

Cambio tecnológico, globalización neoliberal y hegemonías metodológicas en la investigación comunicativa internacional

 institucional.us.es/ambitos/

23/5/2016

Ángel Carrasco-Campos

Universidad de Valladolid

angel.carrasco.campos@soc.uva.es

Enric Saperas Lapiedra

Universidad Rey Juan Carlos

enric.saperas@urjc.es

English Version: Technological change, neoliberal globalization and methodological hegemonies in international communication investigation.

Resumen

El presente escrito analiza una tercera mayoría de edad en la investigación mediática, iniciada a finales del siglo XX con la Caída del Muro de Berlín, la consolidación de la cultura audiovisual, y el cambio tecnológico propiciado por internet. Se describe y contextualiza el cambio epistemológico de la investigación comunicativa mediante la revisión de sus textos fundamentales, teorías dominantes, y principales actores institucionales. Como conclusión se identifican cuatro rasgos característicos: (i) uso instrumental de la teoría, (ii) institucionalización internacional de un canon investigador dominante, (iii) tendencia hacia un empirismo cuantitativo, y (iv) avances mediante replicación, comparación y acumulación de datos.



Palabras clave

Media studies, investigación comunicativa, cambio tecnológico, globalización, International Communication Association (ICA), Journal of Communication.

Abstract

This paper analyses a third adulthood of media research, which begins in the late twentieth century with the fall of the Berlin Wall, the consolidation of audio-visual culture, and the technological change developed by the Internet. It describes and contextualizes the epistemological shift in current media research through a review of its basic texts, dominant theories, and main institutional actors. As a conclusion, it identifies four traits: (i) instrumental use of theory, (ii) international institutionalization of a dominant research canon, (iii) trend towards a quantitative empiricism, and (iv) the advance of scientific knowledge by replicating, comparing and accumulating data.

Keywords

Media studies, communication research, technological change, globalization, International Communication Association (ICA), Journal of Communication.

1. EL DEBATE EN TORNO AL ESTATUTO CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN: LAS TRES MAYORÍAS DE EDAD DE LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA (01)

El estatuto científico de la investigación comunicativa siempre ha sido tema de interés y debate en el desarrollo, avance y consolidación del propio campo. Especialmente lo ha sido en momentos de renovación epistemológica, ante la aparición de nuevos fenómenos comunicativos

ÁMBITOS
2016
n°32

y realidades culturales frente a los que diseñar nuevas estrategias de aproximación científica, e incluso ante los cambios de orden político, económico e ideológico que modifican el propio sistema comunicativo. Así, la remisión a sí misma como objeto de estudio ha sido un momento recurrente en situaciones de crisis de las ciencias sociales.

Este debate ha marcado históricamente el desarrollo de la investigación en comunicación hasta la actualidad, por cuanto no se ha desarrollado como mero diálogo en torno a su carácter científico, sino por haber alcanzado de lleno al para qué de la propia investigación: su papel institucional, su aplicabilidad, su utilidad para el propio desarrollo del sistema comunicativo y la resolución de problemas planteados por la gestión de medios, contenidos y audiencias. En este sentido, dicho debate se ha desarrollado en torno a un triple eje que apela a (i) la institucionalización y profesionalización del campo académico; (ii) la organización intelectual del campo; y (iii) los intereses de conocimiento, en el sentido de J. Habermas (1986), vinculados a la propia tarea investigadora. Por estas implicaciones, las consecuencias del desarrollo de este debate habrían afectado a la propia realidad de la actividad investigadora y a su estatuto epistemológico, definiendo el propio canon investigador y los paradigmas teórico-metodológicos dominantes de cada momento.

Coincidiendo con momentos de crisis de los modelos académicos vigentes ante los cambios sociales, tecnológicos, políticos y culturales, este debate se habría desplegado en diferentes fases, respecto a las cuales podríamos recomponer distintas etapas de la investigación en comunicación, o diferentes fases de mayoría de edad o madurez (Saperas, 2012; Carrasco-Campos y Saperas, 2013) que solo pueden ser comprendidas al incorporar, de manera radical, los elementos de contexto que han marcado el origen y destino de dichos cambios.

En primer lugar, nos situamos en el periodo de entreguerras como momento de primera mayoría de edad de la investigación comunicativa. Se trata de una época de acalorado debate entre el estructural funcionalismo y la Teoría Crítica, que podríamos personalizar en un debate Lazarsfeld vs. Adorno (Supa, 2009) (como anticipo de la disputa del positivismo veinte años posterior [Adorno, 1973]) en el que estaba en juego no solo un modelo teórico-metodológico de investigación, sino toda una pugna por la organización del campo, entre la tradición académica continental y las nuevas formas americanas de investigación social. Tal y como reconocía y propio Lazarsfeld: “Antes y además de servir a cualquier propósito específico, debería estudiarse el papel general de los medios de comunicación en el sistema social actual” (Lazarsfeld, 1941: 9).

