

Estudios culturales y diálogos con la investigación en estudios políticos, comunicación social y periodismo*

Fabio López de la Roche

Profesor Asociado. Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, Iepri, de la Universidad Nacional de Colombia. Coordinador del Grupo de Investigación Comunicación, Cultura y Ciudadanía de dicho instituto. Director, entre enero de 2002 y noviembre de 2003, del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura, IECCO, de la misma universidad.

En este texto se plantearán algunas ideas sobre posibilidades de confluencia en la investigación entre los estudios políticos (entendidos no como ciencia política, sino como aproximaciones interdisciplinarias entre distintas ciencias sociales que se ocupan de la política, de lo político y del poder), los estudios culturales y la investigación sobre comunicación social y periodismo.

De entrada se debe observar que un reto importante para nuestras ciencias sociales, sobre todo para la sociología y los estudios políticos, aunque también para otras disciplinas sociales en Colombia, tiene que ver con asumir el giro lingüístico. Mucho se ha hablado del giro lingüístico en las ciencias sociales, pero en la práctica hemos tenido mucha dificultad para asumirlo. Creo que en esa dirección los estudios culturales y los estudios de comunicación, dos campos que podríamos ver por separado o de manera interrelacionada según la tradición en la cual se inscriba el investigador, aportan elementos muy importantes para pensar el problema de las significaciones sociales y la cuestión de la construcción de sentidos desde los dispositivos mediáticos, y la interacción que con ellos y sus mensajes construyen los diversos públicos de medios. En los últimos años han estado muy en boga definiciones sociosemióticas de la cultura, que la definen

* Comunicación presentada al Pánel Estudios culturales durante el Congreso Internacional Nuevos paradigmas transdisciplinarios en las Ciencias Humanas, CES, Universidad Nacional de Colombia, abril de 2003.

como "el ámbito de producción, circulación y consumo de significaciones"¹. En este punto tenemos muchos retos; por ejemplo, los retos de una formación lingüística y política para pensar las articulaciones entre ficción y realidad, hoy, alrededor de la información sobre la guerra en Irak, así como alrededor de la producción de la información acerca del conflicto armado en nuestro país. Y más allá de la noción de ficción que acabo de utilizar, la formación política y lingüística es necesaria para pensar también los géneros de ficción y de entretenimiento (dramatizados, telenovelas, realities, concursos, magazines, deportivos, humorísticos, musicales, etc.) en sus interrelaciones recíprocas con las culturas. Hacia el final de esta presentación, me referiré a estos géneros.

Tal vez esas dificultades para asumir el giro lingüístico en nuestras ciencias sociales tengan que ver con el precario desarrollo en nuestro medio de los estudios semiológicos, que nunca alcanzaron el desarrollo que en países como Argentina habían logrado ya desde los años sesenta y setenta en los primeros trabajos de Eliseo Verón y otros estudiosos que continuaron esa tradición desde el diálogo con los trabajos de Julia Kristeva, del grupo Tel Quel, y de Barthes. Esa articulación entre pensamiento crítico, de inspiración althusseriana o de otras vertientes marxistas, con el análisis semiológico, que ha hecho decir al comunicólogo argentino Héctor Schmucler, recordando los años sesenta y setenta, que para nosotros la semiología era un instrumento revolucionario que develaba la ideología oculta en el texto², tampoco se tradujo en nuestro medio en trabajos importantes que se publicaran y sembraran una tradición investigativa temprana sobre la cuestión de las significaciones y los sentidos, y la articulación de estos con las ofertas de mensajes, símbolos y valores de los medios de comunicación de masas. Además, apenas hace unos diez años han empezado a conocerse los estudios de recepción y, hace unos pocos, a realizarse en nuestro medio. Generalmente su circulación se restringe a círculos de

lectores especializados muy reducidos, de comunicólogos y estudiantes de comunicación³.

