Estudios sobre las Culturas Contemporaneas
Universidad de Colima
pcultura@cgic.ucol.mx
ISSN (Versión impresa): 1405-2210
MÉXICO

2006
Héctor Gómez Vargas
FIGURAS DEL PENSAR: LOS ESTUDIOS SOBRE EL CONSUMO CULTURAL EN AMÉRICA LATINA Y LA ORGANIZACIÓN DEL CAMPO ACADÉMICO DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO
Estudios sobre las Culturas Contemporaneas, junio, año/vol. XII, número 023
Universidad de Colima
Colima, México
pp. 9-43

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Universidad Autónoma del Estado de México

http://redalyc.uaemex.mx

FIGURAS DEL PENSAR

Los estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina y la organización del Campo Académico de la Comunicación en México

Héctor Gómez Vargas

Resumen

El presente trabajo pretende hacer una revisión de la trayectoria, los mapas y dominios cognitivos que se han desarrollado a partir del surgimiento de los estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina, a partir de la evolución de las obras de algunos autores que los colocaron como ejes clave para el estudio de la comunicación y las transformaciones sociales latinoamericanas. Se parte de la idea de que en la organización del Campo Académico de la Comunicación en México, el enfoque de los estudios de la cultura fueron fundamentales, y dentro de ellos, los estudios del Consumo Cultural tuvieron una participación sumamente importante; es por ello que es necesario una revisión y organización de lo que ha aportado para entender la situación actual de los estudios de la comunicación en México.

Palabras clave: Comunicación, Consumo cultural, Cultura popular

Abstract – Pensive Figures. Studies on Cultural Consumption in Latin America & the Organization of the Academic Field of Communication in Mexico

The following article proposes to make a revision of the trajectory, cognitive maps and dominions that have been developed from the rise of Cultural Consumption studies in Latin America, from the evolution of works of some authors who have placed them as key axes for the study of the communication and the Latin American social transformations. Beginning from the idea that in the organization of the Academic Field of the Communication in Mexico, the approach of the studies of the culture was fundamental, and within them, the studies of Cultural Consumption had an extremely important participation; it is for this reason that is necessary to revise and organize what has been contributed to the understanding of the present situation of communication studies in Mexico

Keywords: Communication, Cultural Consumption, Popular Culture

Héctor Gómez Vargas. Mexicano. Doctor en Ciencias Sociales. Profesor investigador de la UIA León. Áreas de interés: estudios culturales, pensamiento complejo, culturas locales y globalización, gente joven y universos mediáticos. Consejero Editorial de nuestra revista desde 1994; hector.gomez@leon.uia.mx

FIGURAS DEL PENSAR

Los estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina y la organización del Campo Académico de la Comunicación en México Notas sobre su trayectoria, mapas y reorganización

Héctor Gómez Vargas

No sólo tenemos que ser capaces de inventar nuevas cartografías, nuevos paradigmas, sino también de ir más allá, de construir formas diversas de cartografiar, es decir: nuevas figuras de pensar.
Denise Najmanovich - *La complejidad. De los paradigmas a las figuras del pensar*

Para (re) pensar el consumo cultural en la era de la comunicación

Dentro del campo de estudios de la comunicación en América Latina, hay un creciente interés por observar cómo se han desarrollado sus discursos y cómo han conformado un cuerpo de conocimientos sobre la comunicación y los medios masivos. El interés forma parte de una revisión que permita a los estudios de la comunicación avanzar más allá de sus intentos por adquirir una visibilidad y legitimación académicas. Es por ello que hay quienes proponen hacer una revisión de:

> los fundamentos institucionales de la disciplinarización del campo y, en consecuencia, las estructuras transinstitucionales en que se sostiene e impulsa, sobre todo las publicaciones y las asociaciones académicas (Fuentes Navarro, 2004:36).

Dentro de esa inquietud ubicamos los objetivos de nuestro trabajo que tienen como propósito hacer la revisión de algunas publicaciones para observar desde ahí la manera como aparece y se desarrolla el Consumo Cultural (CC). La elección de trabajar con el CC se debe a dos motivos, entre otros más que se podrían exponer.

Primero, porque la dimensión de la cultura ha adquirido una presencia importante y sobresaliente en los estudios de la comunicación en México en los últimos tiempos, y en mucho nos da pista de sus trayectorias recientes y de la situación actual. La década de los años ochenta fue intensa para los estudios de la comunicación en América Latina y en México. Además de la ampliación de las perspectivas teóricas, del establecimiento de algunos centros de investigación, de la presencia de algunos investigadores que aportan nuevas posturas epistemológicas, conceptuales y metodológicas de indagación; la tendencia fue buscar la visibilidad y legitimación de una comunidad de estudio. Dentro de ese nuevo entorno, la cultura fue una de las principales tendencias para el análisis de la comunicación a mediados de los noventa, y con ello emergió un nuevo perfil de la investigación de la comunicación que llegó a ser considerada como una transición "estructural" (Fuentes Navarro, 1996: 16).

En segundo término, en la misma década de los ochenta se vivieron momentos importantes y decisivos para la conformación del campo académico de la comunicación en México. Si nos atenemos a la idea de que la breve historia del campo académico de la comunicación en México no ha sido simple, ni sencilla, sino compleja, ambigua y llena de contradicciones, es posible encontrar algunas tendencias que son propias de sus distintos momentos y fases. Durante la década de los ochenta se vivieron tensiones y una severa crisis en su interior, pero simultáneamente fue cuando se adquirieron los trazos de su institucionalización y su organización campal. Esto lo podemos observar en la Tabla I (en la página siguiente) en donde sintetizamos las propuestas de Raúl Fuentes Navarro y de Jesús Galindo (2005) sobre las distintas etapas de los estudios de la comunicación en México.