El resultado de dicho debate se resuelve en la consolidación del estructural- funcionalismo como paradigma dominante, bajo el impulso del *New Deal* como salida de la crisis económica norteamericana e inscrito en el programa consciente de una *Ethic of cooperation* entre la Academia y la Administración, a modo de sistematización eficaz, de alta aplicabilidad y capacidad explicativa de diferentes teorías parciales, hegemónicas hasta la actualidad. Con su propuesta de basamento en resultados medibles y extensivos, este modelo se presentaba como alternativa tanto al interés comprensivo del interaccionismo simbólico como a la voluntad transformadora de la Teoría Crítica. Este periodo representa, por tanto, un primer paso hacia la consolidación de un modelo investigador propiamente norteamericano, sustentado a nivel institucional en una triple alianza universidad-estado-empresa, y a nivel epistemológico dentro de los márgenes del positivismo, para el que la teoría queda al servicio de los intereses empíricos de medición y explicación. Esta nueva *american science*, como paradigma dominante mediante teorías de rango intermedio, sería consolidada, ordenada y sistematizada con la primera edición de 1949 del clásico *Social Theory and Social Structure* de R. K. Merton.

En una segunda mayoría de edad o madurez (Saperas, 2012: 116), la investigación comunicativa se enfrentará a una crisis del valor de la teoría como consecuencia de la “balcanización de la sociología” (Merton, 1968) ante los cambios estructurales (sistema comunicativo, polarización de la política internacional) propios de aquellos años (Saperas, 2011: 41-42). Esta pugna interna en el estructural-funcionalismo, en tanto que modelo investigador dominante, queda ejemplarmente recogida en las contribuciones de diversos autores en el volumen de primavera de 1959 de *Public Opinion Quarterly*. Allí se pone de manifiesto la percepción de “pobreza del campo teórico” (Berelson, 1959) y el “desbordamiento de fronteras” (Bauer, 1959) al que se ve sometido este “cadáver (...) extraordinariamente vivo” (Schramm, 1959) en un campo que, no obstante, “destaca por su creatividad y utilidad” (Riesman, 1959).

Como consecuencia de esta primera gran crisis interna en la investigación comunicativa, la actividad teórica se diversificará a lo largo de los años sesenta con la aparición de nuevos paradigmas. Así, bajo la hegemonía de la televisión y el incipiente desarrollo del audiovisual bajo la forma de industrias culturales (Carrasco-Campos y Saperas, 2012), nuevos problemas asociados a efectos, procesos de recepción y usos y consumos mediáticos son abordados desde diversos marcos teóricos. Entre ellos, el estructuralismo (Fabbri, 1973), los estudios culturales en el *Centre for Contemporary Cultural Studies* de Birmingham (bajo el impulso de la *New Left*), los *technological studies* al amparo de los textos de McLuhan (1962 y 1964), y el resurgir de las sociologías interpretativas (Goffman, 1959). Asimismo, mención especial merece la ya referida crisis del estructural-funcionalismo, como consecuencia del cambio radical de la sociedad norteamericana, que dará lugar a una agrupación de teorías parciales, hegemónicas hasta nuestros días: *agenda setting* (McCombs & Shawn, 1972), análisis del cultivo (Gerbner & Gross, 1976), *gap hypothesis* y espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1984), usos y gratificaciones (Blumler & Katz, 1974). Intentos paradigmáticos de una nueva sistematización de este modelo investigador, motivados por la amenazada pérdida de su hegemonía, podemos encontrarlos en una tercera edición del ya citado texto de Merton (1968), así como en la propuesta de cohesión del campo disciplinar desde su común objeto de estudio, a modo de paradigma de investigación en torno a los efectos mediáticos a cargo de Joseph T. Klapper (1960), incluyendo: *the two-step flow of communication*, *Personal Influence*, *Opinion leaders mediate decisively between mass communicators and audiences*, *Theory of the Minimal Effects* y *Short term 'attitude change'*.

Por último, destacar también el hipotético inicio de una tercer mayoría de edad de la investigación comunicativa, al calor del impacto de los cambios sociales, políticos y tecnológicos iniciados en 1989 con la Caída del Muro de Berlín (retransmitida por la CNN con el titular de *Prime Time Revolution*) y la creación de la *World Wide Web* como un sistema de hipertexto organizado en red por Tim Berners-Lee). La década de los años noventa significa así el inicio de un nuevo periodo histórico cuyo perfil general no está todavía bien delimitado, y cuya proyección en el futuro es todavía incierto. Asociada a este periodo acontece una nueva mutación del estatuto científico de la investigación comunicativa como consecuencia de un necesario proceso de adecuación a las transformaciones experimentadas.

El presente escrito propone así una revisión de los textos fundamentales, los principales actores institucionales y las tendencias teórico-metodológicas más influyentes en el desarrollo de la investigación mediática. Todo ello a partir de un ejercicio de contextualización sociológica de dicho proceso, con el fin de analizar las relaciones entre el cambio tecnológico, la globalización neoliberal y las hegemonías metodológicas en la investigación comunicativa actual.

2. LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA HOY: NUEVOS MARCOS INSTITUCIONALES.

Tal y como planteamos, con este hipotética tercera mayoría de edad de la investigación mediática resurgirá la pregunta por el estatuto científico de la comunicación. Así, desde los años ochenta se habrían desarrollado diversas propuestas de sistematización del campo científico, como consecuencia de la necesidad de ordenar e identificar un ámbito propio, pero sometido a todo tipo de transformaciones, tanto externas como internas.

En este proceso continuo, la producción editorial académica ha acaparado un papel fundamental a través de las revistas (*journals*) internacionales de referencia y, en menor medida, de libros y manuales de referencia para la demarcación teórico-metodológica del ámbito y para la formación de jóvenes investigadores y profesionales. Esta función ha sido dirigida y promovida desde espacios académicos y asociativos como Centros de Investigación, Universidades y Asociaciones científicas, empleando la literatura científica, actas de congresos incluidas, como medio formal reconocido de intercambio y avance de conocimiento. A este respecto, aunque no sea objeto del presente escrito, debemos también destacar la función rectora de las asociaciones internacionales de profesionales de investigación como motores de este debate, no sólo por acoger a los principales investigadores que habrían contribuido en estas reflexiones, sino también por la estrecha vinculación que mantienen con algunos de los congresos y *journals* más relevantes del campo (para mayor detalle, ver Carrasco-Campos y Saperas, 2014: 153-155).

Así, el papel del mundo editorial en la academia no puede reducirse al de mero vehículo de la producción científica, sino que desempeñaría una función de tipo institucional, en su articulación, promoción y difusión de conocimiento, tarea desempeñada en otras ocasiones por el debate erudito. Ha sido precisamente a través de *papers*, *textbooks* y *proceedings* como se ha configurado en los últimos treinta años la presencia, lugar, perfil y estatuto propio de la investigación comunicativa en el conjunto de las ciencias sociales.

Las revistas y monográficos especializados en comunicación, publicadas en su mayoría por empresas editoriales del entorno angloamericano, se habría constituido como foro privilegiado para el metadiscurso de la investigación por la propia evolución institucional de las ciencias sociales en el último tercio del siglo XX. Como mejor y más remarcable ejemplo podemos citar el caso de la revista *Journal of Communication*, publicación vinculada a la *International Communication Association* (ICA). En primer lugar, destacar el especial *Ferment in the Field* de 1983 al cuidado de George Gebner (Gerbner & Siefert, 1983). El impacto de este número fue notable, no sólo por situar la discusión del estatuto de la investigación comunicativa definitivamente bajo la influencia norteamericana, sino también por procurar un marco internacional común. El propio Gebner reconoce la intención de “explorar las implicaciones y proponer respuestas a una serie de cuestiones sobre el papel de los académicos e investigadores de la comunicación, y de la disciplina en su conjunto, en la sociedad” (Gerbner & Siebert, 1983: 332). A su vez, Robert T. Craig, estrechamente vinculado a la ICA, destacaba que este monográfico conseguía canalizar las disonancias que amenazaban la armonía del canon dominante y, por tanto, la homogeneidad del campo (Craig, 1999). Como consecuencia de este debate se agendaba la necesidad de sintetizar un campo cohesionado para la investigación comunicativa, pero a la vez diverso y plural.

Diez años más tarde, en 1993, la misma publicación de referencia volverá a intentar ordenar y sistematizar, aunque con menor impacto, el ámbito mediante la publicación de otro número especial titulado *The disciplinary Status of Communication Research*, editado por Mark R. Levy y Michael Gurevitch (Levy & Gurevitch, 1993). La propuesta de nuevo era sentar las bases de una identidad común de la investigación comunicativa. Sin embargo, la preocupación por descubrir un paradigma universal de la comunicación sería sustituida por una cómoda aceptación del pluralismo teórico, pero bajo el dominio de formas de empirismo cuantitativo como sustrato de cohesión del campo.

En 2004 sería la investigación crítica la que, como contrarréplica, intentara ordenar el ámbito desde su perspectiva en *Javnost – The Public*. Con su volumen *New Perspectives on Critical Communication Studies* se realiza un estado de la cuestión respecto al paradigma crítico, valorando su desarrollo, evolución y futuro respecto al nuevo escenario mundial y a los nuevos objetos de estudio surgidos por los cambios sociales, culturales y tecnológicos. Siguiendo esta misma vía podemos citar textos recientes que, aunque con mucho menor impacto, proponen una revisión crítica del campo de la comunicación incorporando el cambio social, político, económico y tecnológico como eje de su argumentario, incluyendo el papel de regiones emergentes en los flujos comunicativos globales, tales como los BRICS, (Nordenstreng y Thussu, 2015), África (Willems, 2014) y el “Sur global” (Global South): Latinoamérica, África y Asia del Sur (Slater, 2013).