Los profesores y los estudiantes hablamos mucho de interdisciplinariedad en nuestras universidades, pero a la hora del trabajo investigativo, del trabajo teórico y del trabajo metodológico, sobre todo, se observa muy poca apertura a ella. Me refiero, por ejemplo, a la posibilidad que analistas políticos y sociólogos creen modelos de análisis de discursos de medios, modelos semiológicos de análisis; a la posibilidad de asumir ciertos tipos de trabajo y recolección de muestras que exige hoy día la investigación en comunicación social o en comunicación política. Por ejemplo, investigar sobre la representación televisiva de esta última guerra de Irak implica grabar noticieros y formatos de opinión, implica construir corpus de análisis para la investigación de esos productos audiovisuales y de sus propuestas de lectura de los acontecimientos⁴. Y si la intención es indagar por la influencia social o los efectos político-ideológicos de esos productos mediáticos sobre algunos grupos de la población, se requieren aproximaciones etnográficas desde la recepción televisiva para abordar los procesos de consumo, asimilación y usos sociales de esos productos y mensajes mediáticos.

La investigación sobre medios está posibilitando la renovación de la noción de fuentes y documentos para la investigación histórica. Si en su momento la historia oral aportó enormemente al reconocimiento de una nueva fuente para la investigación histórica, hoy día tendríamos que reconocer el valor de la fuente audiovisual para historiar el pasado reciente así como empezar a reconocer, valorar y cuidar el patrimonio cultural audiovisual. Si bien hemos avanzado en Colombia en el cuidado y en el reconocimiento del patrimonio fílmico a través de Patrimonio Fílmico Colombiano, en la práctica de la escritura de la historia tenemos que avanzar

1. Véase García-Cañclini, Néstor. "Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina". En: Herlinghaus, Hermann y Monika Walter (editores). *Posmodernidad en la periferia. Enfoques latinoamericanos de la teoría cultural*. Berlín: Editorial Langer, 1994, p. 123.
2. Mangone, Carlos; Silvia Méndez y Mariano Mestman. Entrevista a Héctor Schmucler. Estudios de comunicación en América Latina: del desarrollo a la recepción. Revista *Causas y Azares*, 1, Buenos Aires, Primavera de 1994.

3. Dos trabajos importantes sobre recepción de medios de comunicación en Colombia son los de Jesús Martín-Barbero y Sonia Muñoz (coords.), *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992; y López de la Roche, Maritza et al. Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios, Ministerio de Comunicaciones-Bienestar Familiar-Proyecto de Comunicación para la Infancia, Bogotá, 2000.
4. Algunos aspectos teóricos y metodológicos de este tipo de investigaciones se pueden observar en el artículo de Dan Hallin. "Imágenes de guerra en la televisión norteamericana. Vietnam y el Golfo Pérsico". En: Veyrat-Masson, Isabel y Daniel Dayan. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa, 1997.

en una valoración de los archivos audiovisuales para la escritura de la historia, así como en una renovación de las nociones de patrimonio porque, desgraciadamente, en el caso del patrimonio fonográfico (las grabaciones de la Radiodifusora Nacional de Colombia) y en el del patrimonio televisivo, absolutamente descuidado en sus archivos por Inravisión tanto de noticieros como de ficción, estamos observando una desidia y una incapacidad muy notoria de pensar el patrimonio audiovisual.

Los estudios culturales han aportado al enriquecimiento metodológico de las disciplinas sociales y humanísticas y se reflexiona sobre la integración de metodologías cualitativas con metodologías cuantitativas, muy importantes porque, tradicionalmente, a los estudios culturales se les ha asociado a la investigación cualitativa, a la etnografía, a la observación participante, pero hay tendencias fuertes en cuanto una concepción más integral de los métodos y mayor atención por las encuestas y por metodologías cuantitativas.

Existen algunas posibilidades de encuentro entre los estudios sobre comunicación y cultura, comunicación de masas y periodismo, y el análisis político. En este momento, a pesar de que hay un creciente interés en algunos sectores intelectuales y políticos por pensar los problemas de la relación entre comunicación y democracia en el país, parece que esa relación no interesa a los politólogos ni a los políticos (con algunas excepciones), si hablamos de la práctica política, tema que podría ser objeto de propuestas de política pública. Temas tan importantes para la democracia como la concentración de medios a la cual asistimos y el empobrecimiento del debate público en Colombia; la reducción radical de voces y lecturas de la realidad, producida en los últimos años, desde 1998 hasta hoy, con el paso de 15 noticieros televisivos a 4 y la práctica desaparición del género de opinión televisiva; el hecho de estar en manos de un solo periódico de circulación nacional diaria y la conversión de un diario centenario como *El Espectador* en un semanario en otras sociedades merecerían un debate público muy fuerte, pero en Colombia no entran en la deliberación ciudadana.

