

Presentación de la revista *Comunicación y Sociedad*

*Renée de la Torre Castellanos**

LA EDICIÓN TREINTA Y UNO de la revista *Comunicación y Sociedad*, reviste particular importancia, primero porque es un producto del Departamento de Estudios de la Comunicación Social perteneciente a la Universidad de Guadalajara, que manifiesta el proceso de búsqueda y el esfuerzo sostenido a lo largo de varios años de trabajo de un equipo de investigadores en la comunicación, que logra articular y asociar los esfuerzos individuales e institucionales en una meta común: hacer de los diversos estudios de la comunicación un campo académico de intercambio y discusión. Una muestra de ello, y que me parece muy destacable, es que esta revista no sólo nos participa de los avances recientes de las investigaciones en comunicación, sino que nos ofrece una nueva sección sobre "Debates" que incluye la dis-

cusión emprendida entre Raúl Fuentes y Enrique Sánchez Ruiz sobre los retos y desafíos de la multidisciplinariedad que hoy en día presenta el campo académico de la comunicación y un ensayo de José Marqués de Meló sobre la polarización de dos liderazgos intelectuales en el campo del conocimiento de la comunicación en México: la generación Mac Luhan y la generación Spielberg.

Pero esta revista no sólo es relevante localmente, sino también a escalas nacionales e internacionales, ya que ella forma parte de una red iberoamericana de revistas de comunicación y cultura, además de que en su contenido incluye artículos que reflejan la diversidad geográfica tanto en sus objetos de estudio como en la procedencia de sus colaboradores.

Este número tiene como eje de articulación las industrias culturales,

* Investigadora, Departamento de Estudios de Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.

que incluye la producción masiva de significantes y significados culturales que se distribuyen a través de muchos medios como son la televisión, la radio, la prensa escrita y digital, los videos, los video-juegos. Después de haber leído la revista de cabo a rabo, me sorprendió no encontrar en ninguno de los artículos presentes en este número una definición sobre las industrias culturales. Hago énfasis en ello, pues no estoy diciendo que no hubiera sólo una definición, sino que sobresale la ausencia de ellas, cuando por la riqueza de los temas abordados como industrias culturales salta a la vista que existen distintas definiciones sobre lo que se entiende por industria cultural. Lo cual considero debe llevar a un esfuerzo de producir definiciones, aunque sean provisionales, que permitan conducir los esfuerzos de los investigadores en una discusión abierta.

Una de las preguntas más sugerentes en la revista es la planteada en el artículo de Galperin titulado "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional. El caso del TLCAN, la UE y el Mercosur". En él se interroga lo siguiente: ¿Deben tratarse los productos culturales como a

otras mercancías? Es decir, se cuestiona cuál es la especificidad de los productos culturales. Trataré de buscar respuestas en las contribuciones presentes en este número.

Por un lado, los productos culturales tienen un carácter fabril, íntimamente relacionado con los avances tecnológicos de las comunicaciones. Las industrias culturales son parte integral y relevante del sistema económico mundial, un dato que nos proporciona Galperin es que la industria audiovisual de Estados Unidos ha llegado a ocupar el segundo lugar en superávit en la balanza comercial de ese país (sólo debajo de la industria aeroespacial) y hacia afuera su industria audiovisual se coloca como el líder en el mercado doméstico. Las industrias culturales contribuyen a fortalecer potencias económicas internacionales dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, pero también fortalece los alcances de líderes empresariales a escalas regionales, que ya no sólo mantienen hegemonía en las regiones territoriales, sino que también amplían su poderío al generar la nueva distancia que articula en regiones a las poblaciones que comparten el mismo idioma, como son los

grandes monopolios multimedia de la cadena mexicana Televisa y la de los cubanos de Miami Univisión, que han conquistado un importante nicho de consumidores tanto en América Latina, como en las comunidades hispanohablantes del mismo Estados Unidos. El idioma, a la vez ha sido el obstáculo para unificar culturalmente a Europa a través de la industria audiovisual sin fronteras proyectado por la Unión Europea.