Por otra parte, al menos en el entorno académico europeo, dos libros de referencia han procurado una sistematización de nuestro ámbito académico: *Mass Communication Theory* de Denis McQuail (2010) y *Histoire des Théories de la Communication* de Armand y Michèle Mattelart (1997). Estos dos textos habrían ejercido una influencia similar a la llevada a cabo en Estados Unidos por *Milestones in mass communication research* de Shearon Lowery y Melvin Lawrence De Fleur (1995), procurando un lugar común, a escala internacional, para la docencia e investigación de teorías de la comunicación.

3. EL CAMBIO DE CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA.

Por la propia naturaleza cambiante de su objeto de estudio, las ciencias sociales son inseparables, en su evolución y desarrollo, del contexto histórico y cultural en el que proponen dar respuesta a los retos que imponen el cambio social, las innovaciones tecnológicas y las transformaciones institucionales. Sin embargo, si observamos tanto las ordenaciones propuestas en las revistas de referencia como en los manuales europeos

mencionados, todos ellos de gran influencia y difusión en la Academia, podemos destacar que de forma mayoritaria, por lo que respecta a su atención a los elementos contextuales, la evolución, desarrollo y descripción de la investigación comunicativa es atendida, a lo sumo, desde un punto de vista meramente cronológico, a modo de sucesión de paradigmas, teorías y elementos conceptuales. Así, de los textos citados la gran mayoría permanecen en discursos autorreferenciales circunscritos al propio ámbito prestando escasa atención al devenir histórico, al cambio tecnológico y a las transformaciones geopolíticas. Sólo el especial reseñado de la revista *Javnost-The Public*, especialmente el *Ferment in the Field* de Kaarle Nordenstreng con el que inicia el monográfico (Nordenstreng, 2004) y, de forma intensa y consciente, el último capítulo del libro de Armand y Michèle Mattelart (1997: 107-124), fundamentan su análisis en la consideración del elemento histórico como un factor esencial, y no simplemente como mero escenario, aunque sea solamente para describir y ordenar la investigación comunicativa y las teorías de la comunicación resultantes de dichos procesos. En ambos casos el análisis de la realidad histórica y del cambio social toma cierto protagonismo en la descripción de la evolución seguida por la investigación comunicativa a partir de la Caída del Muro de Berlín y de los procesos de hegemonía mundial del neoliberalismo.

En este punto debemos subrayar que definir los contornos y las hegemonías teóricas de la investigación comunicativa actual resulta imposible sin el ejercicio de contextualización de su evolución. Tal y como venimos anticipando, siguiendo a Nordenstreng, los pilares de esta contextualización de la investigación comunicativa, en su tercera mayoría de edad, serían a grandes rasgos la realidad internacional surgida con el hundimiento de la Unión Soviética y la transformación tecnológica y económica del sistema comunicativo internacional:

This ferment occurs in a post Cold War world where the field is heavily influenced by neo-liberal and populist-conservative politics, on the one hand, new information and communication technologies, ICTs (Information and Communication Technologies), on the other (Nordenstreng, 2004: 7-8).

A fin de proponer una exposición ordenada de los diferentes elementos que intervendrían en este cambio de contexto, diferenciaremos cuatro ejes (en estrecha interrelación entre sí).

3.1. Primer eje (i): hegemonía mundial de modelos comunicativos y culturales, mundialización de flujos comunicativos.

Tras el derrumbe del Telón de Acero, en los años noventa el modelo comunicativo creado por la industria norteamericana conseguirá, por fin, la hegemonía internacional pretendida desde la caída del fascismo. El desplome del arquetipo de cultura mediática soviético, acompañado del ideal político comunista, significaba la disolución del único modelo antagónico, a modo de alternativa real.

Respecto a los estándares culturales, la absolutización de los marcos económicos y políticos, en tanto que ideológicos, apuntan también hacia la absolutización hegemónica de un modelo de cultura caracterizado, como ya anticiparon Adorno y Horkheimer en su caracterización de la industria cultural de 1944 (Adorno y Horkheimer, 1988), por la aparente diversidad que encubre la homogeneidad subyacente de la *Masscult* norteamericana (Macdonald, 1969).

Por su mayor difusión y penetración global, el audiovisual, ya dominante desde los años sesenta, constituirá el núcleo duro del nuevo arquetipo internacional de cultura (Carrasco-Campos y Saperas, 2012). La homogeneización de formatos audiovisuales, la estandarización de contenidos y la mundialización de flujos comunicativos de todo tipo constituirán una realidad que, a diferencia del sistema económico, no ha sido amenazada por las potencias emergentes en su proceso de diseminación global, reafirmandose como *mitología moderna* (Morin, 1965: 135) para una *aldea global* (McLuhan 1962 y 1964; McLuhan y Fiore, 1968).

3.2. Segundo eje (ii): innovación tecnológica.

De manera paralela, e incluso solidaria, a esta consolidación del audiovisual debemos identificar a la transformación tecnológica como segundo eje del cambio de contexto, especialmente a partir de la creación de la *World Wide Web* en 1989 y su difusión a lo largo de la década de 1990. La cultura audiovisual será reafirmada bajo el impulso de internet, ahora bajo formas multimedia de mayor interactividad para los usuarios, y dará lugar a nuevas formas de comunicación social que imponen una lógica contraria los tradicionales

modelos unidireccionales: descentralización, desterritorialización, reinversión de la recepción, fragmentación de los receptores (Saperas, 2012: 43).