Desde este panorama, podemos observar los momentos en que se hace la propuesta de pasar "de los medios a las mediaciones" (Martín Barbero, 1987), es decir, de tomar a la cultura como la perspectiva de análisis de la comunicación y de la acción de los medios masivos en la vida social. Los estudios de la comunicación adquirieron un perfil y una organización que se reflejaría en mucho en los pasos por dar para su legitimación, y que en gran medida serían propiciados por la acción de varios programas de investigación que se formaron en esos momentos, algunos de las cuales han tomado las redes académicas como base para su acción.

Tabla I
Etapas del Campo Académico de la Comunicación de acuerdo a Jesús Galindo y Raúl Fuentes Navarro

Años	Jesús Galindo*	Raúl Fuentes Navarro	
		1**	2***
1949-1960	Escuelas de periodismo	Antecedentes	Sin especificar
1960-1975	Escuelas de comunicación	Establecimiento de bases	Emergencia Tensiones y desencuentros
1975-1985	Organización del campo	Tensiones y desencuentros Crisis	Institucionalización
1985-1995	Programas de investigación	Crisis	Institucionalización Legitimación
1995-2005	Redes académicas		Legitimación

Fuente: * Galindo (2005); ** Fuentes Navarro (1991) y *** Fuentes Navarro (1997)

Podríamos añadir que uno de los enfoques que más llamó la atención en esos mismos momentos fue el del CC que, andando el tiempo, se convirtió en una de las principales corrientes de estudios de la comunicación en América Latina. Su aparición no fue gratuita: en la base de su emergencia están gran parte de los contextos socio históricos de esa etapa, y fue una respuesta de algunos autores latinoamericanos para adquirir una base de estudio no sólo de la comunicación, sino de las profundas transformaciones sociales y culturales que se vivían entonces. Dentro de la propuesta de emplear a la cultura como una perspectiva de análisis de la comunicación, el consumo, el CC fue colocado como un eje para conformar un nuevo "mapa nocturno" de la comunicación, junto con lo cotidiano y los sujetos sociales, y cuyos ecos todavía se pueden encontrar en algunas propuestas para la re-orientación actual de los estudios de la comunicación (Fuentes Navarro, 2000).

Hacer una revisión de la manera en la que se ha dado el diálogo entre la comunicación y la cultura, ha sido objeto de unos cuantos trabajos recientes, pero aún hay muchas cosas por trabajar, principalmente porque la relación no ha estado ajena de paradojas y ambigüedades. No sólo hay que tener en cuenta que cada una tiene tanto una historia y una genealogía de sentidos muy diferentes –que en algunos puntos se han tocado y en otros se han distanciado–, sino que emergieron en épocas

distintas para pensar realidades y tiempos diferentes (González, 2003); si bien se ha ido dando un acercamiento dentro de los estudios de la antropología, de la sociología y de la comunicación, las bases con las cuales se elaboraron sus cimientos acarrea una serie de tendencias paralelas, pero en ocasiones divergentes y con ambigüedades que no se han logrado superar del todo (González, 1999).

Mientras los estudios de la cultura aparecen en un momento previo a la emergencia de los medios de la comunicación, para dar cuenta de procesos culturales más amplios, de más larga duración y con diverso grado de densidad, los estudios de la comunicación lo hacen para dar cuenta, predominantemente, del quehacer de los medios, simplificando en mucho una creciente realidad social y cultural, cada vez más compleja, que en un momento determinado pretendió abarcar, mediante un proceso de culturización, haciendo dialogar a la cultura con la comunicación. Con ello se pasó de los medios a las mediaciones, de las mediaciones a las hibridaciones, al consumo cultural, pero con un débil trabajo teórico y conceptual de manera campal, con deficiencias metodológicas, así como con una esquizofrenia epistemológica, la sucesión de modas y recorridos teóricos sin fin.

Ante un panorama como tal, no es gratuito que algunos investigadores comiencen a señalar la importancia de intentar re-organizar lo realizado para ver lo que se ha construido, ganar en mirada sobre el presente e instalar pautas de lo que es posible crear en adelante. Dentro de algunos esfuerzos realizados en la última década, podemos mencionar, en primer lugar, el trabajo de Armand y Michele Mattelart (1997) sobre la historia de las teorías de la comunicación, a partir del cual intentan realizar un esfuerzo para planificar un mínimo de orden de lo que fue su aparición y desarrollo, mismo que está lejos de ser un proceso lineal, pues se ha caracterizado por un movimiento de "flujos y reflujos". En segundo lugar podemos mencionar el trabajo de Jesús Galindo (2005ª) sobre la comunicología, que en un primer momento metodológico propone hacer una revisión de los temas de discusión que se ha realizado dentro de los estudios de la comunicación; para ello propone hacer "un recuento de lo acontecido, una programación de lo por acontecer", para lo cual se requiere poner en orden lo "acontecido", mediante una sistematización de lo que en forma colectiva se ha sintetizado sobre la comunicación, tanto en sus dimensiones conceptuales como colectivas.