Estos temas de la relación comunicación y democracia, comunicación y pluralidad político-ideológica, política, comunicación y pluralidad cultural deberían estar no sólo en las agendas de investigación de las facultades de ciencias políticas y de comunicación social y periodismo, sino que también deberían hacer parte del referendo y de las propuestas de

reforma política. Lo ha dicho el Defensor del Pueblo, Eduardo Cifuentes⁵: el tema de la concentración de los medios debería estar en el referendo por encima de otros asuntos puestos allí por visiones moralistas, como la dosis personal, la abolición de la legalización de la dosis personal y otro tipo de asuntos que no dan la talla en ese referendo, que debería estar posicionado como parte de una agenda política ciudadana para la reforma democrática de nuestras instituciones.

En la relación entre estudios políticos y comunicación, más precisamente sobre cultura política y comunicación, hay un tema muy importante para la paz, para la búsqueda de alternativas de reconciliación nacional: cómo se relacionan las concepciones de la comunicación de los distintos actores armados con sus percepciones del conflicto, del sistema político colombiano y de la democracia colombiana. En este punto es muy importante para la democracia y para una evaluación de la calidad de las adhesiones de distintos actores institucionales o colectivos a los valores democráticos, tener en cuenta sus concepciones de la comunicación. Pensemos lo problemático que resulta, pero también en lo expresivo de los desacuerdos políticos y simbólicos que subyacen al conflicto armado colombiano, que un dirigente guerrillero de las Farc exprese a los medios de comunicación que el 70% de la población los acompaña en su causa, sin preocuparse por tener instrumentos confiables para medir o constatar eso. Uno no puede dejar de preguntarse por la problemática relación de la guerrilla con las encuestas como instancia de medición de la opinión, encuestas que permanentemente invalidan como propias de un sistema informativo burgués, las cuales no tendrían nada que decir en términos objetivos de las adhesiones de la sociedad a los distintos proyectos políticos o político-militares.

Declaraciones como la del comandante del ejército a la conductora del programa de opinión *La Noche*, afirmando que la acción terrorista contra el club El Nogal, atribuida a la guerrilla de las Farc, es "el último coletazo de la fiera herida", dan mucho qué pensar. Declaraciones de este tipo ponen a pensar en las estrategias comunicativas de los actores armados (en este caso el actor armado institucional) y en cómo afectan la calidad y la verdad de la información sobre asuntos clave de la vida del país. En este caso, las percepciones que se construyen mediáticamente en torno a la eficacia de la acción

5. En el momento de la realización del panel, el Defensor del Pueblo era Eduardo Cifuentes.

militar oficial y las sensaciones de estar ganando la guerra, se producen desde la lógica del deseo y no desde la fidelidad a los hechos que ocurren en el campo de batalla.

La producción de la comunicación desde la visión de persuasión y de operaciones psicológicas, como lo hizo Estados Unidos en la reciente intervención unilateral en Irak, genera fuertes distorsiones de la información y de la verdad de los hechos. Por consiguiente el periodismo, en una sociedad democrática con una voluntad de preservar la verdad y el equilibrio en la información, requiere que el gremio periodístico tenga una fuerte autonomía, un necesario distanciamiento crítico de la fuente oficial y un conocimiento experto en asuntos militares. Estos aspectos brillan por su ausencia en nuestro país. Además de los efectos perversos sobre la calidad y veracidad de la información, el funcionamiento de la producción de información desde concepciones comunicativas de *persuasión* u *operaciones psicológicas* desde los estamentos militares puede producir visiones equivocadas y desatinadas de la realidad (desde el deseo o la ideología, las cuales no se confrontan con otras interpretaciones distintas de las propias), así como graves dificultades de retroalimentación comunicativa (*feed back*) de la sociedad hacia el actor militar institucional. Esa concepción unilateral de la comunicación (emisor-mensaje-receptor) no siempre permite enterarse de cómo percibe la sociedad al actor armado institucional, ni medir, por ejemplo, problemas de legitimidad y de calidad de la adhesión ciudadana, que tendrían que sondearse a través de una conjunción de metodologías⁶.