Conforme a este eje, los límites cotidianos del nuevo sistema de comunicación quedan constituidos, al menos idealmente, por los usuarios que forman la Red de forma participante y activa. Sin embargo, tal y como adelantábamos en el análisis anterior, esta multiplicidad de audiencias, cada vez más activas en su proceso de consumo mediático, no se habría traducido en una multiporalidad cultural y comunicativa, más allá de la diseminación de diferentes estilos de vida e industrias culturales conforme a una misma lógica común en clave de pseudo-cultura (Adorno y Horkheimer, 1979).

Al observar este cambio radical y acelerado podemos volver nuestra mirada hacia el mundo de entreguerras del pasado siglo, momento en el que las invenciones tecnológicas y la creación de las ciencias sociales aplicadas contribuyeron, como ahora, a un nuevo tipo de modernidad para el conocimiento, precisamente aquella de que estamos modificando estructuralmente en la actualidad. Como entonces, tal y como proponía en los años treinta el sociólogo William F. Ogburn, la innovación tecnológica y su estudio por parte de las ciencias sociales aplicadas son dos de los principales motores del cambio social:

Studies of social change indicate the overwhelming importance of technology and applied sciences as a cause of social change, hence the very great practical importance of studying how mechanical invention and applied sciences influence social institutions (Ogburn, 1937: 367).

Es en este sentido en el que reivindicamos que la comprensión del desarrollo de la investigación actual deba tener muy en cuenta la innovación tecnológica; no sólo por haber propiciado la formación de nuevos objetos de estudio, sino por ser causa de nuevas prácticas comunicativas y nuevos marcos institucionales. Las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTICs) han determinado la necesidad de una profunda renovación en el diseño y aplicación de la investigación comunicativa por cuanto han generado nuevos medios y nuevas formas de emisión y recepción de la información, así como de sus usos y consumos, impulsando un cambio progresivo, pero irreversible, en transformación de los *media* convencionales hacia nuevos lugares comunes que se dejan intuir, pero permanecen todavía indeterminados.

3.3. Tercer eje (iii): transformación del sistema comunicativo y globalización neoliberal.

La década de los noventa atestigua también una progresiva convergencia entre empresas de medios de comunicación convencionales, empresas de telefonía y de telecomunicaciones ligeras, empresas de cable y la industria del conocimiento. Esta convergencia impulsa la creación de una malla de comunicación mediante fuertes tendencias a la concentración vertical y horizontal, con una clara vocación hacia la mundialización, que supera los límites de los mercados estatales. La digitalización ocupará, también a este respecto, el núcleo de este proceso de convergencia con empresas globales de telecomunicaciones capaces de brindar a usuarios individuales de diferentes rincones, ofertas “adaptadas” a consumos “particulares” de comunicación, no sólo por lo que respecta a los propios servicios ofrecidos (internet de alta velocidad, televisión por cable y satelital, telefonía móvil, internet móvil) sino también a las propias plataformas de uso (*tablets, smartphones, laptops*, ordenadores de sobremesa, telefonía fija y móvil, televisión “a la carta”). Con ello, la comunicación, en tanto que servicio capitalizado por empresas multinacionales, comienza a ser asumida por los propios usuarios como un bien de consumo integral centrado en uno o pocos dispositivos personales (trascendiendo la idea de electrodoméstico familiar), siendo cada vez más difusa la propia frontera de las diferentes modalidades de telecomunicación. Todo ello inscrito en un doble movimiento de diversidad de formas comunicativas y concentración en un único (pero diverso) modelo de comunicación operado por conglomerados empresariales internacionales. Haciendo referencia a diferentes industrias de las telecomunicaciones (televisión, publicidad, telecomunicaciones), Yong-Jin resume este proceso como una “transnacionalización neoliberal” en la que las industrias de la comunicación se han expandido geográficamente como parte de la globalización económica, generando un espacio de integración cultural:

Since the mid-1980s, the global communication industry has undergone a process of neoliberal transnationalization. As communication industries have expanded geographically through foreign direct investment (FDI) and acquisition, they have reorganized their structure in order to effectively produce and

distribute their cultural products and services. From television to advertising agencies, from newspaper companies to telecommunications firms, communication industries have sought to mediate increasing globalization of the world economy and culture through mergers and acquisitions (M&As). Only 20 years ago, the communication industry achieved limited integration, reflecting its relatively small stake in the global industry. However, communication industries have substantially expanded their role through capital investment, and the communication industry has become one of the largest industries in the global deal markets as a result of vertical and horizontal integration (Yong-Jin, 2008: 357).