Sin embargo, las fronteras entre regiones lingüísticas se encuentran también susceptibles de ser transformables, en gran parte por el lenguaje cibernético, que va conformando nuevos códigos lingüísticos que conforman una nueva geografía lingüística en el *Ciberespacio*. Y donde además el Inglés es el lenguaje de la navegación, lo cual se convierte en un desafío para la lengua española que deberá "identificar nuevos recursos y conceptos con términos también actuales". De ello se preocupa Raúl Trejo, de conocer un nuevo mundo llamado *internet*, que sin ser la realidad, genera **una** nueva realidad: "**una** colección de espejos sobre el mundo real".

Por otra parte, las industrias culturales tienen también un ca-

rácter político, ya que como el mismo Galperín plantea, las industrias culturales juegan en la actualidad un relevante papel en la integración regional de las identidades locales y nacionales, pero también producen relaciones de intercambio desigual entre las culturas regionales y nacionales, como son los casos del TLC y del Mercosur. Otro de los elementos que conforman su carácter político, es su íntima relación con la esfera pública. Celia del Palacio, nos invita a recorrer el tiempo y nos transporta a los inicios de la prensa en Guadalajara (1809-1835), y apoyándose en la propuesta de Habermas, Del Palacio se pregunta si el surgimiento de la prensa está ligado con el nacimiento de la opinión pública, y si acaso se puede confirmar ello, añade otra pregunta, ¿Qué tan pública era realmente la opinión?, entendiéndolo público no en la interlocución con el Estado, sino realmente en su capacidad de representar los intereses comunes a la ciudadanía en su relación con el Estado. Esta pregunta considero sigue teniendo una vigencia en la actualidad, ¿hasta qué punto las industrias culturales favorecen hoy día a la construcción y propagación de la opinión pública?

¿En qué medida permiten que los individuos privados participen de ella en condiciones de igualdad? ¿Qué tanto promueve o inhibe las capacidades críticas de la sociedad? Tal vez tendríamos que hacer presente la reflexión hecha a principios del Siglo pasado por Ignacio Ramírez: "Tenemos república e instituciones, pero no tenemos ciudadanos", para contrastar nuestra contemporaneidad, de la cual podríamos decir que además de república e instituciones, tenemos industrias culturales de largos alcances, pero sigue sin ser tan claro si tenemos ciudadanos. O como lo señala Sarah Corona, en su artículo referido a la verosimilitud en la crónica policial sobre el asesinato del gobernador Ramón Corona ocurrido en 1889, las crónicas periodistas en su afán de construir veracidad esconden las marcas de la enunciación, donde se pudieran ver la forma en que los testigos se relacionan tanto pasional como políticamente con el suceso. Pero también, de manera muy importante y en estrecha relación con la reflexión de Celia del Palacio, los cronistas deciden qué testimonios son o no confiables, no de acuerdo a su cercanía de testigos presenciales, sino poniendo en operación la exclu-

sión de quiénes no merecen ser tratados como ciudadanos, en este caso dicha exclusión recaía sobre la esposa y la nana, que por el hecho de ser mujeres no fueron consideradas como ciudadanos, porque en ese momento la mujer no conquistaba aún el reconocimiento como ciudadano con el cual pudiera ejercer su derecho al voto. Sobre ello, Corona reflexiona lo siguiente: "La gran conquista de la democracia es el derecho del testigo común a oponer la verdad de su experiencia empírica a la verdad de sus gobernantes", ¿Qué tanto han contribuido las industrias noticiosas en fortalecer este derecho democrático?

Los productos culturales de dichas industrias son también muy variados, pues no sólo producen capital económico y político, sino también modelan y modulan formas de sentir como es el caso de la nostalgia, que se mantiene viva a través de la evocación cotidiana del bolero. Carmen de la Peza, en su contribución titulada "Las industrias culturales, la nostalgia bolerística y la memoria colectiva" le da forma a la experiencia amorosa para convertirla, mediante recursos metodológicos muy creativos, en objeto de estudio de las industrias

culturales. El bolero es para ella el elixir mágico que transporta a la nostalgia. Sentimiento que ha quedado plasmado en el bolero y que a su vez evoca la memoria romántica de reconquistar el pasado ideal a través de las letras, los recuerdos del primer amor, los acordes, los ritmos, y las formas particulares de lograr contacto corporal. El bolero no es solamente "el código retórico de lo amoroso", sino también forma parte de las disposiciones culturales que orientan hacia la apatía de la participación política, la cual se nutre de la idea romántica del nacionalismo, de la vida provinciana, del pensamiento conservador que privilegia el orden social basado en el respeto por los valores y las costumbres católicas y del respeto por la autoridad. En conjunto estos recuerdos producen un refugio en el pasado, que invalida la búsqueda de la transformación política del presente.

