

Presentación

Queremos comenzar con dos buenas noticias para los lectores de CIC: disponemos ya de una versión electrónica en Internet y hemos constituido un Comité Asesor internacional con personalidades de renombre mundial, a quienes agradecemos su participación en este proyecto.

CIC es accesible en Internet en la dirección www.ucm.es/info/per3/cic. Pueden consultarse los abstracts y una selección de artículos en *textos completos*. Agradecemos a Wenceslao Castañares la confección y coordinación de CIC Digital.

El Comité Internacional está compuesto por David Paletz (Duke University, EE.UU), Dan Schiller (Universidad de California-San Diego, EE.UU), Todd Gitlin (New York University, EE.UU), Alberto Abruzzese (Universitá La Sapienza, Italia) y James Curran (Goldsmith Colledge, Gran Bretaña). Algunos de ellos colaboran en este número. Nuestro agradecimiento a todos y, también, a Daniel Hallin y David Weaver que nos han remitido colaboraciones muy interesantes.

Por lo que respecta a los contenidos de este tercer número de CIC, bajo el título **Tema Central** presentamos, en primer lugar, un grupo de artículos sobre el lugar de la Teoría General de la Información en los nuevos planes de estudio de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Los cuatro responden a la necesidad de delimitar adecuadamente los campos científicos y evitar los solapamientos de contenidos entre asignaturas.

Angel Benito narra cómo, en 1963, dio el nombre de "Teoría General de la Información" a una disciplina, que, con el título de "Introducción al Periodismo", se venía impartiendo tanto en Europa como en los Estados Unidos, para acercar a los futuros profesionales de la información a la problemática general de los medios. El desarrollo tecnológico y la ampliación de las consecuencias públicas de la comunicación colectiva, le llevaron a diseñar una ciencia general de la Información, cuyo objeto propio es el proceso de la comunicación y que ha dado lugar a una amplia constelación de disciplinas diversas, centradas en cada uno de los elementos del proceso.

La 'teoría' de Felicísimo Valbuena es que hay unas disciplinas-mapas, que deben orientar la actividad de los estudiantes durante la carrera: precisamente, las que llevan el nombre de 'Teoría': *Teoría de la Comunicación, Teoría General de la Publici-*

dad, Teoría General de la Imagen y Teoría de la Información. Esa orientación consiste en ofrecer una panorámica de las diversas teorías, mostrar los puntos fuertes y débiles de cada una de ellas (*eje sintáctico*), el campo de la realidad que cubren (*eje semántico*) y cómo es posible aplicarlas a la actividad profesional (*eje pragmático*).

El artículo de Javier del Rey adopta la forma de un *manifiesto por la Universidad del Siglo XXI*, en el que define el estatuto epistemológico que corresponde a la Teoría General de la Información –afirma que se trata de una *interciencia*–, y plantea la gran empresa hermenéutica de la disciplina: la elaboración de una imagen inteligible del campo fenomenológico de la información de actualidad política. En la segunda parte de su artículo el profesor del Rey expone su *teoría lúdica de la comunicación política*, basada en una serie de juegos de lenguaje cuya tipología desarrolla en la asignatura que ha fundado, la *Comunicación Política*.

En el texto de Eva Aladro se describen algunos rasgos generales de la situación investigadora y docente de las Ciencias de la Información. La autora aboga por la superación tanto de las barreras metodológicas como categoriales que impiden la innovación en este campo científico. La transición de la erudición y la investigación recensora a la innovación y el planteamiento de nuevas bases categoriales favorecerá no solamente el estado de la cuestión investigadora, sino las relaciones entre las ciencias de la información y los profesionales de medios así como con la sociedad para la que todos trabajan.

En segundo lugar incluimos los artículos de James Curran, Todd Gitlin y Daniel Hallin. Los dos primeros son actualizaciones de trabajos suyos anteriores, especialmente elaboradas para este número. Los dos llevan a cabo una revisión crítica de las aportaciones a la Teoría General de la Información en las últimas décadas. Junto a ellos, el trabajo de Hallin sobre el profesionalismo y comercialización en los medios norteamericanos completa el análisis desde la economía política de los medios.

