



¿Podemos seguir hablando de un Pensamiento Comunicacional Latinoamericano?

Análisis crítico del desarrollo teórico y metodológico en nuestro campo¹

Mgr. Guadalupe Peres-Cajías²

Resumen

Hoy aún hablamos de una Escuela Latinoamericana de Comunicación y debatimos sobre lo que eso significa y sobre quiénes somos; sin embargo, aún no se han resuelto temas básicos, que competen a una línea de pensamiento, como son: la definición clara de nuestro (s) objeto(s) de estudio; la producción de conocimiento y el desarrollo de estrategias metodológicas pertinentes para nuestro contexto. Para sostener este argumento, se revisará el desarrollo de tres retos propuestos en el Seminario de Investigación en Comunicación, en 1977, y recordados por Luis Ramiro Beltrán en el texto “Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina”.

Palabras clave:

Pensamiento Comunicacional, América Latina, Beltrán, Teoría Social, Estrategias Metodológicas.

Can we still talk about a Latin American Communicational Thought? Critical analysis of theoretical and methodological development in our field

Abstract

Today, we still talk about a Latin American Communication School and we debate about what it means and who we are. However, we have not solved basic issues that concern to any School such as: a clear definition of our object(s) of study, the production of knowledge and the development of appropriate methodological strategies for our context. To back up this idea, we will review the course of three challenges proposed in 1977, during the Communication Research Seminar, and recalled by Luis Ramiro Beltrán in the text “State and perspectives of Social Communication Research in Latin America”.

Keywords:

Communication School, Latin America, Beltrán, Social Theory, Methodological Strategies.

¹ Texto inspirado en la ponencia titulada con el mismo nombre en el IX Encuentro Nacional de Investigadores de Comunicación, organizado por la Asociación Boliviana de Investigadores en Comunicación (ALAI) y la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca (USFXCH) en septiembre de 2015.

² Guadalupe Peres-Cajías es Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá-Colombia y Licenciada en Comunicación Social de la U.C.B. Actualmente, coordina el Área de Investigación de la Carrera de Comunicación de la UCB-La Paz y es Coordinadora de la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS). Además, publica artículos quincenales en el periódico *Página Siete*, donde analiza fenómenos coyunturales desde la historia y la teoría social.

I. Punto de partida

El mundo se mueve todos los días, en términos físicos y subjetivos. Ergo, la realidad de los sujetos también. En el caso de América Latina, en particular, la coyuntura no es comparable ni siquiera con aquella que la caracterizaba hace 15 años. La ola de gobiernos populistas, con tendencia socialista, ha modificado las formas de hacer sociedad y de existir en la misma. Al mismo tiempo, este proceso se ha visto atravesado por una inmanente globalización, tanto económica como cultural. En consecuencia, el debate entre la tradición y la modernidad se ha complejizado aún más y con ello la realidad cotidiana de los sujetos. Así, se puede afirmar que el contexto regional ha cambiado considerablemente.

El ejemplo boliviano es muy claro. Aquí, los hijos de migrantes rurales están más interesados en el pop Coreano que en mantener vigente su lengua materna; los centros comerciales ya no son exclusivos de unas elites blancas/mestizas, pues el consumo se ha democratizado; las mujeres descendientes de indígenas quieren volver a usar la pollera, aunque sea para eventos particulares; las fiestas patronales populares se han masificado; el sentido de lo indígena se ha dinamizado; y los jóvenes ya no se organizan como colectivos, en cafés de arte y cultura, sino a través de grupos de Whatsapp o Facebook.

La realidad boliviana, y latinoamericana, ha dado un giro cualitativo en el siglo XXI. Sin embargo, habrá que pensar si la academia, en función a su tarea básica de dialogar con la realidad, estará considerando lo dinámico de los cambios sociales y, en consecuencia, si estará formulando mapas conceptuales y metodológicos estratégicos y pertinentes.

Pero ¿cómo entender el propósito fundamental de la academia? La respuesta parte de una idea contundente, sencilla y precisa: producir, difundir, debatir y repensar el conocimiento.