Ambas propuestas no tienden hacia una dirección heterorreferencial, sino autorreferencial, es decir, al interior mismo de los estudios de la comunicación, en donde se busca poner un orden de lo que se ha trabajado, mediante la organización o la sistematización de lo realizado hasta el

momento. Esto implica que el trabajo se enfoca sobre la construcción colectiva, con lo cual se enfatiza que la labor científica y académica es conformada por un sistema comunicativo y discursivo en la construcción de conocimientos (Luhmann, 1998). El trabajo de sistematización implica un esfuerzo de doble reflexividad, es decir, por un lado, organizar el material publicado, pero igualmente comenzar a dar cuenta, no sólo sobre lo que se observaba, sino de la manera en la que se configuró la mirada para observar y realizar procesos de diferenciación sobre lo cultural y lo comunicacional, es decir, observar no lo que observaban, sino sus miradas al observar.

Si la cultura fue una dimensión que ganó presencia en el escenario académico en México y en América Latina a mediados de la década de los años ochenta, que hoy en día es una de las principales agendas de estudio que comparte con la comunicación, principalmente por el impacto que ha tenido a partir de la llegada de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC), y de una creciente centralidad, nos preguntamos por la manera en la que podríamos organizar la trayectoria de lo que ha acontecido con el CC en la región y en el país. La revisión de lo que se ha realizado hasta el momento en los estudios del CC, implica reconocer varias cosas que son importantes tener en cuenta para el momento de su sistematización y organización.

En primer lugar, su estrecho vínculo con los estudios de la comunicación y de la cultura. De hecho, su aparición dentro del escenario académico en América Latina no puede comprenderse sin las discusiones que se dieron a finales de la década de los setenta y a mediados de los ochenta; de una u otra manera, los encuentros y desencuentros de ambos son parte de lo que se conocerá como CC. En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, el periodo en el que ha estado presente en el mundo académico es relativamente corto, por lo menos para tener un panorama de la densidad e impacto profundo dentro de los estudios de la comunicación y de la cultura, aunque sí es factible comenzar a ver en qué áreas y dimensiones de estudio se ha ido colocando y moviendo. En tercer lugar, está la necesaria consideración de cuándo aparecen los estudios del CC como una forma para entender a la sociedad contemporánea, sus transformaciones y la conformación de una sociedad global.

Para proceder metodológicamente, fue importante considerar el contexto de discusión sobre la cultura y la comunicación cuando apareció el tema del CC en América Latina, para intentar comprender cómo y por qué aparece, que líneas de fuerza, qué formas conceptuales y metodológicas se configuran y cómo se desarrollan. Decidimos trabajar revisando la obra de los dos investigadores latinoamericanos que insertaron en la agen-

da de estudios de la cultura y de la comunicación en América Latina del tema del CC, es decir, Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini; e intentar recuperar sus miradas analíticas y conceptuales, la articulación con otros conceptos en lo expresado a través de sus propios escritos, para poder observar, después, los mapas que se crearon para su estudio e indagación a través de algunos programas de discusión e investigación.[11]

Consumo Cultural en América Latina

Encuadres, trayectorias, mapas, relaciones

Encuadres

A mediados de los años ochenta, Armand y Michele Mattelart (1989) señalaban que, ante los cambios que se producían por la introducción de las reformas neoliberales y la presencia de nuevas familias de tecnologías de información en las ciencias sociales y en los estudios de la comunicación, se estaba dando un paso a lo que se denominaba el paradigma de lo sólido al de lo fluido; con lo cual se quería expresar que aquellas teorías y escuelas de pensamiento clásicas que se habían consolidado como las hegemónicas y centrales –que intentaban dar cuenta del todo social desde una perspectiva amplia y de acuerdo a los cánones epistemológicos de la ciencia clásica– se habían tornado sumamente rígidas para poder dar cuenta de los cambios, que más bien parecían fluir continuamente y escaparse por las rendijas que habían sido desconocidas o ignoradas por el pensamiento social tradicional.

El paradigma de lo fluido intentaba aligerar el peso y colocar la mirada por donde parecía observarse el movimiento y el flujo de los cambios sociales. Dentro de esa visión nueva, se consideraban una serie de factores que parecían colocarse no sólo como una agenda de estudio, sino de construcción de una nueva teoría que pudiera dar cuenta de la sociedad de la información; en ella aparecían elementos como el poder, el sujeto, el consumo. Diez años después, en su libro *Historia de las teorías de la comunicación*, mencionaban algo similar cuando hablaban del "regreso de lo cotidiano", donde se recuperan escuelas de pensamiento de lo social que habían sido ignoradas en otros momentos pero que al colocar la mirada en otras áreas de estudio, como la persona, el grupo social, las relaciones intersubjetivas dentro de la vida cotidiana; se renovaba su brillo y su utilidad, tanto conceptual como metodológica, y en donde se renovaban áreas de estudio como los Estudios Culturales, los Usos y Gratificaciones, los Estudios de la Recepción Literaria; señalaban, además, que dentro del interés del estudio de lo cotidiano, el consumidor y el

usuario, eran una apuesta estratégica. Un punto importante que señalan los Mattelart se refiere a las causas del cambio de giro de paradigmas: una reacción a la teoría estructural-funcionalista.