6. La oficialidad militar, para referirse a su credibilidad como institución, suele basarse demasiado en las encuestas de opinión, en las que los índices de favorabilidad de la opinión —sobre todo durante el gobierno Uribe— los sitúan en los primeros lugares, a menudo junto a la Iglesia y los medios de comunicación. Sin embargo, la legitimidad de un actor institucional debe medirse a través de distintos métodos para tener evaluaciones de las percepciones sociales del propio desempeño mucho más integrales y precisas. Para situar nuestra preocupación en situaciones recientes o de la coyuntura, podríamos interrogarnos acerca de qué signos y qué mensajes del actor institucional “militares” se envían hacia la opinión extranjera, hacia sectores ilustrados e informados y, en general, hacia la opinión pública interna, hechos como la feria de los dólares hallados por un batallón, enterrados en una caneca en la antigua zona de distensión; los incidentes confusos de Guaitarilla, Cajamarca y Arauca durante 2004, o las recientes quejas sobre la inoperancia de la justicia penal militar hechas por los propios funcionarios del gobierno de Uribe. Una política de comunicación concebida

Tengamos en cuenta, en la medida en que se relaciona con el tema que vamos a abordar a continuación, que esta visión de la comunicación propia de los militares está relacionada, muy probablemente, con su formación en la órbita de influencia norteamericana, muy signada por las visiones instrumentales de la comunicación (*persuasión, énfasis en teoría de efectos, acción psicológica, operaciones psicológicas*), derivadas en gran medida de la Mass Communication Research. Sería deseable que el estamento militar colombiano desarrollara un pensamiento propio sobre comunicación, que le permitiera asumirse en una comunicación de doble vía o pensada desde un sistema de nodos, el cual seguramente ayudaría a cualificar su mirada sobre sí mismo, sobre sus relaciones con la sociedad, las de ésta hacia él, y sobre su legitimidad institucional⁷. Por cierto, y guardadas las proporciones y las diferencias entre actores militares oficiales y extrainstitucionales, algo similar podría decirse de la concepción de la comunicación de las Farc. En general, los militares tienden a compartir concepciones verticales e instrumentales de la comunicación, tradicionalmente identificadas con la propaganda de guerra y la persuasión.

A continuación se pasará del análisis de la cultura política, las concepciones de la información y su relación con el conflicto armado colombiano, tema álgido hoy día en la coyuntura política nacional, a otro tema, esta vez histórico: la relación entre comunicación y política. Se trata de los modelos desarrollistas en política y en comunicación para el desarrollo, exportados en la segunda posguerra desde ciertos centros imperiales de producción de pensamiento sobre el Tercer Mundo, ubicados en importantes universidades norteamericanas. Algunas vertientes de los estudios culturales norteamericanos han venido desarrollando cierta deconstrucción de esos “estudios

unilateralmente desde la persuasión, sin bidireccionalidad o multidireccionalidad en el flujo de mensajes, difícilmente va a fortalecer la legitimidad del actor armado institucional, a concitar un respaldo ciudadano activo al mismo y, mucho menos, a hacer visibles las necesidades y demandas de cambio político, actitudinal o cultural.

7. Algunos elementos de análisis para la comprensión de la relación de las fuerzas armadas colombianas con la comunicación social y el periodismo, se pueden ver en Rey, Germán, “Seminario Fuerza Pública y Periodismo en una sociedad en conflicto armado —Relatoría—”. En: Rincón, Omar y Marta Ruiz (editores). *Bajo todos los fuegos. Los periodistas en el conflicto colombiano*. Proyecto Antonio Nariño para la Libertad de Prensa, Bogotá, julio de 2002.

de área” que financiaron agencias gubernamentales norteamericanas con el propósito de formular políticas de control o de orientación política del desarrollo de los países de Asia, África y América Latina. En el caso de la comunicación para el desarrollo hay que estudiar los modelos de comprensión, y de intervención política, social y cultural, gestados desde Princeton University y otros centros universitarios estadounidenses, y sus visiones de la comunicación para el desarrollo y la democracia política.