El fin de esta tarea es contribuir a los sujetos, de manera singular, y al colectivo, de manera general, para poder asumir su día a día, sus proyecciones, su realidad, su devenir social. La academia —representada por universidades, grupos investigativos o Escuelas de Pensamiento, como la de Comunicación en América Latina— tiene el compromiso de trabajar para el contexto que la

alberga, proponiendo pautas de debate y, al mismo tiempo, respondiendo a interrogantes que la realidad demanda responder.

El compromiso debe ser renovado permanentemente, pues si se la quiere cumplir de manera pertinente, debe ser realizada en diálogo con las transformaciones del contexto. He ahí el *quid* del asunto. El carácter ontológico de la tarea se mantiene, pero varían las preguntas formuladas y, por supuesto, las respuestas para cumplir con la tarea propuesta. Para ello, es preciso entender lo dinámico de la realidad que pretendemos entender.

En su texto *Choque de las Civilizaciones*, S. Huntington (2002) fue contundente al respecto. Esta publicación ha sido considerablemente polémica e intensamente debatida. Sin embargo, creo fundamental releer el texto en función a la reflexión por renovar las formas de entender el contexto. Huntington afirma que las teorías sociales se han centrado en comprender la realidad a través de los paradigmas que se utilizaban durante la Guerra Fría. Reclama que es preciso entender los cambios que han sufrido los diversos contextos sociales, desde que concluyera estructuralmente tal periodo histórico³.

Así, pensar en la “vigencia” de las teorías formuladas en el pasado. Para Huntington, esas ya no son necesariamente útiles y aplicables, pues los paradigmas de pensamiento son otros. Y sin negar el aporte de las propuestas pasadas, la academia, en función a la tarea básica de construir conocimiento en diálogo con la realidad, debe asumir el reto de reconfigurar los mapas de pensamiento. De lo contrario, las respuestas que genere no serán lo suficientemente útiles o pertinentes para el debate social.

Cada modelo o mapa es una abstracción y será más útil para unos fines que para otros. Un mapa de carreteras nos indica cómo llegar con un coche de A a B, pero no será muy útil si estamos piloteando un avión; en este caso necesitaremos un mapa que destaque los aeródromos, radiofaros, rutas aéreas y la topografía. Pero sin mapa, estaremos perdidos (Huntington, 2002, s.p.).

En el marco de esa reflexión, y asumiendo la tarea básica de la academia en su contribución a la explicación y comprensión de fenómenos coyunturales, me pregunto sobre el acontecer en la región, particularmente en nuestra área de

³ 1989 con la caída del muro de Berlín; 1991 con la desintegración de la Unión Soviética.

trabajo: ¿cuáles son los mapas que ha configurado la Escuela Latinoamericana de Comunicación para atender los retos del contexto actual? ¿Estaremos aún anclados en los paradigmas de la Guerra Fría, como cuestionaba Huntington? ¿Qué ocurrió con el pensamiento comunicacional en la región? O, de manera aún más precisa, ¿podemos seguir hablando de un Pensamiento Comunicacional Latinoamericano?

La hipótesis que manejo es que no podemos seguir hablando de un Pensamiento Comunicacional, como ocurriera en el siglo pasado, por dos motivos esenciales. La Comunicación en nuestra región ha centrado su debate en la pregunta por el “*qué somos*”, atravesando las respuestas desde una perspectiva ideológica, otrora necesaria, ahora descontextualizada. Además, se ha estancado en la pregunta por el ser o no ciencia, cuando antes de demandar tal nominación hemos olvidado lo que constituye a un campo de estudio: el desarrollo teórico y metodológico –pertinente, útil y en coherencia con el contexto– que le permita construir conocimiento. Hemos olvidado lo que hace ser a una “Escuela” o a una línea de “Pensamiento” y es pertinente reflexionar al respecto para renovar nuestro ideal académico.

Para el desarrollo del argumento propuesto, considero pertinente revisar tres de los retos planteados en 1977, en el Seminario General de Investigación en Comunicación, citado por el Doctor Beltrán, en su obra *Estado y perspectivas de la investigación en Comunicación social en América Latina* (1983).