El texto de James Curran revisa críticamente los grandes desarrollos de la investigación sobre comunicación de masas, particularmente en Inglaterra durante los últimos quince años. Emerge, de acuerdo con el autor, un nuevo movimiento revisionista que pone en duda los paradigmas críticos dominantes de los últimos años de la década de los 70 y los primeros de la década de los 80. Este movimiento toma la forma de contestación de los modelos subyacentes de sociedad, la caracterización de las organizaciones de los media, las representaciones del contenido de los medios, la concepción del público y los juicios estéticos que subyacen a la mayoría de las investigaciones “críticas”. El autor argumenta que este revisionismo es en parte una reversión a ciertos saberes convencionales desacreditados del pasado, en realidad un movimiento de revivalismo enmascarado bajo la apariencia de pensamiento nuevo e innovador. En cualquier caso, parte de la nueva crítica puede contemplarse como una reformulación que potencialmente puede impulsar la tradición crítica en la investigación sobre comunicación.

Gitlin analiza críticamente las tendencias de investigación en el campo de las comunicaciones de los últimos años, hallando ciertos denominadores comunes en las prin-

cipales tendencias que motivan el actual descenso de lectura y circulación públicas de las ideas sobre políticas de medios y cultura. En las principales corrientes de investigación, como la denominada abstracción empírica o investigación cuantitativa, la investigación de corte crítico y la investigación renovadora conocida como estudios culturales se emplea un lenguaje oscurantista favorecido por las tendencias autoaislantes y ensimismadas del entorno académico, lenguaje que en último término implica un modelo de relación entre conocimiento y poder irreflexivo y descuidado. Si en la investigación empírica la estrecha relación con la Administración es evidente desde hace años, hoy en las corrientes más renovadoras hay un ansia por encontrar signos de oposición o resistencia que favorecen más al status profesional y académico del crítico que a la búsqueda verdadera de ideas sobre el modelo social ideal. La inexistencia de un debate público entre ambas posiciones está impidiendo que la investigación en comunicaciones llegue a su verdadero público, la sociedad para la que desarrolla ideas y modelos.

Hallin aborda la creciente tensión entre las nuevas inclinaciones hacia el comercialismo y la tradición del "profesionalismo" (clásico) en la información periodística estadounidense. El autor critica simultáneamente las visiones 'postmodernas', que consideran la fusión entre información subjetivizada y entretenimiento como una forma de sintonizar las noticias con la mentalidad popular, así como la perspectiva rígida del 'periodismo objetivista' de 'noticias serias', proporcionadas en su mayoría por fuentes oficiales. La reflexión aquí ofrecida sopesa las ventajas e inconvenientes de ambas tendencias y describe los actuales procesos de fusión y relativa complementariedad entre ellas, como consecuencia de los profundos cambios en la estructura empresarial de los medios y la aparición de nuevas vías de conexión mediática entre los políticos y los ciudadanos. En opinión de Hallin, la tradición del profesionalismo no desaparecerá del todo, mejorada incluso por la superación de ciertos lastres reduccionistas. Pero en cambio, existe el riesgo de una segmentación radical de las audiencias, existiendo por un lado un público racionalista minoritario y por otro una audiencia masiva adicta a la información sentimentalizada y de diálogo directo entre políticos y consumidores, no sometidos al filtro protector del 'servicio público' de unos críticos que ejerzan de "perro guardián".

Para terminar este **Tema Central**, Cristina Peña-Marín, Wenceslao Castañares, Asun Bernárdez y Alberto Abruzzese, se ocupan de aspectos muy concretos de este estado de la cuestión: el análisis de textos, la televisión y sus géneros, el lector y los modelos empíricos y la cibernetica y las invenciones telemáticas.