La revisión de esta historia puede conducir a pensar en los problemas de la falta de diálogo de las disciplinas sociales (en particular la historia política, el estudio de las relaciones internacionales, la sociología rural y el campo de estudios de la comunicación) para dar cuenta de periodos clave de la historia colombiana de la segunda mitad del siglo XX. El hecho de que las disciplinas hayan funcionado como compartimentos-estanco es supremamente problemático. Uno ve en nuestras ciencias sociales, por ejemplo, que todas las investigaciones sobre Radio Sutatenza y Acción Cultural Popular, ACPO, fundada en 1947 en Sutatenza por el padre Joaquín Salcedo, experiencias pioneras en América Latina, y todo lo que fue el desarrollismo católico desde la comunicación en los años cincuenta, sesenta y setenta, no se cruza con los estudios y las reflexiones de la sociología rural, la historia política o de los movimientos sociales. Comprender el desarrollo rural o la historia política de los años cincuenta, sesenta y setenta, para no hablar del fenómeno populista latinoamericano⁸, es imposible sin tener elementos de análisis de la comunicación funcionalista, sin saber qué fue la Mass Communication Research.

Paradójicamente, o tal vez de manera nada paradójica, vistas las cosas desde otra óptica, en la tradición norteamericana esas dos escuelas, comunicación funcionalista y ciencia política desarrollista, sí marcharon paralelas o por los menos tuvieron más proximidad. He estado releendo algunos estudios de Lucien Pye y Wilbur Schramm, cercanos a Gabriel Almond y Sidney Verba y todos los teóricos de la modernización, escritos que llegaron a América Latina a comienzos de los años sesenta, y es muy interesante ver las construcciones funcionalistas acerca de la comunicación y el

8. Véase al respecto mi artículo, “Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia (1953-1957). Nuevas aproximaciones al populismo en América Latina”. *Signo y Pensamiento*, 29, Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Bogotá, 1996.

desarrollo, sobre todo cómo medir el desarrollo desde la base del número de periódicos, radioreceptores o televisores per cápita en cada país, y otros indicadores parecidos de desarrollo comunicativo⁹.

Parece que es una teoría ligada a una práctica de diseño de políticas imperiales y formas de intervención social, digna de ser revisada desde enfoques que integren preocupaciones de estudios culturales, subalternos y poscoloniales con intereses de conocimiento ligados a la historia de la comunicación social, de la comunicación para el desarrollo y de la tradición latinoamericana de comunicación-cultura.

No encuentro en la investigación latinoamericana una entrada al tema, desde los estudios culturales, que cuestione, como lo han hecho los estudios culturales para otras disciplinas, lo que significó esa comunicación funcionalista como diseño imperial, como “estudios de área”, desde Princeton y otras universidades norteamericanas, para orientar los procesos de modernización y de transición, como se hablaba en el lenguaje de la época, de sociedades agrarias a sociedades capitalistas, de sociedades “sin motivaciones de logro” a sociedades “con motivaciones de logro” (léase deseo de hacer plata), y todo ese proceso de orientación actitudinal que fue la “mass communication research” para nuestros países y para todo el mundo. Uno revisa estos libros y están dedicados a Turquía, Irán, Tailandia, China comunista, a sus experiencias de desarrollo y a cómo articular a ese proyecto desarrollista la comunicación y el desarrollo del periodismo, como campo especializado de la actividad profesional, con sus instituciones, actores y funciones especializadas. Aquí hay que recordar que a nuestro país vinieron teóricos y estudiosos empíricos como Wilbur Schramm a hacer diagnósticos de la comunicación para el desarrollo en los sesenta. Sabemos por la literatura, que Schramm había estado vinculado en Estados Unidos a investigaciones sobre persuasión, propaganda de guerra y operaciones psicológicas, asuntos de defensa y medios de comunicación¹⁰, a toda esa página que en la bibliografía especializada en comunicación se ha denominado “la investigación administrada” o la “investigación administrativa”, en alusión al carácter pago, de investigación por encargo esta-

9. Pye, Lucien W., *Evolución política y comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel, 1969.

10. Véase la nota 2 en la “Introducción”, en Pye, Lucien W., *Evolución política y comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel, 1969, pp. 17-18.

tal, realizada con el fin de orientar desde la acción psicológica comunicativa la comprensión mundial o regional de la política norteamericana durante y después de la segunda guerra mundial, así como la promoción de los intereses estratégicos norteamericanos en el mundo.