II. El análisis

En 1977, se realizó el Seminario General de Investigación en Comunicación, donde se trazaron ocho retos para promover el desarrollo de esta actividad en la región. Para la inquietud propuesta, considero pertinente revisar tres de ellos.

1. No hay claridad de un marco conceptual propio.
2. Se adopta una metodología sin juicio crítico.
3. Se está excluyendo una visión cualitativa.

1. “No hay claridad de un marco conceptual propio”

Este fue el primer enunciado en el seminario mencionado. La importancia se la otorgó entonces y se la debe trabajar ahora. El “marco conceptual” no sólo es un acápite más de un trabajo investigativo, es el conjunto de nociones teóricas que nos permite focalizar la producción de conocimiento y explicar determinados fenómenos sociales, luego de un proceso investigativo. Para entender la situación actual en la región, comentaré sobre su núcleo básico: la claridad en el objeto de estudio y su importancia en la construcción de proposiciones y modelos teóricos.

A Harold Lasswell (1948) se lo ha cuestionado constantemente en nuestra región, probablemente por ser norteamericano en un momento político dado. Pero también por el enfoque con el cual se aproximaba a los sujetos. Ciertamente, se los veía como meros receptores pasivos y no como sujetos activos. No obstante, el contexto en el cual el autor produjera su teoría permite entender las razones de su enfoque. Además, cabe reconocer que, más allá de cualquier cuestionamiento ideológico, en términos estrictamente académicos, su propuesta teórica tenía un objeto concreto: el efecto de los medios en el comportamiento social.

Lo mismo podríamos decir de otro norteamericano, Everett Rogers (1974), y su propuesta para el cambio social. Quizás era una propuesta lineal, quizás promovía una relación vertical con los sujetos de cambio. Pero también tenía un objeto de estudio claro: el rol de la comunicación para generar innovaciones. La lista de teóricos que han tenido claridad en sus focos investigativos podría extenderse considerablemente. Tomo en cuenta a los citados por los cuestionamientos permanentes que han recibido desde nuestra región. Hemos pasado un buen tiempo apuntando con el dedo a otros, pero ahora nos toca cuestionarnos a nosotros también; más allá de las pasiones ideológicas: ¿qué objeto(s) de estudio hemos desarrollado para promover un marco conceptual sólido?

Para responder a esta pregunta, propongo revisar tres conceptos que se manejan con cierta frecuencia en nuestro ámbito académico: la Comunicación Horizontal; la Comunicación Popular y el Sentido.

La Comunicación Horizontal –concebida por Frank Gerace en 1973 y vinculada con las propuestas de Pablo Freire (1988) y Luis Ramiro Beltrán (1991)– ha sido utilizada como uno de los conceptos más importantes en la Comunicación y el Desarrollo. Fue concebida como un ideal para realizar proyectos de cambio social. Ha sido y es una pauta para un “deber ser”.

Beltrán (2013) sostuvo en su texto “Adiós a Aristóteles” –publicado inicialmente en 1979– que este concepto podía ser entendido como un “proceso de interacción social democrático, que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten sus experiencias bajo condiciones de acceso libre, igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, 2013, p.71).

Ciertamente, este concepto es inspirador de múltiples proyectos que promueven la equidad social y la participación. Así ha sido utilizado en las décadas posteriores a su formulación. Sin embargo, esto no implica que sea una categoría en la Teoría de la Comunicación Social, pues la “Comunicación Horizontal” no ha sido aplicada para explicar y/o entender fenómenos sociales, sino para idealizar (o promover) determinados procesos sociales.

Para sustentar este punto sobre lo que implica la teoría social, he tomado en cuenta la postura de dos académicos importantes: G. Homans (1962) y Harrington (2005). Los dos especialistas coinciden en que hablar de teoría implica necesariamente explicar y/o entender la manera en la cual los fenómenos se producen de la manera que lo hacen, en contextos particulares.

La teoría social puede ser definida como el estudio científico⁴ de las maneras de pensar sobre la vida social. Implica ideas sobre cómo las sociedades cambian y se desarrollan, así también implica métodos de explicación del comportamiento social, vinculados con la estructura social, el poder, la clase, el género y la etnicidad (Harrington, 2005, p.1).