Adicionalmente, aunque en cierto modo como condición de posibilidad de la ya mencionada convergencia empresarial de medios, la década de los noventa significó la consolidación del movimiento de capitales impulsado por las tendencias neoliberales en la política y la economía internacionales. La globalización del mercado comunicativo ha dibujado así un contexto internacional tendente a la uniformización de mercados, pero en el que la tecnología digital ha sido determinante como elemento impulsor esencial. El proceso de cambio del sistema comunicativo internacional y de consolidación de un sistema mediático mundializado por vez primera se enmarca en el proceso general de globalización neoliberal, cuyo discurso hegemónico y hegemonzante habría sido determinante para el devenir del *estándar* de la investigación comunicativa.

3.4. Cuarto eje (iv). Macrotendencias en el contexto internacional. Neoliberalismo, multilateralismo político internacional y diversidad (aparente) en la investigación comunicativa.

De manera general, en el plano político y económico podemos identificar desde los años noventa un multilateralismo para con respecto a polos tradicionales de poder. Así, paulatinamente, los nodos del poder mundial se sitúan en torno a nuevas potencias emergentes (véase Brasil, India, China, o países árabes) que conviven con las potencias tradicionales (Europa, Rusia, Estados Unidos). Sin embargo, como espacio común a esas realidades múltiples, esa fragmentación del poder se realiza dentro de un mismo modelo económico internacional, marcado por un neoliberalismo global sin *locus* propio, en el que la producción tradicional se ha desplazado hacia la economía de consumo de intangibles (o capitalismo informacional, diríamos con Castells, 1997: 93 y ss) con la comunicación y la información a la cabeza, bajo el impulso y arbitraje de instituciones internacionales que regulan la integridad de ese espacio global de intercambio capitalista (Fondo Monetario Internacional, Unión Europea, Mercosur, Organización Mundial del Comercio, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre otras).

Paralelamente a esta macrotendencia internacional en lo político, económico e ideológico, que conjuga múltiples realidades con un único modelo general de intercambio, podemos advertir también una fuerte tendencia de institucionalización e internacionalización de la actividad investigadora bajo un canon dominante que admite la diversidad global de objetos de estudio surgida en los últimos treinta años. De modo similar a como los esquemas económicos contemporáneos, tras el fracaso del socialismo real, no han encontrado un modelo frontalmente antagónico, el *american science*, consolidado desde los años cincuenta como paradigma dominante en constante adaptación bajo la base del estructural funcionalismo, define los límites de lo admisible y reconocible como investigación comunicativa. Debemos destacar a este respecto el fuerte papel de las asociaciones internacionales como instituciones reguladoras de la actividad científica, a modo de *gatekeepers* de la producción intelectual en ciencias sociales. Ejemplar es el caso de la ICA, modelo para otras tantas asociaciones científicas de menor envergadura, quien ha sostenido a través de actividad asociativa, *journals* y *conferences*, el debate en torno a la ordenación del campo, llegando a proponer diversos ejes de estudio, siempre en torno a objetos de estudio, capaces de asumir la multiplicidad de la realidad comunicativa (tal y como hace con su segmentación de 21 divisiones temáticas (02)).

4. ¿HACIA UN NUEVO 'CANON' EN LA INVESTIGACIÓN COMUNICATIVA?

Del mismo modo que en la primera y segunda madurez en el desarrollo de la investigación comunicativa que señalábamos anteriormente, el periodo que estamos describiendo y contextualizando como tercera mayoría de edad estaría procurando una nueva reordenación y reestructuración del canon investigador y del campo como resultado del particular contexto propio ya analizado. En líneas generales, se trata de nuevo de un modelo de

investigación meramente instrumental que continuaría con la vía, abierta ya con la crisis del estructural-funcionalismo, de degradación de la capacidad de generalización de la teoría, en favor de teorías de rango medio y sumisión al objeto de estudio mediante aproximaciones metodológicas estandarizadas. En este sentido, se habrían incrementado las denominaciones débiles de los marcos teóricos de referencia siguiendo la estrategia de la investigación clásica, pero ahora con valores más instrumentales, si cabe, tales como *Media Studies*, *Communication Studies*, *Technological Studies*, *Communication System Studies*, *Gender Studies*, *Political Communication Studies*, *Journalism Studies*, o *Public Relations Studies*.

La tendente pérdida del valor de la teoría como fin en sí mismo se advertiría también en la primacía de los aspectos metodológicos. En la búsqueda de un canon integrado, de validez internacional, con suficiente capacidad explicativa y susceptible de generar resultados válidos para análisis comparados y de avance por replicación, se vislumbra la pauta hacia un empirismo cuantitativo, en el que las teorías surgen por precipitación inductiva y las investigaciones se sistematizan y agrupan según su objeto de estudio. Así, por ejemplo, los tradicionales modelos críticos de investigación, para los que la teoría juega un importante desempeño práctico y en los que la totalidad de lo social no puede ser comprendido como simple elemento contextual, correrían bien el riesgo de situarse fuera de los márgenes de la científicidad de la disciplina que impone el modelo hegemónico, bien de postularse como propuestas de intervención en la realidad para regularla o corregirla.