En la misma época en que los Mattelart hablaban del cambio de paradigmas, en América Latina, Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini, señalaban algo similar: la importancia de pensar lo cultural y lo comunicacional en América Latina desde la experiencia de las clases populares en lo urbano, propia de una expansión más de la modernidad y de la ideología neoliberal. Y desde ahí comenzaron a señalar la importancia de pensar lo popular a partir de ejes como el consumo, lo cotidiano. Con estos planteamientos no sólo se hacía evidente que la sensación era generalizada, sino que se participaba dentro de ella; en el caso de Martín Barbero y de García Canclini, que sintetizaban a una comunidad mayor de pensadores, implicaba un doble esfuerzo: un distanciamiento con las escuelas tradicionales y un acto creativo dentro de un escenario histórico, social y cultural particular como lo ha sido América Latina. Fue el momento en que los estudios de comunicación se tornaron en cultura, y la línea de pensamiento desde la cual se hacía la propuesta era la de los Estudios Culturales, que con el tiempo se le llegaría a conocer como los Estudios Socioculturales o Culturales Latinoamericanos (Ecosteguy, 2001).

Pero también, ubicar al CC desde la perspectiva de los Estudios Culturales, representó un cambio de giro para pensar a la cultura a diferencia de como lo había realizado la Teoría Crítica en los cuarenta y cincuenta, así como la Economía Política en los sesenta y setenta; con ello se buscaba pasar de pensar a la sociedad como una de las manifestaciones más acabadas de la modernidad, por medio de la cultura de masas, a la de una sociedad en tránsito a la postmodernidad, a través de una cultura cada vez más mediática.

Es en los antecedentes de la Teoría Crítica y la Economía Política en donde se encuentran los trazos desde los cuales se pensaba en gran parte la relación de la cultura y la comunicación a través de conceptos como sociedad de masas, cultura de masas, cultura popular, industria cultural, y en donde aparece el consumo como un mecanismo para diferentes cosas: degradación de la cultura, ejercicio del poder y de la hegemonía, estratificación social. A mediados de los años setenta, Alan Swingewood (1979) daba un mapa sobre el estudio de la cultura de masas donde incluía tres fuentes de reflexión y estudio que influirían en la comprensión y conceptualización de la cultura y los medios de comunicación: el marxismo dogmático, la teoría literario-cultural, el pluralismo cultural. Si bien había diferencias significativas en las maneras de entender y colo-

car la mirada sobre la cultura, lo que las unía era una postura conservadora en lo concerniente a lo social y a lo político.

Swingewood (1979:23) sintetiza la manera en la que la vertiente sociológica marxista hacía una crítica cultural al capitalismo industrial, dando una visión de la sociedad de masas:

> La sociedad de masas se caracteriza así como una sociedad relativamente confortable, en parte benéfica y guarnecedora, en la que la sociedad crece pasiva, indiferente y atomizada; en la que las lealtades tradicionales, los vínculos y las asociaciones se tornan laxas o se disuelven totalmente; en la que los públicos coherentes, de opiniones e intereses definidos, gradualmente se resquebrajan y en la que el hombre se convierte en un consumidor, producido en masa como productos, las diversiones y los valores que absorbe… La sociedad de masas, por tanto, se define sociológicamente como carente de grupos e instituciones fuertes e independientes, una sociedad dominada desde arriba. Ante un mundo que parece estar más allá del control humano, el hombre es conformista y pasivo, una presa y víctima de movimientos políticos "irracionales" como el nazismo y el fascismo. La opinión manufacturada por los medios de comunicación masivos centralizados afirma y refuerza estas tendencias.

La definición sociológica que realizan de la sociedad de masas tenía una fuerza constructiva porque emanaba de una epistemología y de una metodología meta discursiva, como sería el marxismo, donde la crítica se realizaba no sólo en función de un tipo de sociedad, sino de un tipo de actor cultural que no era el proletariado, el cual había sido desplazado en la conformación de una nueva cultura popular que tenía como destinatario a la clase media, la cual se integró a través de la cultura de masas a "la cultura burguesa comercializada" (1979:104). Se señalaba que la cultura de masas era una renovación de la cultura popular. Swingewood sintetiza lo que estas posturas entendían por cultura popular:

> Como hemos visto, el concepto incluye a la religión, la literatura, la danza popular, la ciencia ficción, el cine de horror, las canciones *Folk*. Y las líricas rústicas del siglo diecinueve, etc. La diferencia fundamental entre la llamada "cultura *folk*" y la cultura popular es que la última se basa en un concepto de masas y un modo de producción de comodidad construido alrededor de una división del trabajo y la reproducción mecánica de objetos culturales. En general, el *aproche* metodológico de la teoría de la cultura de masas es enfatizar el consumo más que la reproducción y así, confundir la relación entre cultura democrática burguesa y la cultura popular.

El énfasis que se colocaba en el consumo, era el mecanismo mediante el cual la clase media se incorporaba a las nuevas dinámicas del capitalismo industrial, pero igualmente significaba la subordinación a la hegemonía que provenía de la cultura de masas, de las industrias culturales, las cuales creaban una "cultura popular homogenizada", en la que se perdían las distinciones de lo que se llamó "alta" y "baja" cultura, pues los hábitos de consumo las difuminaban:

> el gusto por los vampiros, el romance y la violencia era tan característico del público lector del siglo diecinueve en general como lo son los gustos equivalentes en el entretenimiento de la televisión y el cine hoy en día (1979:106).

Por su parte, la Economía Política surgió como una visión de la conformación de una sociedad de masas a una sociedad cada vez más global, pues se veía cómo, a la par de que se crea una economía capitalista hegemónica que propicia economías dependientes, en la dimensión cultural ocurría algo similar, con lo cual se trabajó la teoría del imperialismo cultural, para la que América Latina tendría un papel protagónico. Una de sus áreas de atención fue la manera en la que el capital produce valor económico a partir del arte y de la cultura, por ello se le dio un gran énfasis en el estudio de las industrias culturales; desde ahí se creaba un vínculo con el consumo porque era el mecanismo mediante el cual las industrias culturales actuaban y propiciaban una "cultura popular internacional".