La “Comunicación Horizontal” se ha utilizado predominantemente para pensar en “cómo sería” la sociedad, más que en analizar y explicar el “cómo funciona”. Definitivamente esto ha contribuido a proyectos de intervención social, pero esto implica que el concepto acuñado por Gerace representaría más un ideal

⁴ Cabe aclarar que este término está en debate en las Ciencias Sociales. Sin embargo, por respeto a la cita se lo mantiene. Aunque considero que sería más pertinente el término “académico”.

social que una categoría teórica. Comprensible, en todo caso, por el contexto histórico que albergó el desarrollo del mencionado concepto.

No obstante, si quisiéramos hacer de la “Comunicación Horizontal” una categoría clave en el marco conceptual del pensamiento latinoamericano, habría que empezar a aplicarla en investigaciones, focalizadas a entender y explicar la realidad. De esta manera, veríamos la “vigencia” de lo conceptualizado por Gerace, Freire y Beltrán, así como la pertinencia de esta propuesta para el análisis coyuntural de fenómenos sociales. Dejo planteado el reto.

Para analizar el desarrollo del segundo concepto, la “Comunicación Popular”, propongo revisar el trabajo de Jorge Gonzales, *Más (+) Cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales* (1994). En el mismo, el autor desarrolló una interesante sistematización sobre las concepciones que se han manejado con relación a “lo popular”. Evidenció que varias de esas perspectivas estaban limitadas para entender a una compleja realidad latinoamericana al concluir el siglo XX. Por ello, sugirió repensar a “lo popular” para que sea un elemento que permita entender los procesos de este tipo de construcción cultural, desde un punto de vista no sólo político, sino desde la cotidianidad. Así nació su planteamiento de los “frentes culturales”.

Este enfoque pretende analizar y comprender los procesos de lucha (no siempre violentos ni en posición inmediata de exterioridad), en los que diferentes grupos se encuentran bajo una serie de significantes comunes, diferentes y transclasistas. En esos “lugares” se disputa la legitimización de los sentidos; se tocan, rozan, juntan e interpretan las diversas culturas de grupo y las clases.

No obstante, a más de dos décadas de publicarse tal propuesta, muchos siguen entendiendo a “lo popular” (y a la comunicación que la “acompaña”) en el marco del “*filón gramsciano en América Latina*” —es decir, como un elemento que permite comprender a su opuesto, a la construcción de la hegemonía—, o a través de la línea de la “*izquierda latinoamericana de los 70*”, asumiéndola como la cultura “real y verdadera” frente a la “cultura de masa”.

Si consideramos que la teoría debe ir respondiendo al contexto, como se mencionaba inicialmente, así como a los fenómenos sociales y a la explicación de por qué ocurren en determinadas circunstancias (Blaikie, 2010), estas dos

últimas concepciones no nos servirían para entender el devenir social actual. Por ejemplo, el acontecer boliviano, donde la hegemonía ha iniciado un proceso de hibridación con lo popular, y donde lo popular ya no es opuesto a lo masivo, sino un complemento.

Un ejemplo es el folklore, que ha pasado de ser una manifestación de la otrora izquierda latinoamericana a un producto cultural masivo, apreciado, experimentado e interpretado en espacios como el Carnaval de Oruro. En este escenario, lo “popular” está siendo parte de un fenómeno social masivo, generando un movimiento económico millonario. La visión romántica de lo “propio” y lo “auténtico” ya no está vigente, lo “real” pasa por otro tipo de prácticas y reflexiones.

Así, lo popular ha cambiado, pero todavía no hemos aclarado aquello desde la Comunicación. Seguimos repitiendo las nociones pasadas, sin criticidad ni rigor. Esto limita nuestras posibilidades de construir proposiciones y, nuevamente, de establecer modelos conceptuales.