Quiero plantear finalmente algunas ideas sobre la investigación acerca del periodismo, y sobre los géneros de la ficción y el entretenimiento. La investigación sobre el periodismo constituye un campo muy descuidado y, a menudo, imperdonablemente subvalorado por la investigación académica, un campo que la investigación académica tendría que tomarse en serio¹¹. Con algunas excepciones (principalmente en la Universidad de Antioquia, en la Facultad de Comunicaciones, en los textos de la *Revista Folios*, y algunos trabajos individuales en algunas escuelas de comunicación capitalinas y regionales, así como en algunas fundaciones o asociaciones que trabajan por la cualificación del oficio periodístico), en el país no se ven muchos esfuerzos de la investigación académica en esa dirección. La investigación empírica y la reflexión teórica sobre géneros, narrativas, sobre periodismo escrito, radial, televisivo y digital, sobre ideologías de la noticia, sobre el campo del periodismo, sobre valores y rutinas de la profesión periodística nacional, regional y local, es una reflexión supremamente necesaria y valiosa con la cual las ciencias sociales, las humanidades y las artes tienen que entrar a dialogar para pensar propositivamente una profesión que frecuentemente la academia piensa con desprecio (el periodismo como un saber de tercer o cuarto orden), sin dimensionar la trascendencia que allí se juega para la democracia y para la construcción de la visibilidad de los asuntos públicos¹².

Las ciencias sociales y las humanidades deben involucrarse también, con toda la seriedad que ello merece, en el estudio de formatos menos serios, como pueden ser *Laura en América*, *El Show de Cristina*, *Betty la fea*, *Sex and the City* o *Friends*, varios de ellos orientados a la tematización de los asuntos privados y de una serie de aspectos y situaciones ligados a la intimidad y la sexualidad, que se volvieron públicos en los últimos años gracias no sólo a los programas citados, sino también a formatos con orientaciones similares en las radios juveniles, a los realities, los magazines y hasta a los propios formatos serios de la información noticiosa, convertidos hoy

en virtud del predominio de los intereses mercantiles, en espacios deportivos, crónicas de la farándula, del fashion y de la vida privada de los famosos.

Habría que precisar, para ser justos, que ese creciente interés contemporáneo por los asuntos de la intimidad y de la vida privada no es sólo el resultado simple de los intereses mercantiles desbordados, sino también de un paralelo y genuino interés, presente en la experiencia cultural contemporánea, por diferentes facetas de la cotidianidad y la privacidad. En ese sentido es pertinente presentar las sugerentes reflexiones de Will Kymlicka y Wayne Norman en su artículo "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía", sobre el creciente interés de la gente por múltiples planos y facetas de la vida privada, que no debe leerse, en opinión de los autores, como un abandono de los escenarios políticos públicos, y un consecuente repliegue desactivador hacia lo privado, sino como una tendencia al enriquecimiento de la vida privada. Transcribo aquí la reflexión de estos dos autores, en el aparte b) *Republicanism cívico*, dedicado a la crítica de las concepciones de la participación política presentes en esa vertiente de pensamiento sobre la ciudadanía, en el que anotan lo siguiente:

El rasgo que distingue a los republicanos cívicos de otros participativistas como los teóricos de izquierdas que acabamos de discutir, es su énfasis en el valor intrínseco que tiene la actividad política para los propios participantes. Esta participación es, en palabras de Oldfield, "la forma de coexistencia más elevada que los hombres pueden esperar" (Oldfield, 1990a: 6). En esta perspectiva, la vida política es superior a las satisfacciones puramente privadas que puedan proporcionar la familia, el vecindario o la profesión y, por tanto, debe ocupar el centro de la vida de las personas. La falta de participación política hace del individuo "un ser radicalmente incompleto y atrofiado [...]".

Como admiten sus propios partidarios, esta concepción está claramente en conflicto con el modo en que la mayor parte de la gente entiende actualmente la ciudadanía y la vida buena. La mayor parte de la gente no encuentra su principal fuente de felicidad en la política, sino en la vida familiar, el trabajo, la religión o el ocio. La participación política es vista como una actividad ocasional y, por lo general, gravosa, aunque necesaria para que el gobierno respete y proteja la libertad que permite a los individuos proseguir sus actividades y cultivar sus vínculos personales [...].

11. López de la Roche, Fabio. "El periodismo, ese relegado objeto de estudio y de debate ciudadano". *Revista Diálogos de la Comunicación*, 47, Lima, 2003.

12. *Ibidem*.

Para explicar la indiferencia moderna hacia la participación política, los republicanos cívicos suelen argumentar que la vida política se ha empobrecido en comparación con la ciudadanía activa de, digamos, la antigua Grecia. El debate político ha perdido sentido y la gente carece de acceso a una verdadera participación.