En la década de los sesenta apareció una vertiente de estudios de la cultura a la que se conocería como Estudios Culturales. En gran parte, en sus inicios comparten algunas de las tendencias de las posturas críticas anteriores a ellas, principalmente en lo que se refiere al efecto de la cultura de masas sobre la cultura tradicional. Pero el reconocimiento de una dimensión antropológica de la cultura como un todo social, conformada por formas, prácticas e instituciones sociales a las que hay que observar para entender el cambio social, en donde el arte y la literatura son formas comunicativas que tienen una historicidad que es necesario recuperar para comprender la manera en la que han cambiado las relaciones sociales, a través de distintas formas de circulación de lo simbólico para encontrar los valores socioculturales con los cuales se ha conformado y actuado lo ideológico. Punto importante es que, metodológicamente, realizaron un giro al enfocarse en el análisis textual, en la investigación de sentido tanto de productos, objetos y prácticas sociales para intentar comprender las lecturas ideológicas que se realizan; con ello propició un acercamiento con la psicología, la semiótica y el concepto de hegemonía

de Gramsci, quien fue recuperado para comprender los procesos de lectura desde donde se realizan los procesos de dominación desde las mismas clases populares, y que en las generaciones siguientes de la escuela inglesa de los Estudios Culturales los acercaron a tratar de desentrañar el proceso de recepción que realiza la gente, principalmente a través de la televisión.

Con los Estudios Culturales se abrió una nueva posibilidad de encarar una serie de factores que preocupaban a las tradiciones anteriores, como fue el caso de las culturas populares, quienes cobraron un peso más activo dentro de los procesos de incorporación a la cultura de masas y con ello se re-pensaron los procesos de dominación. Es por ello que la lectura ideológica fue la arena de estudio y los acercamientos con la semiología y la psicología fueron importantes: condujeron a los estudios de la comunicación a tratar de desentrañar el proceso de recepción como un proceso de negociación. La hegemonía de vertiente gramsciana colocó el énfasis en la fuerza del individuo como un producto socio-cultural, donde se pone en juego los sentidos propios de su cultura o las subculturas en las cuales se inserta y participa el sujeto, y que son los indicios de comprender la historia misma de la dominación, la tensión continua por la lucha de los sentidos de la vida social, los procesos históricos tanto de la conformación de las culturas y subculturas, de los modos comunicativos de la sociedad y de las lecturas ideológicas.

La historia de cada una de las escuelas de pensamiento anteriores no es fácil ni simple, como no lo fue la manera en la que llegaron y se insertaron tanto en América Latina como en México, pues habría que agregar otras influencias en el pensamiento latinoamericano, como sería el caso de los estudios de la cultura popular que provenían de Italia, inspirados en mucho por una tradición de indagación sobre el folclore y lo popular, y las renovaciones que hubo en algunos investigadores por la obra de Gramsci (González, 1994) y la sociología de la cultura que provenía de Francia, particularmente la influencia de la obra de Pierre Bourdieu (Safa, 2002). Igualmente, no fue simple la manera en la que se inició el estudio de la cultura y su desarrollo posterior, pues implicó un proceso de revisión de lo asimilado, de diálogo con nuevas tendencias de estudio de la cultura que estaban llegando, de una postura crítica para propiciar un acto de creación conceptual y metodológico (García Canclini, 1990).

Una perspectiva de ello la da Gilberto Giménez (2003:58-60), cuando se refiere a los estudios de la cultura en México, y expresa:

> Notemos, ante todo, que el interés por el estudio de la cultura *como objeto de una disciplina específica* y con una perspectiva teórico-metodológica también específica es muy reciente en México y no se remonta a más de 20 años. Podemos afirmar que dicho interés nace muy vinculado con el descubrimiento de las obras de Antonio Gramsci en los años setenta, obras que se tradujeron y se difundieron rápidamente en nuestro país al calor de la atmósfera marxista que impregnaba entonces el campo de las ciencias sociales. Pero la figura de Gramsci nos llega filtrada, en gran parte, por medio de la demología italiana, cuyo jefe de fila, Alberto M. Cirese, fue indiscutiblemente el impulsor y catalizador inicial de los estudios culturales en nuestro país. Su primer seminario sobre las culturas populares en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), en julio de 1979, bajo el patrocinio de su entonces director Guillermo Bonfil, y el seminario subsiguiente que impartió sobre el mismo tema en la UAM-Xochimilco, en agosto de 1981, pueden considerarse como hitos importantes en el desarrollo de los estudios culturales en México. Pero debe añadirse de inmediato que el estímulo gramsciano así mediado no operó en un completo vacío. Por una parte, ya existían antecedentes importantes en cuanto a investigaciones culturales como lo demuestran los trabajos de George M. Foster sobre "cultura de conquista" y culturas tradicionales en México, y los de Vicente T. Mendoza sobre el cancionero popular mexicano (1954 y 1982). Por otra parte, ya existía un terreno abonado por la tradición antropológica indigenista y campesinista mexicana que desde tiempo atrás había logrado sensibilizar no sólo a la academia, sino también a los sectores dirigentes del país respecto a la problemática cultural de las clases subalternas… No debe extrañarnos entonces que el terreno inicialmente más cultivado y frecuentado por la investigación cultural en nuestro país haya sido el de las *culturas populares*.