Al igual que en el anterior caso, creo que se puede revertir tal situación en la medida en que se trabaje este concepto con mayor intensidad. Lo “popular” no debe ser descartado de los conceptos claves de la Comunicación. Sin embargo, necesitan ser reconfigurados a través de reflexiones críticas al respecto. Esto implica la tarea de promover investigaciones sobre eventos como el carnaval orureño u otras fiestas patronales, así como otros eventos idealizados en el tiempo, como piezas de museo.

En ese sentido, asumir el curso de lo “popular” en el contexto político actual.

Para concluir esta primera parte, comentaré sobre otro posible objeto de estudio de nuestra línea de pensamiento, el Sentido. Este concepto es una herencia de la semiótica cultural y la filosofía hermenéutica; sin embargo, puede ser un foco útil y pertinente en la construcción teórica de Comunicación. Y, al mismo tiempo, contribuir con la tarea académica de entender el devenir social, pues el Sentido es una noción que permite explicar y comprender qué hace que nosotros actuemos e interpretemos el mundo de la manera en la cual lo hacemos (Landowski, 1999).

Ciertamente, la propuesta no es nueva. Martín Barbero planteó esta idea a finales de los 80 en su texto *De los medios a las mediaciones* (1987). El reto en relación a la misma es agilizar e intensificar las pesquisas que la apliquen.

Durante la revisión documental para la investigación *Travesías por la fiesta. Jóvenes de La Paz y Bogotá entre matracas y sintetizadores* (Peres-Cajías, 2013)⁵, pude observar que la mayor producción investigativa referente a esta categoría proviene de su *alma máter*, la Filosofía Hermenéutica. Aquellos que hablan sobre el Sentido, desde la Comunicación, la utilizan para interesantes reflexiones, pero pocos la aplican en la formulación de propósitos investigativos. En consecuencia, esto dificulta que a través del Sentido se puedan construir proposiciones pertinentes. Es decir, argumentaciones que nos permitan explicar o comprender el mundo social, aplicadas en cada investigación para poder analizarlas (y a veces replantearlas), al concluir tal proceso.

En todo caso, sí considero que el Sentido puede ser una interesante vía para nuestro desarrollo conceptual. Hago esta postulación pues esta categoría implica un modelo teórico que permite comprender la forma en la cual los sujetos construyen su forma de ver, actuar, experimentar e interpretar el mundo social que los acoge. Lo interesante es que esta categoría, por su naturaleza hermenéutica, no busca generar explicaciones, pero sí comprensiones –claras y complejas– de los procesos sociales. Y lo hace desde los principales protagonistas, los sujetos, respetando sus ambigüedades y contradicciones para convertirlas en datos y, así, entender mejor el complejo mundo contemporáneo.

Esto se hace necesario, pues como afirma Martín Barbero en una ponencia reciente de la máxima entidad de facultades de comunicación del continente:

Me parece fundamental que FELAFACS se atreva hoy a pensar la vida social en la opacidad y la densidad de sus más fuertes contradicciones, desde una reflexión en comunicación que, aunque quizás más precaria que nunca, sigue a la vez necesitando implicarse y tomar distancia para ayudar a vislumbrar algunas mínimas pistas políticas (...) Es entonces cuando la comunicación debería nombrar algo más acá y más allá de los medios y las tecnologías: los procesos de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades sociales, las cotidianas complicidades con el poder y las luchas por horadar el

⁵ Texto publicado por el Programa de Investigación Estratégica en Bolivia y la Universidad Católica Boliviana en 2013.

orden y sus trampas, las múltiples y espesas incertidumbres atravesadas por algunas inciertas esperanzas (Martín-Barbero, 2008, p.26).

Pero insisto, sólo se podrá aportar a este contexto de “incertidumbre” en la medida que clarifiquemos cuál es (son) nuestro(s) objeto(s) de estudio y lo(s) utilicemos para poder formular proposiciones que permitan explicar o entender el lugar de la comunicación en nuestro devenir social. Luego, podremos construir modelos teóricos (explícitos o implícitos), los cuales nos permitan, según Huntington (2001, s.p.):

- 1) ordenar la realidad y hacer generalizaciones acerca de ella⁶;
- 2) entender las relaciones causales entre fenómenos⁷;
- 3) prever y, si tenemos suerte, predecir acontecimientos futuros;
- 4) distinguir lo que es importante de lo que no lo es; e
- 5) indicarnos qué pasos debemos dar para lograr nuestros objetivos.