Cristina Peña-Marín responde a ciertas críticas al análisis de textos por parte de estudiosos de la comunicación, particularmente a las que le atribuyen eliminar los procesos reales de recepción de los discursos mediáticos y sustituirlos por "los contenidos que perciben los analistas". Para hacerlo, reconsidera el concepto de texto o discurso y realiza el análisis de una serie de artículos publicados en el periódico **El País** sobre la frontera de Melilla a la inmigración africana. Se propone relacionar en el análisis lo que el texto dice con lo que omite; los discursos con los que se identifica con aquellos de los que se distancia o a los que ignora.

Para Wenceslao Castañares, la noción de género es, a pesar de su ambigüedad, una categoría que sigue utilizándose para referirse a distintos tipos de discursos. De la teoría literaria ha pasado a los estudios sobre comunicación, convirtiéndose en un concepto imprescindible en el ámbito del discurso televisivo. En este artículo se examinan algunos de los problemas tradicionales así como los que expresamente se plantean en el uso que de ella se hace para referirse al discurso televisivo. En especial se insiste en que los intentos de sistematización de los teóricos no siempre han tenido en cuenta el uso de los programadores y del público. La solución que aquí se propone trata de hacer compatibles las diversas perspectivas. El problema no es fácil de resolver; pero eso no quiere decir que sea un falso problema. El uso reiterado de la noción de género incluso fuera del ámbito teórico obliga a enfrentarse a una realidad que no es fácil de doblegar pero que tampoco cabe ignorar.

Asun Bernárdez propone una puesta al día de la figura del lector/receptor, situándola entre los dos extremos en que la crítica de los medios de comunicación se ha desarrollado hasta el momento. Desde la concepción del receptor como un sujeto pasivo, hasta la nueva concepción de los estudios culturales en los que los textos son polisémicos y el lector está siempre capacitado para interpretar lo que quiera. Se propone una vuelta a la reflexión sobre cómo el problema sigue siendo el poder conciliar el lector y el modelo empírico.

Abruzzese describe los desarrollos críticos en torno a las nuevas condiciones sociales y culturales que la cibernetica y las invenciones telemáticas están produciendo en el mundo contemporáneo. El surgimiento de posibilidades expresivas nuevas para la subjetividad anima al autor a solicitar la colaboración de esas nuevas formas de socialización y práctica social que son las tribus y a pedir su inmersión absoluta en los territorios y corporeidades recién descubiertas en el ordenador, dentro del ciberespacio y de las redes. El arte experimenta un proceso de descomposición en este fin de siglo paralelo al proceso de evolución de la cibernetica, pero totalmente independiente según el autor, que hace imposible conocer su destino ni su sentido, lo que constituye una situación tan nueva como la que supondría que el deseo de un cambio de dirección de la sociedad humana pudiera encarnarse en las tentativas de intercomunicación y prolongación de los sentidos humanos que permiten las nuevas tecnologías.

En la sección **Comunicación Política** presentamos los trabajos de David Paletz y David Weaver. Ambos abordan el tema de las campañas electorales

David Paletz analiza las relaciones que se establecen entre las maquinarias electorales de los candidatos y los medios de comunicación durante las campañas estadounidenses. Sopesa la mayor capacidad de control de unos y otros sobre los diferentes tipos de contenidos informativos divulgados durante esos períodos de la vida política y extrae consecuencias para el funcionamiento de la democracia y la relación entre gobernantes y gobernados.

A partir de numerosos casos reales tomados de diferentes campañas, el autor ilustra las diferentes situaciones y estrategias de captación de la atención pública que se pro-

ducen cuando los contenidos de los medios proceden de la "iniciativa directa" (comentarios de opinión y tratamientos humorísticos), de su "iniciativa prioritaria" (información de actualidad sobre la campaña), de "iniciativa relativa de los medios" (información sobre actos organizados por los candidatos y su participación en debates directos y similares), y finalmente, "de iniciativa ajena a los medios" (publicidad política).

La conclusión final de Paletz es que, si bien en algunas campañas como la de 1992, los medios han conseguido jugar un papel clarificador en beneficio de los ciudadanos, en muchas otras ocasiones, como en 1996, de nuevo, no han sabido vencer la presión de los candidatos y su propia tendencia hacia los aspectos menos racionales de la comunicación política.