Pero es más verosímil ver nuestro apego a la vida privada como el resultado no de un empobrecimiento de la vida pública, sino del enriquecimiento de la vida privada. Si ya no buscamos gratificaciones en la política es porque nuestra vida social y personal es mucho más rica que la de los griegos. Muchas son las razones de este cambio histórico: la valoración del amor romántico y de la familia nuclear (con su énfasis en la intimidad y en la privacidad), la creciente prosperidad (y el consiguiente enriquecimiento de las formas de ocio y de consumo), la afirmación cristiana de la dignidad del trabajo (que los griegos despreciaban) y la creciente aprensión hacia la guerra (que era positivamente valorada por los griegos), entre otras.

Los ciudadanos pasivos que prefieren las satisfacciones de la vida familiar y profesional a los deberes de la política no están necesariamente equivocados. Como ha dicho Galston, los republicanos que denigran la vida privada como tediosa y absorbente revelan no encontrar satisfacción en el contacto con comunidades reales y, más todavía, “desprecian la vida de todos los días” [...] ¹³.

En ese sentido, y ligado a la anterior reflexión, es necesario subrayar el papel importante que juegan hoy los estudios culturales en la dilución de ciertas jerarquías rígidas e incluso de ciertos prejuicios y vetos, alrededor de la significación y de la importancia de ciertos objetos de investigación (la publicidad, las telenovelas, el consumo cultural, entre otros).

Hace unos días estaba escribiendo un artículo a propósito de las alianzas de RTI, de Caracol y RCN con Telemundo y Univisión, que preocupan hoy a directores, actores, analistas y críticos de televisión colombianos, en términos de las tendencias hacia el empobrecimiento de la calidad de las

13. Kymlicka, Will y Wayne Norman. “El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía”. En: *La Política*. Revista de estudios sobre el Estado y la sociedad, 3. Monográfico dedicado al tema Ciudadanía. El debate contemporáneo, Barcelona: Paidós, octubre de 1997, pp. 16-17.

historias del dramatizado colombiano y de la oferta interpretativa, valórica, temática y narrativa que estamos enviando al público hispano norteamericano. Expresaba en mi artículo mi preocupación por la tendencia al predominio de propuestas al estilo de *Amantes del desierto* o *La Venganza*, en la medida en que en la producción de esos bienes simbólicos para el consumo masivo se juega también la producción de importantes insumos culturales, históricos y simbólicos para la construcción de subjetividades y de identidades de la población hispana ¹⁴.

Escribiendo el artículo reflexionaba sobre mis intereses de conocimiento y sobre el tránsito fluido que cultivo entre los temas serios de la política y los aparentemente menos serios de la cultura de masas, la ficción y el entretenimiento. Trataba también de procesar ciertas incomprendiones de algunos amigos y colegas que desde su centramiento disciplinar, y muchas veces temático, tienden a pensar que estas fluctuaciones y tránsitos responden a modas académicas o a una lógica de bandazos o de virajes curiosos e incomprensibles en los intereses de investigación. No siempre resulta comprensible a los ojos de colegas investigadores de las ciencias sociales que uno pueda escribir hoy un artículo sobre la representación de los movimientos sociales en los medios de comunicación y, mañana, otro sobre temas *light* como *Laura en América*, las telenovelas o la tematización de las relaciones sexuales en las emisoras juveniles.

Hoy tengo conciencia, como investigador de los medios, del valor de los géneros “serios” (noticieros, opinión, debate) y de los géneros de la ficción, la diversión y el entretenimiento. No pienso como investigador que valgan más el noticiero o el género de opinión que los de ficción, y menos si se analizan cifras de *rating* que muestran, por ejemplo, lo que significó *Betty la fea* con sus casi cuarenta puntos, y lo que eso supone desde el punto de vista del tiempo libre y de la relación cultural de estas audiencias masivas con estos bienes simbólicos. No sobra recordar la valoración del libretista de *Betty la fea*, Fernando Gaitán, quien en alguna entrevista expresó, aludiendo

14. Véase López de la Roche, Fabio. “Las nuevas alianzas de las industrias televisivas colombianas y su proyección sobre las audiencias hispanas norteamericanas: riesgos, retos y posibilidades”. Texto escrito para la mesa Los nuevos conglomerados mediáticos y las producciones desterritorializadas, del XI Encuentro de Facultades de Comunicación Social de Felafacs, San Juan de Puerto Rico, 5, 6, 7 y 8 de octubre de 2003.

a esos días complejos y confusos del proceso de paz con las Farc, que coincidieron con el tiempo de emisión de su novela-comedia, que "Betty la fea fue nuestra verdadera zona de distensión".