Así, podremos construir marcos conceptuales con mayor claridad y utilidad para contribuir al debate social, desde la Academia, para poder ir sosteniendo “nuestro pensamiento comunicacional” y responder al primer reto que reclamaba Luis Ramiro Beltrán.

Ahora, es preciso comentar sobre otros dos puntos mencionados en la agenda de 1977, que se presentan en un solo punto, por su estrecha relación, aquella que está vinculada con la estrategia metodológica.

2. Se adopta una metodología sin juicio crítico y (3) Se está excluyendo una visión cualitativa

En la década de los 60 y 70, en el marco de esa Guerra Fría sobre la que comentaba Huntington, se cuestionaba la adopción de metodologías externas al continente, que no coincidían con las características de nuestro contexto.

⁶ Esto puede ser contradictorio con la propuesta de la categoría del “Sentido”, pues ésta no busca necesariamente generalizaciones; sin embargo, sí busca develar las comprensiones sobre determinados procesos. Estas interpretaciones podrían contribuir a establecer ciertos parámetros amplios para la construcción teórica de la Comunicación.

⁷ Así como los mecanismos causales, que evidencian los procesos.

Esto ocurría en una etapa de las Ciencias Sociales, en la que se polarizaba lo cualitativo y lo cuantitativo. Con el pasar de los años, y el desarrollo de múltiples paradigmas investigativos e investigaciones particulares, este fenómeno ya se ha resuelto al comprender que el mundo social tiene tanto de uno como de otro elemento. En todo caso, considero que la pregunta por la pertinencia de las estrategias metodológicas sigue vigente.

En más de una ocasión, he reiterado entre los estudiantes de los últimos semestres que la metodología es a la investigación, lo que el montaje al cine. Tanto la metodología como el montaje tienen la capacidad de hacer de un trabajo de recolección de datos (o imágenes) una obra de impacto o un trabajo mediocre. El “cómo” es casi siempre el *quid* de la cuestión.

Ergo, es preciso revisar los avances al respecto. Para ello, quisiera hacer un breve análisis a la contribución de dos autores mexicanos, Jesús Galindo y su texto *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación* (1998), y Rossana Reguillo con su propuesta de “El Análisis Socio Cultural”, planteado en *Tras las Vetas de la Investigación Cualitativa* (1998).

El trabajo de Galindo es interesante. Presenta la contribución de diferentes autores para la implementación de métodos investigativos “propios” y “ajenos” a la región. Algunos parecen ser un tanto reiterativos, en comparación a otros textos metodológicos que he revisado, salvo por las contribuciones de Reginald Clifford y el “Análisis Semántico basado en imágenes: un enfoque etnometodológico” y de Guillermo Espinoza en el capítulo “Heurística”. En todo caso, el libro tiene un gran potencial al presentar técnicas específicas para el área vinculada a la Comunicación y los Procesos Socioculturales.

Por su parte, “El Análisis Socio Cultural”, de Rossana Reguillo, plantea un mecanismo para recolectar e interpretar datos. Tiene base en la etnografía; sin embargo, no se queda en la práctica descriptiva de los factores culturales, sino que propone entender a estos a través de tres ámbitos: el social, el simbólico y el interpretativo. Esta ruta permite contribuir a la sistematización de datos y, además, a la relación entre los mismos. Lo sé, pues utilicé este mecanismo en una investigación, donde evidencié que debía incorporarse un elemento más: el de la interacción social –con base en la propuesta de Marc y Picard (1989) en el

segundo nivel de análisis—. Esa fue una breve contribución al desarrollo de una propuesta que considero novedosa y pertinente.