El panorama no era fácil pues, en el caso de México, había otras tendencias de estudio de la cultura que provenían de la antropología (Krotz, 2003) y que tenían su particular versión tanto de la cultura como de lo popular, que se agregaba la de los sociólogos y a los estudios mismos de la comunicación (García Canclini, 1987). Quizá un ejemplo del proceso de investigadores mexicanos de la cultura a finales de la década de los setentas y principios de los ochentas lo podemos encontrar en Jorge A. González quien habla de su propio proceso:

> No fueron los intercambios científicos, es decir la propia dinámica del campo, sino una perturbación externa –la represión militar en América del Sur–, que mediante redes de amigos y conocidos nos puso en contacto directo con colegas de sólida formación que vinieron a refrescar el ya de por sí viciado ambiente del campo científico mexicano de mediados

> de los setenta, pleno de certezas de corte positivista o bien de corte que se llamaba "crítico". Con ellos llegaron a México otras bibliografías, autores, perspectivas y problemáticas que influyeron definitivamente en la reorientación de los temas de investigación y, a su vez, fueron influidos por las diversas tradiciones y corrientes que se desarrollaban en México… Fue precisamente en 1982 cuando, al revisar críticamente los análisis anteriores, me di cuenta de que las categorías que había utilizado desde 1976, especialmente en la perspectiva de Gramsci, de Cirese, de Bourdieu y de Fossaert (hegemonía, subalternidad, desniveles internos de cultura, habitus de clase, lógicas de producción) si bien habían colocado mucho más precisamente la cuestión del análisis cultural al tratar de pensar las especificidades de la sociedad mexicana, mostraban varias lagunas, sobre todo de orden metodológico. De aquí proviene la propuesta de trabajo de los *Frentes Culturales* en la que desde 1982 me planteé para trabajar de modo inicial con algunos procesos de religiosidad en santuarios, las ferias urbanas y la vasta experiencia cultural mexicana con el melodrama en los medios de difusión. Todos estos fenómenos tienen un carácter marcadamente *transclasista* (Montoya Vélez, 1992: 135).

Lo sucedido con la experiencia de Jorge A. González, que en cierto modo era un sentir de algunos en su época, fueron los cimientos para la revisión de lo popular y las culturas populares, debido a un desencanto por la forma en la que los estudios de la comunicación, la sociología y la antropología pensaban a la sociedad; en particular la hegemonía, es decir, la postura y la actitud de estas disciplinas no sólo dejaban muchas cosas vacías, sino que en ocasiones adoptaban posturas arrogantes; cuando intentaban aplicarla surgían una serie de preguntas que no había forma de responderlas. González expresa que lo que sucedía era que estudiaba a las culturas campesinas desde la diferencia, desde la distinción, como si fuera un antropólogo foráneo que mira a la cultura campesina como "los otros":

> Lo que sucedía era que me enfocaba exclusivamente en las formas de distinción, en estudiar la diferencia (ya sé que son diferentes, ya sé que inclusive pueden ser subalternas o populares), y no me preguntaba: ¿Cómo se hicieron populares? ¿Cómo se construyeron subalternas? ¿Por dónde empieza una cultura a perder la batalla?... Hacerse estas preguntas suponía que lo popular no es un síndrome, ni la subalternidad es como un encono que la gente tiene, sino que es una relación; entonces, estudiar una relación significa analizarla relacionalmente y esto expresa tratar de entenderla desde otro punto de vista, no sólo en su otredad, sino precisamente en los puntos en que su alteridad se ve en crisis, donde su otredad se ve pegada con la otredad de otro.

Es decir, para América Latina, las nuevas vetas de estudio de la cultura que ya no provenían de la Teoría Crítica ni de la Economía Política, sino de los Estudios Culturales, la Sociología de la Cultura; eran una forma alternativa que renovaba la visión e indagación de las nuevas dimensiones de lo popular, más cercanas a una cultura popular urbana, entremezclada con la acción de la industria de la cultura, de los medios de comunicación, ligada a los procesos históricos y sociales de una región particular que se encontraba en la tensión de un impulso de renovación de su modernidad, guiada por una economía internacional que actuaba a través de la movilidad social, misma que propiciaba nuevos patrones y hábitos de consumo, así como con la presencia creciente de nuevos medios de comunicación y tecnologías de información y de los mundos imaginarios que éstos portaban. Desde ahí se comenzó a pensar a las culturas populares en América Latina y de ahí emergió el concepto de consumo cultural.

Pero, si bien ello significó un importante cambio conceptual y metodológico, donde se visualizaban logros y ganancias, estaban las sombras de posibles riesgos, como sería, entre otras, lo borroso del mismo concepto del consumo. Pese a algunas delimitaciones que se realizaron en su momento y que para muchos era suficiente, pareció funcionar en ocasiones más como un "artefacto de inteligibilidad" (Gergen, 1996), que como un concepto articulado coherentemente con un conjunto de conceptos, en relación a una postura ontológica, epistemológica y metodológica con la fuerza tal para configurar un programa en sí mismo de análisis y de generación de conocimiento de lo social contemporáneo. Es ahí en donde entra la dimensión de la cultura como el nicho desde el cual parece cubrir aquellas ranuras que no logra cubrir en sí mismo el CC, lo que trae una diversidad de riesgos al momento de generar conocimiento, pues al ganar presencia la visión de los Estudios Culturales, lo que aconteció fue que se perdió de vista su compleja trayectoria, sus líneas y tendencias constructivas que tienden abarcarlo todo hasta borrar sus delimitaciones y alcances; pareciera que se permite casi todo, lo cual propició una borrosidad al emplear la obra autores de diferentes escuelas y tradiciones sin un procedimiento de delimitación conceptual y metodológico, así como movimientos teóricos y metodológicos que se estaban desarrollando y que tomaban igualmente en cuenta a la dimensión cultural como una perspectiva de estudio, como sería el caso de los estudios de la recepción, por nombrar alguno.