Quería subrayar esa tensión enriquecedora porque, a veces como lector de prensa, siento más interés por la página de televisión y por algunos debates que allí se dan algunos días, que por la información sobre la reforma política y el referendo, y no me siento por ello menos político en mi análisis. Quiero decirlo claramente: no me siento menos político, no me siento con menos conciencia política de la época que estamos viviendo que el colega que está analizando el referendo, la reforma política, el clientelismo o el sistema de partidos. Creo que esta es una de las cosas importantes que han estimulado los estudios culturales: el desarrollo de una crítica política de la cultura y de una visión capaz de apreciar las dimensiones culturales de la política contemporánea en una época marcada por la importancia creciente de los medios y las industrias culturales como dispositivos de integración simbólica, pero también como canales y formas de expresión y proyección de las identidades individuales y grupales y de renovación potencial de la experiencia política colectiva.

Bibliografía

- Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valerie (comps.). *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- García-Canciani, Néstor. "Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina". En: Herlinghaus, Hermann y Walter, Monika (eds.). *Pósmodernidad en la periferia. Enfoques latinoamericanos de la teoría cultural*. Berlín: Langer Verlag, 1994, pp. 123.
- Hallin, Dan. "Imágenes de guerra en la televisión norteamericana. Vietnam y el Golfo Pérsico". En: Veyrat-Masson, Isabel y Dayan, Daniel. *Espacios públicos en imágenes*. Barcelona: Gedisa, 1997.
- Kymlicka, Will y Wayne, Norman. "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de ciudadanía". En: *La Política*. Revista de Estudios sobre el Estado y la Sociedad, 3. Monográfico dedicado al tema Ciudadanía. El debate contemporáneo. Barcelona: Paidós, octubre, 1997.
- López de la Roche, Fabio. "Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia (1953-1957). Nuevas aproximaciones al

populismo en América Latina". En: *Revista Signo y Pensamiento*, 29. Bogotá: Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, 1996.

- _____. "Las nuevas alianzas de las industrias televisivas colombianas y su proyección sobre las audiencias hispanas norteamericanas: riesgos, retos y posibilidades". Texto escrito para la mesa Los nuevos conglomerados mediáticos y las producciones desterritorializadas. San Juan de Puerto Rico: XI Encuentro de Facultades de Comunicación Social de Felafacs, 5, 6, 7 y 8 de octubre de 2003.
- _____. "El periodismo, ese relegado objeto de estudio y de debate ciudadano". En: *Revista Diálogos de la Comunicación*, 47, Lima, 2003.
- _____. "Los estudios de comunicación y la historia política". En: Ayala, César Augusto (ed.). *La historia política hoy. Sus métodos y las ciencias sociales*. Bogotá: Departamento de Historia, Línea de Investigación en Historia Política y Social, Universidad Nacional de Colombia, 2004.
- López de la Roche, Maritza. *Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios*. Bogotá: Ministerio de Comunicación-Bienestar Familiar-Proyecto de Comunicación para la Infancia, 2000.
- Mangone, Carlos; Méndez, Silvia y Mestman, Mariano. "Entrevista a Héctor Schmucler. Estudios de comunicación en América Latina: del desarrollo a la recepción". En: *Revista Causas y Azares*, 1. Buenos Aires: Primavera de 1994.
- Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- Martín-Barbero, Jesús y Muñoz, Sonia (coords.). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- Morley, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- Mumby, D. (comp.). *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*. Buenos Aires: Amorrortu, 1997.
- Pye, Lucian W. *Evolución política y comunicación de masas*. Buenos Aires: Troquel, 1969.
- Rey, Germán, "Seminario Fuerza pública y periodismo en una sociedad en conflicto armado. Relatoría". En: Rincón, Ómar y Ruiz, Marta (eds.). *Bajo todos los fuegos*. Los periodistas en el conflicto colombiano. Bogotá: Proyecto Antonio Nariño para la Libertad de Prensa, julio de 2002.