A diferencia del tema conceptual, en términos metodológicos, se puede evidenciar que hay avances más consistentes. Sin embargo, el problema aquí está centrado con otro elemento: la visibilidad. A pesar de los años que llevan publicados los textos citados, no he encontrado un número relevante de investigaciones que citen a alguno de los dos documentos. Por el contrario, y para nuestro pesar, los enfoques metodológicos de nuestras producciones investigativas siguen sirviéndose de manuales como el de Hernández Sampieri et al. (2010) y similares. Textos ajenos a nuestro campo de estudio, a las problemáticas coyunturales y, sobre todo, a la promoción de metodologías novedosas y pertinentes.

Al igual que los marcos conceptuales, los enfoques metodológicos son muchas veces repeticiones mecánicas, ya sea de métodos “propios” o “ajenos”.

Con relación al reto sobre lo cualitativo, creo que aún no se ha comprendido que no es un enfoque opuesto a lo cuantitativo. De hecho, como afirma Blaikie (2010), sólo hay técnicas cuantitativas y cualitativas de recolección de datos. El análisis siempre llega a ser cualitativo, pues tiene una carga interpretativa, ya sea a partir de estadísticas como de entrevistas.

En ese sentido, considero que hay una tarea pendiente respecto al uso y aprovechamiento de métodos de análisis e interpretación. Todavía las investigaciones presentan datos “en bruto”, sin trabajar los mismos en función a una matriz interpretativa pertinente. Esto limita las respuestas a las preguntas investigativas y, en consecuencia, a la producción de conocimiento.

Entre las propuestas más destacadas en la Escuela Latinoamericana de Comunicación, hay dos trabajos que pueden ejemplificar el punto planteado. Por un lado, el texto sobre *Consumidores y Ciudadanos* —de García Canclini (1995)—, donde el autor ofrece pautas para visibilizar el uso, la apropiación y el valor simbólico de los bienes que consumen los sujetos sociales. No obstante, no profundiza en la comprensión del por qué adquieren esos bienes ni tampoco relaciona tal práctica con los procesos sociales. Además, desliga a los sujetos de su vínculo con las esferas políticas y económicas, pertinentes también para entender en profundidad el “consumo” en los sujetos sociales.

Otro texto interesante pero limitado en su análisis e interpretación de datos es el de Armando Silva y *Los Imaginarios Urbanos* (2006). En éste se plantea las visiones subjetivas sobre lo urbano, pero no busca cruzar los datos con otras referencias de los contextos que permitan contribuir con la comprensión de esas construcciones subjetivas. Para quienes apliquen un trabajo similar, podrían contribuir al desarrollo del conocimiento incluyendo en el análisis las siguientes preguntas: ¿qué implica esas nociones sobre la construcción de determinados espacios urbanos?, ¿en qué condiciones se produce los imaginarios?, ¿qué consecuencias producen en el orden social? Son dudas que me quedaron pendientes al revisar este texto.

Para concluir este análisis sobre los retos metodológicos vigentes, considero que también hay que incluir la decisión sobre la estrategia investigativa aplicada. Esta tarea es fundamental para organizar el proceso investigativo y para prever el tipo de datos y, posteriormente, de conocimiento que se producirá.

Al respecto, se habla constantemente de lo inductivo y lo deductivo en las investigaciones en Comunicación; sin embargo, lo retroductivo y lo abductivo no llega a visibilizarse en los diseños investigativos, aún cuando luego sean aplicados “accidentalmente”.

En síntesis, considero que el reto para el desarrollo del tema metodológico aún gira en relación al segundo reto, recordado por Beltrán, “la adopción de metodologías sin juicio crítico”. Esta demanda se la formuló en un marco político actual, como la Guerra Fría, y se reclamaba la apropiación de pautas aplicadas en contextos ajenos al latinoamericano. Sin embargo, hoy –al igual que con el tema conceptual– sugiero trabajar las estrategias metodológicas con base en un criterio fundamental: la pertinencia en relación a la investigación formulada. Luego, pensar en que esas estrategias contribuyan a la innovación de las maneras de “editar” nuestros datos investigativos, como el montaje en las películas. Así, se irá consolidando nuestra contribución académica.