Las realidades comunicativas y culturales se ampliaron y parecía que todo entraba dentro de las vertientes de los Estudios Culturales (Ortiz, 2004); sin embargo, no necesariamente ha sido así. Por ejemplo, las pos-

turas sobre el consumo no han abandonado las improntas epistemológicas, teóricas y metodológicas desde las cuales se insertó para intentar dar cuenta de la sociedad de masas, que al relacionarlo con lo cultural mediante el término CC pareciera extenderse a esas mismas improntas. Si no se hace un cuidadoso empleo del término, las confusiones pueden ser graves y su capacidad explicativa y programática de conocimiento, palidece.

Además, para algunos académicos, los Estudios Culturales han ido mostrando ciertas tendencias por donde algunos perciben inconsistencias y riesgos ante lo que podría decirse como una euforia académica generalizada (Follari, 2002), algo similar a lo que ocurre con ciertas tendencias de los estudios de la recepción que han sido criticados por tender a ver el lado activo de los sujetos.[22]

Por ello es importante tener en consideración que, al hablar de consumo, varias posturas o investigadores la siguen asimilando o contemplando desde la Teoría Crítica o a la Economía Política, donde para otros, la han empleado de manera vaga, general, parcial e imprecisa.

Trayectorias

Hacia el Consumo Cultural

Si abordamos la manera en la que Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini fueron trabajando desde mediados de la década de los setenta parte de su obra reflexiva, podemos encontrar la forma en la que apareció la propuesta de estudio del CC, y si lo extendemos hacia finales de los noventa, podemos encontrar la manera como modificaron no sólo sus propuestas teóricas y conceptuales, sino el estatus del CC y su encuentro con las CJ. Para ello, hemos dividido el recorrido en cinco etapas: de 1975 a 1979; de 1980 a 1984; de 1985 a 1989; de 1990 a 1994 y de 1995 al 2000.

En ese recorrido hemos incluido algunos elementos que ellos mismos consideraban como los contextos a los cuales reaccionaban con sus propuestas, así como la síntesis de algunas de ellas que nos orientaran hacia el tema del CC, dejando para otro espacio un examen más detallado de las mismas y dentro de una constelación mayor de su propia obra.[33]

En la primera etapa (1975-1979) podemos encontrar un período de reflexión, revisión y distanciamiento con respecto a lo realizado hasta ese momento por los estudios de la comunicación, de acuerdo con las expresiones que ha señalado Jesús Martín Barbero (1999; 1989; 1987), ante un primer acercamiento con lo popular. De hecho, el contexto prioritario en el cual centra su obra es el de reaccionar a lo oficial y a las

tendencias dominantes; en la obra de este momento podemos encontrar la pregunta por lo popular, el desplazamiento del espesor de lo masivo urbano; es por ello que se aboca a preguntarse por los usos sociales de lo masivo y es cuando comienza a plantear el paso de entender a la comunicación como proceso de dominación a la dominación, como proceso de comunicación.

En el segundo período (1980-1984) encontramos una etapa donde las reflexiones sobre lo popular en lo masivo comienzan a tener una orientación. De acuerdo al mismo Martín Barbero (1999; 1989), los contextos de su obra son: el encuentro con la cultura por vía de lo popular masivo, la expansión de las NTCI, los debates sobre la modernidad y la aparición de nuevos paradigmas en las ciencias sociales y en la comunicación. Su obra se centra en varios puntos: desentrañar los vínculos de lo urbano y lo popular, los medios de comunicación en la experiencia comunicativa de lo cotidiano, la lectura desde lo popular. En estos momentos plantea la ruptura teórica de repensar la participación de los dominados y señala que es estratégico investigar la participación social, lo alternativo y lo popular.

En esta segunda etapa, García Canclini (1982) publica su libro *Las culturas populares en el capitalismo*, cuya investigación se realizó de 1977 a 1980; es decir, su elaboración corresponde al primer período, pero su introducción a un ámbito académico más amplio fue a partir del segundo. En este libro busca las diversas manifestaciones de la cultura popular para poder entender sus cambios a partir del capitalismo: se centra en los productos culturales para ver lo que hay en ellos de lo económico y de lo simbólico, y propone una estrategia de estudio que abarque la producción, circulación y consumo de la cultura popular. Canclini hace una revisión de diversas posturas que han estudiado o abordado lo popular, así como las que han hablado sobre las desigualdades culturales para poder llegar a plantear que:

> son resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos (1982:63).

La perspectiva de la tensión de sentidos que se encuentran dentro de los productos culturales lo van acercando a ciertas posturas de autores como Bourdieu y otros más, quienes hablan de la reproducción cultural; a nociones como el habitus como un medio de reproducción de lo cultural, intentando evitar una postura mecanicista; a lo cotidiano como un lugar donde se organiza la dominación (1982: 54); así como al consumo, que será un mecanismo del capitalismo para la producción social de la dife-

rencia, y revitalizar a la economía a través de la demanda, ante su expansión monopólica y transnacional.