David Weaver realiza un recorrido evaluativo por las investigaciones en "agenda-setting" realizadas principalmente en Estados Unidos a lo largo de los últimos 25 años, con especial referencia a los aspectos de esta línea de investigación conectados con el papel de los medios en los procesos electorales. Entre las novedades más sobresalientes en los trabajos de los últimos años destaca el cambio de énfasis, desde la simple cuantificación de los temas de campaña destacados por los medios, a las nuevas formas de "canalización mediática". Entre ellas figuran la orientación de los electores en función de los perfiles de los candidatos que se subrayan o las actividades previas de oficinas políticas o técnicos de campaña por influir previa y sutilmente en la selección temática o de perfiles que en última instancia promueven los medios. Weaver toma en cuenta además, la transformación que las propias campañas vienen sufriendo, donde, por ejemplo, juegan un papel cada vez más importante "nuevos medios" de contacto con los electores que "cortocircuitan" el tradicional papel de guradabarreras de los periodistas. Esos "nuevos medios", cada vez más intervenientes son los programas de entrevistas en televisión, las páginas electrónicas de información directa de los candidatos, o los contactos directos a través de llamadas telefónicas gratuitas.

Bajo el título **Mauro Wolff in Memoriam**, presentamos en castellano una versión de su último trabajo, *Las influencias discretas* y una bibliografía completa de este destacado investigador italiano. La presentación de ambos textos corre a cargo de Jorge Lozano.

Mauro Wolff, en este artículo de 1994, muestra con claridad algunas líneas constantes de sus trabajos: el interés ético por el análisis de los medios de comunicación desde un punto de vista sociológico, la necesidad de ver el problema de los efectos dentro de un contexto más amplio, etc. Como su título indica, en este trabajo se cuestiona la rutinaria división de la crítica de los medios que desde prácticamente sus inicios se ha decantado o bien por la omnipotencia de los medios, o bien por el paradigma de los efectos limitados.

Finalmente, la sección **Notas** se compone con las aportaciones de Andrés Romero y Elena Real sobre la profesión periodística y la formación universitaria.

Romero propone una redefinición de las tareas, competencias y responsabilidades con respecto a la información y a la comunicación (en el marco intelectual, científico, tec-

nológico, empresarial y social), ha de resultar consecuente con el contenido teórico y la practicidad docente de los nuevos Planes de estudios sobre los que se trabajó tres años atrás en nuestra Facultad de Ciencias de la Información, con discutible eficacia e inaceptable revisión, y viceversa. Si no se quiere o no se puede aunar criterios en tal sentido, tanto las Facultades de Ciencias de la Información, las empresas e instituciones de comunicación, las demandas y exigencias sociales y el estamento profesional que ya está en activo, caminarán perjudicialmente desunidos e irracionalmente vueltos de espaldas a sus respectivos deberes, derechos y responsabilidades.

Elena Real afirma que la profesionalización del Periodismo es un proceso natural que alcanzó, en 1970, su etapa culminante con la incorporación de sus estudios a la Universidad, después de treinta años de existencia de las Escuelas de Periodismo. A lo largo de todo este tiempo, se ha ido trabajando en la investigación y desarrollo del aspecto científico que también caracteriza al Periodismo. La afirmación de que la función informativa y comunicativa que realiza el periodista sólo requiere de vocación, talento e inspiración es una aseveración trasnochada y más propia del primer cuarto del siglo XX que no se corresponde con la responsabilidad social que dicha actividad profesional lleva pareja. La licenciatura de Periodismo constituye, hoy por hoy, la única vía válida y legítima (en detrimento de las otras dos) que debe garantizar con creces la formación de periodistas profesionales aptos, capaces, competentes, especializados, independientes y conscientes de los derechos, deberes y obligaciones que les son propios.

La sección de **Libros** completa este tercer número de Cuadernos de Información Comunicación.

Madrid, otoño de 1997.