III. Veredicto (a manera de conclusiones)

Entonces, ¿podemos seguir hablando de un pensamiento comunicacional latinoamericano?... La respuesta es negativa, en tanto no se resuelvan los puntos aquí analizados –y que muchos compartirán que son las bases del desarrollo de una línea de pensamiento y de un campo de saber académico–. Es decir,

en tanto no se clarifiquen los marcos conceptuales, partiendo de la precisión con los objetos de estudio, para luego formular proposiciones consistentes y construir modelos teóricos coherentes, que sean aplicados en la realidad, a través de estrategias metodológicas pertinentes y novedosas. Sólo al haber resuelto estos pendientes, podremos retomar la noción de “Escuela”.

¿Y para qué revitalizar esta propuesta latinoamericana en Comunicación? Para cumplir con aquella misión, aquel ideal, que se planteaba al inicio de este artículo, el de producir conocimiento útil, relevante y pertinente para nuestros complejos contextos sociales. Los tiempos han cambiado, ya se lo había planteado. Ello implica que los retos de las sociedades también. La Academia, particularmente la que focaliza su trabajo en los avatares sociales, no puede estancar su forma de comprender el entorno social, con ideales y modelos concebidos en un contexto pasado. Los autores pioneros del pensamiento latinoamericano nos han enseñado algo más que sus propuestas conceptuales. Algo aún más valioso, el reto por innovar nuestras formas de entender la sociedad para poder contribuir de manera más solvente a la misma.

Hoy, ya muy iniciado el siglo XXI, la realidad dinámica nos demanda nuevas formas de entendernos a nosotros mismos y a nuestro entorno, más aún si pensamos en lo complejo del contexto latinoamericano. Por ello, si queremos seguir hablando de pensamiento comunicacional latinoamericano, hagámoslo, pero hagámoslo con el rigor que implica y con la claridad de lo que implica construir conocimiento.

IV. Referencias bibliográficas

Blaikie, N. (2010). *Designing Social Research*. Reino Unido: Polity Press.

Beltrán, L.R. (2013). *Comunicación para el Desarrollo. Origen, Teoría y Práctica*. Oruro: Editorial Comunicación.

Beltrán, L.R. (1991). *Adiós a Aristóteles*. Traducción de José Luis Aguirre Alvis al español. Bolivia: Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Beltrán, L.R. (1983). *Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina*. La Paz, Bolivia: SIDCOM-U.C.B.

Freire, P. (1988). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Bogotá: Siglo XXI.

Galindo, J. (Coord., 1998). *Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación*. México: Consejo Nacional para las Culturas y las Artes-Addison Wesley Longman.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

Harrington, A. (Ed., 2005). *Modern Social Theory: An introduction* (2da edición). Estados Unidos: Oxford Press.

Homans, G. (2003). Explanation in Social Sciences. En M. Hetcher y C. Horne (Ed.), *Theories of Social Order*. Estados Unidos: Stanford Social Sciences.

Huntington, S. (2001). *El choque de las civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial* (1ra edición, 4ta reimpresión). Buenos Aires: Paidós.

Hernandez Sampieri, R. et al. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta edición). México: McGraw Hill.

Landowski, E. (1999). La mirada implicada. *Revista Anthropos* (186): 37-56.

Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. En L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies.

Marc, E. y Picard, D. (1989). *L'interaction sociale*. París: Presses Universitaires de France.

Martín-Barbero, J. (2008). De incertidumbres e inciertas esperanzas: una meditación sobre el comunicar en medio de la tormenta. En E. Gutiérrez y M.A. Ibarra (Ed.), *Ciudadanías de la incertidumbre. Comunicación, Poder y Subjetividad*. Bogotá: PUJ y FELAFACS.

Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.

Reguillo, R. (1998). De la Pasión Metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación. En R. Mejía y S.A. Sandoval (Coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Jalisco: Editorial ITESO.

Rogers, E. M. (1974). *La comunicación de innovaciones: un enfoque transcultural*. México: Centro Regional de Ayuda Técnica.

Silva Tellez, A. (2006). *Imaginarios Urbanos*. Bogotá: Arango.

Artículo recibido en: 14 de septiembre de 2015

Aceptado en: 26 de octubre de 2015