especialista en Literatura con énfasis en Producción de Textos e Hipertextos de la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, 2003), DEA en Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universidad Stendhal Grenoble 3-Francia (2001) y doctora de esta misma universidad (noviembre 2006).

Docente-investigadora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana desde 1995. Miembro activo del grupo de Investigación GRESEC (Universidad Stendhal) y del grupo EAV (Universidad Pontificia Bolivariana). Direcciones electrónicas: erika.jaillier@upb.edu.co, ejailier@yahoo.com.

JESÚS GALINDO CÁCERES PH. D.

Licenciado en Comunicación con especialidad en Investigación Social de la Comunicación, por la Universidad Iberoamericana; magíster en Lingüística, con especialidad en Análisis del Discurso y Sociolingüística, por la Escuela Nacional de Antropología e Historia; doctor en Ciencias Políticas y Sociales, con especialidad en Antropología Urbana, por la Universidad Iberoamericana. En cuanto a la actividad docente, el profesor Galindo es un destacado investigador con una trayectoria ininterrumpida desde hace 25 años. Entre sus temas de investigación destacan sus trabajos en torno a la transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México: Genealogías, Cartografías y Prácticas Culturales en el Siglo XX; de igual manera, destacan sus trabajos en torno a Sociedad, Cultura y Comunicación. Desde 1984 ha publicado numerosos trabajos en concordancia con sus temas de investigación. Ha sido docente en la Universidad Iberoamericana, en el ITESO, en la Universidad del Tepeyac, en la Escuela Nacional de Antropología e Historia, y ha impartido más de cien cursos como profesor invitado en instituciones de México, Colombia, Brasil, Perú y España. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores desde el año de 1987. En relación con la investigación pertenece a los siguientes grupos: AMIC, GACI, RECIBER, REDECOM y GUCOM. Dirección electrónica: *arewara@yahoo.com*

JOSÉ MANUEL VALENZUELA ARCE

Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología por El Colegio de México. profesor-investigador del Departamento de Estudios Culturales de El Colegio de la Frontera Norte; miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel III) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Sus investigaciones han abordado temas relacionados con cultura e identidad, fronteras culturales, movimientos sociales, culturas juveniles, consumos culturales, sociología urbana y cultura popular.

Entre sus publicaciones se encuentran: *Oye cómo va. Recuento del rock tijuanaense* (1999), *Jefe de jefes. Corridos y narcocultura en México*. (2002), *Por las fronteras del norte. Una aproximación cultural a la frontera México-Estados Unidos* (Coord.) (2003), *Los estudios culturales en México* (Coord.) (2003), *Renacerá la palabra* (2004) y *Paso del norte. This is Tijuana* (2004), José Manuel Valenzuela ha publicado más de 25 libros como autor y coordinador, y cuenta con múltiples publicaciones en revistas especializadas. Dirección electrónica: mec@dns.colef.mx

JOSÉ MIGUEL PEREIRA G.

Comunicador social. Estudios de maestría en Filosofía. Profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. Fue director del Departamento de Comunicación entre 1998 y el 2002 y director de la carrera de Comunicación Social entre el 2002 y el 2006. Actualmente coordina académicamente la Cátedra UNESCO de Comunicación. Miembro del ORBICOM, ALAIC, AIERI y del grupo de investigación en "Comunicación, Medios y Cultura" de COLCIENCIAS. Algunas publicaciones: "Comunicación y sociedad: algunas problemáticas y desafíos", en *Revista Signo y Pensamiento* N° 31. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 1997; "Colombia, sociedad y comunicación: desafíos en tiempos de globalización", en *Anuario UNESCO-UMESP*, N° 3, Sao Paulo, Universidad Metodista, 2000; "Comunicación y ciudadanía: la radio y la televisión comunitaria en Colombia", en *Revista Signo y Pensamiento* N° 38, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2001; "Educación superior e investigación en comunicación en Colombia", en *Revista Escribanía* N° 8, Manizales, Universidad de Manizales, 2002; Coeditor de los libros *Comunicación, cultura y globalización* (2003), Bogotá, Ceja-UNESCO; *Tecnocultura y Comunicación* (2005), Bogotá, Centro Editorial Javeriano –UNESCO– Ministerio de Comunicaciones y, *Entre miedos y goces: comunicación, vida pública y ciudadanías* (2006), Bogotá, Ceja, UNESCO. Dirección electrónica: Afacom.jmpereira@javeriana.edu.co

LUIS BELTRÁN PÉREZ ROJAS, PH. D.

Doctor en Psicología de la Atlantic Internacional University, (EE.UU.), Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín. Actualmente coordina la UOC de investigación y es miembro activo de ALAPSA, REDCOM, GUCOM; el profesor Pérez también es coordinador del Grupo SIGMA, reconocido y clasificado por COLCIENCIAS, el cual tiene dos líneas de investigación: una en Epistemología de la Comunicación y otra en Imaginarios. Algunas de las publicaciones más recientes son las siguientes: La comunicación: aportes para la discusión en torno a su objeto de estudio como paradigma de la mente; La comunicación como paradigma de la mente, un aporte desde la psicología cognitiva; Epistemología de la comunicación: una visión desde el estructuralismo, la filosofía de la ciencia y la teoría crítica; Enfoques de los campos de aplicación de la comunicación en el debate actual de las ciencias sociales; Imaginarios sobre el afecto, una mirada desde la psicología; Desarrollo psicomotriz; Teorías del desarrollo; Teorías del aprendizaje; Deserción de los estudiantes de la Universidad de Medellín; Prospectiva de la universidad ante las condiciones cambiantes del mundo actual (dos entregas). Direcciones electrónicas: *lbperez@udem.edu.co*, *luisbeperez@hotmail.com*