Las industrias culturales no sólo producen nostalgias que miran al pasado ideal, sino también producen sueños sobre los desenlaces posibles de los protagonistas de las novelas. Libertad Borda y Fernanda Luengo en su artículo "La representación de la audiencia como necesidad de la in-

dustria", señalan cómo la televisión va transformando cada vez más los referentes entre lo representado y la realidad cotidiana. Día a día hemos visto como algunas novelas tienden no sólo a ser un reflejo de los problemas de la cotidianidad, sino también se convierten en suceso del cual se informa en los periódicos y noticieros más importantes del país. La novela no sólo busca ser espejo de lo cotidiano, sino que se entreteje con la vida diaria. Al parecer, según señalan las autoras, la tendencia es que la distancia entre la vida real y el espectáculo cada vez se acorta más. La novela es un género que citando a las autoras: "reflexiona sobre sí mismo a partir de la puesta en escena de una representación de la audiencia como interlocutor autorizado", paralelamente este género intenta hacer más participativa la interacción con su audiencia anónima, como son los casos analizados: *Dos mujeres un camino* y *Lazos de amor*, que introdujeron finales interactivos.

En este mismo tenor, Thomas Tufte, nos introduce a una reflexión teórica sobre "Televisión, modernidad y vida cotidiana", en la que confronta los aportes de Roger Silverston comparando

contextos sociales y culturales de alto contraste entre sí. Tufte enfatiza en el papel que los productos culturales de la industria de la comunicación de masas tienen en la constitución de la organización y el tiempo, el espacio y las relaciones sociales en donde, por un lado, "lo doméstico se vuelve alcanzable sólo mediante formas de comunicación técnicas y muy mediadas", pero por otro lado, a la vez alerta diciendo que esto no es tan unidireccional, pues basándose en Silverstone los límites entre la esfera pública y privada no sólo se constituyen desde las industrias culturales, sino también en los procesos de domesticación, mediante los cuales la cultura mediada "se somete a nuestro control". Para él, lo doméstico es un lugar estratégico para entender los alcances de la cultura *mass mediada* en la cotidianeidad familiar y barrialmente moldeada.

Deseo terminar esta presentación con una reflexión que me llevó a recordar la necesidad planteada por Alberto Cirese de buscar formas de conocimiento que por un lado no privilegien la fabrilidad por sobre la signicidad, pero que tampoco olviden que dicha signicidad tiene siempre un soporte material: ¿Cómo explicar

que las industrias culturales tienen tanto la capacidad del Rey Midas de convertir en Oro las cosas más intangibles, como son los recuerdos, los sueños, los deseos, los sentimientos de amor y odio; como la capacidad de convertir las ondas *hertzianas* en espejos a través de los cuales nos miramos y somos mirados por lo otros para dotarle de sentido a nuestra forma cotidiana de vivir y sentir? Posiblemente nos encontremos a un dilema similar al que Johnny tuvo que enfrentar en *Dos mujeres un camino*. Será posible hacer de las relaciones entre signicidad (cultura) y fabrilidad (industria) una emulsión en la que el aceite deje de permanecer sobre el agua sin mezclarse, para dar lugar a:

Concebir aquellas relaciones de manera que, visualizadas se parezcan más bien a la emulsión que se obtiene cuando, agitando adecuadamente el vaso, a cada partícula de agua (o fabrilidad) se le adhiere una partícula de aceite (o "signicidad)". (Alberto Cirese, "Notas provisionales sobre signicidad, fabrilidad, procreación y primado de las infraestructuras", en *Culturas Contemporáneas*, vol. 1, n. 1, Universidad de Colima, septiembre de 1986, p. 119).