Asimismo, esta tendencia hacia la unificación de la investigación, como posible elemento vertebrador de un nuevo canon, se manifiesta también en su institucionalización internacional. Destacable de este rasgo serían la tendencia hacia formulación de estándares de medición, comparación y evaluación de la productividad científica, necesidad para la que resulta convenientemente apropiada la internacionalización de un único estándar investigador en el que el *paper* se sitúa como vehículo privilegiado de difusión, también bajo modelos comunes válidos internacionalmente.

Destacaremos también que estas tendencias alcanzarían incluso al cada vez más escaso espacio de las teorías de la comunicación, tal y como parece sugerir T. Hanitzsch con su propuesta de *checklist* para la autoevaluación de *papers* de naturaleza teórica en su editorial para *Communication Theory* (Hanitzsch, 2013). Su propuesta resulta sintomática no sólo por la mera inclusión de una guía de autoevaluación para autores de textos teóricos, con vocación de universalidad, a modo de esquema regulativo de la actividad de teorización en comunicación, sino también por el propio contenido de dichas "recomendaciones". Con ello, Hanitzsch (2013: 8) explicita el ya reseñado modelo instrumental de teoría ("*Is the need for a theory intervention justified?*"), cuyos avances resultarían de un proceso lineal y acumulativo acotado a problemas comunicativos concretos ("*Does the article address a communication problem?*"), y sustentado tanto en la revisión de literatura como punto de partida ("*Does the literature review identify meaningful points of departure?*", "*Does the article engage the relevant communication literatures?*"), como en la propia evidencia empírica.

De manera resumida, y a modo de conclusión, podemos identificar cuatro tendencias de consolidación de un nuevo canon investigador, de raíz netamente funcionalista:

1. Tendencia hacia la pérdida del valor de la teoría y hacia la primacía de los aspectos metodológicos.
2. Tendencia hacia la institucionalización e internacionalización de un canon investigador único.
3. Tendencia hacia el avance del campo mediante el recurso a la replicación.
4. Tendencia hacia un empirismo cuantitativo (condición de posibilidad de las tendencias anteriormente remarcadas).

Estas cuatro tendencias evidencian el ya advertido valor instrumental de la teoría en virtud de una mal comprendida primacía del objeto de estudio, así como la implícita imposición de un modelo único de ciencia social, con intereses especialmente explicativos, a través de la institucionalización e internacionalización del canon investigador. Con ello, en la investigación mediática actual el valor práxico inherente al ejercicio teórico queda reducido a funciones meramente instrumentales, tales como la organización del campo, la formulación de hipótesis para el avance empírico por replicación y falsación (Popper, 1962) o la generalización inductiva de resultados. Nos encontramos, por tanto, ante una investigación básicamente empírica, descriptiva y predictiva,

para la que otros intereses comprensivos o emancipatorios han quedado relegados a segundos planos marginales, casi en peligro de extinción.

5. REFERENCIAS.

- ADORNO, Theodor W. y otros (1973). *La disputa del positivismo en la sociología alemana*. Grijalbo: Barcelona. Edición original de 1969.
- ADORNO, Theodor W. y HORKHEIMER, Max (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamérica. Edición original de 1944.
- (1979). Teoría de la pseudo-cultura. En: *Sociológica*. Madrid: Taurus, 175-201. Edición original de 1959.
- BAUER, Raymond A. (1959). Comments on 'The State of Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, vol. 23, nº 1, pp. 14-17.
- BERELSON, Bernard (1959). The State of Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, vol. 23, nº 1, pp. 1-2.
- BLUMLER, JAY G. y KATZ, Elihu (1974). *The uses of mass communications: current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills (CA): Sage.
- CRAIG, Robert T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, vol. 9, nº 2, pp. 199-161.
- CARRASCO-CAMPOS, Ángel y SAPERAS, Enric (2014). Debate, confrontación y hegemonía en la disciplina de la comunicación. Nuevos tiempos para un paradigma dominante. *Redes.com. Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, nº 10, pp.145-158.
- (2013). Las teorías de la comunicación hoy: contexto histórico, cambios tecnológicos y nuevo estatuto epistemológico de la investigación comunicativa. En: VICENTE-MARIÑO, M., GONZÁLEZ-HORTIGÜELA, T. y PACHECO-RUEDA, M. (coord.): *Actas del II Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación (Segovia, 23 de mayo de 2013)*. Segovia: Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Comunicación, pp. 959-968.
- (2012). La Unesco y la institucionalización de la cultura: hacia un nuevo estatuto de la cultura. *Razón y Palabra*, nº 79.
- CASTELLS, Manuel (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1*. Madrid: Alianza.
- FABBRI, Paolo (1973). Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della Sociologia. *Versus*, nº 5.
- FORTNER, Robert S.; FACKLER, P. Mark (eds) (2015). *The handbook of media and mass communication theory*. Oxford: John Wiley & Sons.
- GERBNER, George y GROSS, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, vol. 26, nº 2, pp. 172-194.
- GERBNER, George y SIEFERT, M. (eds). (1983). Ferment in the Field: Communication Scholars Address Critical Issues and Research Tasks of the Discipline. *Journal of Communication*, vol. 33, nº 3.
- GOFFMANN, Erving (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre Press.
- HABERMAS, Jürgen (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid: Tecnos. Primera edición en alemán de 1968.