LUZ MARINA CRUZ HENAO

Licenciada en Educación Artística de la UPB y especialista en Gerencia de Proyectos de la UPB de Medellín, se ha desempeñado como Coordinadora de Política Pública de Juventud en la Subsecretaría Metrojuventud de la Secretaría de Cultura Ciudadana de Medellín. Ocupa el cargo de Subsecretaria de Metrojuventud durante 2007. Tiene amplio recorrido en el sector público en asuntos de juventud, toda vez que se ha desempeñado en esta dependencia desde su creación en 1994. Ello le ha permitido estar al frente de los procesos participativos que han establecido los acuerdos municipales de la Política Pública Municipal de Juventud y del Plan Estratégico de Desarrollo Juvenil 2006-2015.

ANEXO B

INFORMACIÓN

GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

NOMBRE DEL GRUPO	DISCURSO, ORGANIZACIÓN Y POLÍTICA
LÍDER DEL GRUPO CONTACTO	ÁNGELA GARCÉS MONTOYA <i>agarcés@udem.educo, culturasjuveniles@gmail.com</i> Teléfono: 340 55 08
INTEGRANTES	GLADYS LUCÍA ACOSTA VALENCIA LUIS HORACIO BOTERO RAÚL ALBERTO BOTERO TORRES
PRESENTACIÓN	El Grupo de Investigación pertenece al Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad de Medellín, se encuentra homologado con COLCIENCIAS en clasificación A, máxima categoría obtenida gracias a sus desarrollos en investigación y los amplios procesos de divulgación y socialización del conocimiento.
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	Discurso y Comunicación Comunicación y Culturas Juveniles
METODOLOGÍAS	Análisis Crítico del Discurso Etnografía
PROYECTOS INVESTIGACIÓN TERMINADOS	Discurso del Comunicador Corporativo. De lo privado a lo público desde los discursos gerenciales. Análisis de la implementación de la reingeniería a un municipio colombiano, en el periodo 2000-2004 Sujeto joven en contexto rural. Una aproximación a través de las agrupaciones juveniles Culturas juveniles contemporáneas. Una aproximación antropológica.

ANEXO B

PROYECTOS INVESTIGACIÓN EN CURSO	Estado del Arte en investigación en Juventud. Medellín, 2004-2006 Mediaciones musicales juveniles
LIBROS PUBLICADOS	Construcción de identidad y función política en el discurso del director de comunicaciones Estudios del discurso en Colombia Comunicación pública. Nos-Otros los jóvenes. Polisemias de las culturas y los territorios musicales en Medellín. Pensar la comunicación
PUBLICACIÓN EN REVISTAS	Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación Reflexión Política Estudios del Discurso - ALED Última Década. Estudios de Juventud Versión. Estudios de Comunicación y Política
PONENCIAS	Federación Latinoamérica de Facultades de Comunicación- FE-LAFACS. Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación - ALAIC Simposio Latinoamericano de Identidad y Memoria Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso - ALED
...	
NOMBRE DEL GRUPO	SIGMA
LÍDER DEL GRUPO CONTACTO	LUIS BELTRÁN PÉREZ ROJAS <i>lbperez@udem.edu.co</i> <i>luisbeperez@hotmail.com</i> Tel: 315-4688080
INTEGRANTES	NORMAN VELÁSQUEZ CARLOS ANDRÉS ARANGO
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	Epistemología de la comunicación Imaginarios
PROYECTOS INVESTIGACIÓN TERMINADOS	Imaginarios de la comunicación de los estudiantes de Comunicación de la ciudad de Medellín Deserción de los estudiantes de la Universidad de Medellín

PROYECTOS INVESTIGACIÓN EN CURSO	Estado actual de la investigación Formativa de la Universidad de Medellín
-------------------------------------	---

PUBLICACIONES	La comunicación: aportes para la discusión en torno a su objeto de estudio como paradigma de la mente. La comunicación como paradigma de la mente, un aporte desde la psicología cognitiva. Epistemología de la comunicación: una visión desde el estructuralismo, la filosofía de la ciencia y la teoría crítica. Enfoques de los campos de aplicación de la comunicación en el debate actual de las ciencias sociales. Imaginarios sobre el afecto, una mirada desde la psicología.
---------------	---

PONENCIAS	XI Encuentro latinoamericano de facultades de comunicación. Mesa 6 Incidencia de los imaginarios en la comunicación interpersonal de los jóvenes que estudian Comunicación en la ciudad de Medellín. II Congreso Iberoamericano de comunicación. 2003 Incidencia de los Imaginarios en la Comunicación interpersonal, V Congreso Centroamericano de Antropología UNAM- Universidad Autónoma de Managua, 2004 ¿Sin imaginarios no hay comunicación? LA PLATA, Argentina, 2004.
-----------	--

NOTA: Algunas de estas ponencias fueron enviadas, aceptadas y publicadas en las memorias de los respectivos congresos.



Investigación en comunicación. Vigencia y prospectiva
Juventud, identidad y comunicación • Epistemología de la comunicación

Se terminó de imprimir en agosto de 2008
en Logofomas S.A.

Para su elaboración se utilizó papel Propal libros 75 gr
en páginas interiores y en carátula Propalcote 250 BD
la fuente usada es Myriad Pro a 12.5 puntos