- HANITZSCH, Thomas (2013). Writing for Communication Theory. *Communication Theory*, vol. 23, nº 1.
- JAVNOST – THE PUBLIC (2004). «Perspectives on Critical Communication Studies». *Javnost – The Public*, vol. 11, nº 3.
- KLAPPER, Joseph Thomas (1960). *The Effects of mass communication. An analysis of research on the effectiveness and limitations of mass media in influencing the opinions, values, and behavior of their audiences*. Nueva York: The Free Press.
- LAZARSELD, Paul F. (1941). Remarks on Administrative Research and Critical Communications Research. *Studies in Philosophy and Social Science*, nº 9.
- LEVY, Mark. R. y GUREVITCH, Michael (eds.) (1993). The disciplinary Status of Communication Research. *Journal of Communication*, vol. 43, nº 3.
- LOWERY, Shearon y DE FLEUR, Melvin Lawrence (1995). *Milestones in mass communication research*. White Plains (NY): Longman. Tercera edición.
- MACDONALD, Dwight (1969). Masscult y Midcult. En: VV.AA. *La industria de la cultura*. Madrid: Alberto Corazón. Edición original de 1960.
- MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCOMBS, Maxwell y SHAWN, Donald L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, nº 2, pp. 176-187.
- McLUHAN, Marshall (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. London: Routledge & Kegan Paul.
- McLUHAN, Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McLUHAN, Marshall y FIORE, Quentin (1968). *War and peace in the global village*. New York: Bantam.
- McQUAIL, Denis (2010). *Mass Communication Theory*. Londres: Sage. Sexta Edición
- MERTON, Robert K. (1968). *Social Theory and Social Structure*. Nueva York: Free Press. Tercera edición revisada. Primera edición original de 1949.
- MORIN, Edgar (1965). *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid: Taurus.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1984). *The Spiral of Silence*. Chicago: University of Chicago.
- NORDENSTRENG, Kaarle (2004). Ferment in the field: Notes on the evolution of communication studies and its disciplinary nature. *Javnost-The Public*, vol. 11, nº 3.
- NORDENSTRENG, Kaarle y THUSSU, Daya Kisha (2015). *Mapping BRICS Media*. Londres: Routledge.
- OGBURN, William Fielding (1937). The Influence of Inventions on American Social Institutions in the Future. *American Journal of Sociology*, vol. XLIII, nº 3.
- POPPER, Karl (1962). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos. Primera edición en alemán de 1934; nueva edición en inglés, por el propio autor, de 1959.
- RIESMAN, David (1959). Comments on 'The State of Communication Research'. *Public Opinion Quarterly*, vol. 23, nº 1, pp. 10-13.
- SAPERAS, Enric (2011). La investigación comunicativa: entre el canon teórico y la dispersión metodológica. En: SAPERAS, E. (coord.). *Estudios de comunicación y medios*. Madrid: Dykinson – Ediciones URJC.

SAPERAS, Enric (2012). *Comunicación mediática y sociedad. Manual de Teorías de la comunicación*. Madrid: OMM Campus.

SCHRAMM, Wilbur (1959). Comments on 'The State of Communication Research'. *Public Opinion Quarterly*, vol. 23, nº 1, pp. 6-9.

SLATER, Don (2013). *New media, development and globalization: making connections in the global South*. Cambridge (UK): Polity Press.

SUPA, Dustin W. (2009). The Origins of Empirical Versus Critical Epistemology in American Communication. *American Communication Journal*, vol. 11, nº 3.

WILLEMS, Wendy (2014). Provincializing Hegemonic Histories of Media and Communication Studies: Toward a Genealogy of Epistemic Resistance in Africa. *Communication Theory*, vol. 24, nº 4, pp. 415-434.

YONG-JIN, Dal (2008). Neoliberal restructuring of the global communication system: mergers and acquisitions. *Media, Culture & Society*, vol. 30, nº 3, pp. 357-373.

(01) Este trabajo se inscribe en el marco del proyecto de investigación 25 años de investigación sobre comunicación en España. Producción científica, comunidad académica y contexto institucional (INCOMES-25) del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica de Excelencia (2013-2016) (CSO2013-40684-P).

(02) <http://www.icahdq.org/divisions/> (consultada en abril de 2015).

BREVE SEMBLANZA DE LOS AUTORES

Ángel Carrasco-Campos. Pertenece al Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación y ejerce en el Campus María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid.

Enric Saperas Lapiedra. Pertenece al Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación y a la Universidad Rey Juan Carlos.

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.32, edición de primavera, 2016.

Recibido: 03/02/2016

Aprobado: 03/04/2016