El tercer período (1985-1989) es el momento en el que se realizan los mapas y modelos para pensar lo popular, y es ahí donde aparecen propuestas para pensar el consumo. Tanto Martín Barbero como García Canclini señalan los contextos del momento: el interés por lo popular debido a la expansión del mercado y a la incorporación de lo popular por el consumo; el interés por la presencia y acción de la sociedad civil; y lo popular visto como resistencia. La revaloración que se le da a la dimensión cultural mientras que se da una disolución de las fronteras disciplinares en el campo de la comunicación. Es importante señalar que en gran parte de sus reflexiones y propuestas aparecen en estos momentos las obras de autores como Paul Ricoeur, Paulo Freire, Antonio Gramsci, Pierre Bourideu y Michel De Certau.

García Canclini (1987ª; 1988) se aboca a una revisión profunda de lo popular concentrándose en dos puntos centrales: por un lado la relación entre la dominación con la resistencia; y, por el otro, la hegemonía y el consumo. Propone que, para pensar las nuevas dimensiones de lo popular, es posible centrarse en tres ejes: el estudio del consumo, de la vida cotidiana y del habitus. Señalaba que las preguntas pendientes por responder eran: lo popular, la apropiación diferenciada por el consumo, el capital cultural de cada sociedad, el carácter integral de las transformaciones sociales y los mismos sujetos sociales.

Por su parte, Martín Barbero (1987ª; 1987b; 1989) mantendrá la propuesta de proseguir con el interés por lo popular, proponiendo estudiar la historia de los modos de comunicar para encontrar las pistas de lo masivo en lo popular. Sus reflexiones lo llevan a una obra que se convertirá en una nueva agenda de estudio para la comunicación en América Latina: *De los medios a las mediaciones*, en la que hace la revisión histórica de lo popular en lo masivo, la revisión del poder como proceso de comunicación, las lecturas desde lo popular; propone un "mapa nocturno" donde coloca tres ejes de estudio e indagación: lo cotidiano, el consumo y el lector. En este período trabaja sobre los usos sociales de la comunicación desde la cultura para intentar abordar tanto al consumo, como a las nuevas concepciones de la lectura a través del estudio de las telenovelas latinoamericanas (Martín Barbero, 1987c). Asimismo, señalaba que las tendencias de investigación dominantes eran: el vínculo entre políticas, tecnología y democracia; las industrias culturales, la transnacionalización y la cultura popular; los medios de comunicación, los públicos y el consumo, principalmente de la televisión, así como la importancia de los estudios de la recepción que se daban en paralelo en esos momentos.

En el cuarto período (1990-1994) encontramos dos tendencias importantes: por un lado, la de intentar armar un modelo y una vía para pensar al consumo cultural; por el otro, el paso de ubicarla dentro de los procesos de la globalización, con lo cual se da un estatus nuevo al consumo: de ser una agenda, a ser tanto una vía de generar conocimiento social como para intervenir en políticas culturales. Igualmente, es el momento donde se hace más claramente su relación con otros conceptos como sería el de la recepción; los contextos señalados son: la expansión urbana, la modernización de la cultura y la expansión de las industrias culturales.

Jesús Martín Barbero (1999; 1999ª; 1990ª) se abocará a realizar reflexiones sobre el interés por la recepción y el consumo ante el vínculo creciente de los medios de comunicación con los procesos de la globalización, la ampliación de los mercados y la fragmentación de los consumos, los cambios y formas de socialidad que esto produce; los consumidores actúan más como "nómadas", aludiendo a las reflexiones de Elizabeth Lozano (1991), señalando continuamente los riesgos de perder de vista al otorgarle la autonomía al receptor y el consumidor, el poder de las industrias de la cultura y los medios de comunicación.

Por su parte, Néstor García Canclini (1994; 1994ª; 1994b; 1993; 1991; 1991ª) publicó dos obras colectivas importantes para el consumo cultural, con lo cual no sólo hacía evidente las delimitaciones conceptuales, teóricas y metodológicas para estudiar al CC, sino en forma de un programa de investigación, que ha sido de los pocos en México. En la primera obra, *Públicos de arte y política cultural*, señalaba una de las tendencias de orientación del estudio del CC: las políticas de culturales ante el desarrollo sociocultural de la ciudad de México. Asimismo, en este estudio hacía clara una de las áreas que se abrirían para el CC, los públicos del arte y su vínculo con otros conceptos con los cuales se le estaba vinculando: el estudio por su recepción. En el segundo libro, *Consumo cultural en México*, García Canclini hace una revisión de lo que se había investigado en México sobre públicos, recepción y consumo de bienes culturales; revisa las investigaciones del consumo cultural y finalmente genera un mapa de los modelos con los que se le ha estudiado; propone un modelo sociocultural que será importante porque para muchos será la definición conceptual –y el programa metodológico–, para abordar al CC en América Latina y enMéxico.

Finalmente, en el quinto período (1995-2000), se pasa a otro nivel de reflexión y de ubicación del CC. El contexto señalado por ambos investigadores incluye elementos que rozan por las dimensiones de la globalización y sus manifestaciones culturales; es aquí donde se hace explícito su vínculo con los jóvenes o las culturas juveniles: la formación

de las sociedades modernas y el ensamblado multinacional; la identidad nacional que se configura por lo global y el reencuentro con lo regional y lo local; la reconfiguración de las culturas tradicionales, los movimientos sociales y la reivindicación de su memoria histórica; las diferencias entre lo internacional y lo global; los nuevos modos de estar juntos en la ciudad, lo multicultural; las culturas desterritorializadas; y los jóvenes.

Martín Barbero (2001; 1999; 1998; 1998ª; 1997) comienza una etapa de reflexividad que implica los procesos de reconstitución de lo local y la reconfiguración de lo nacional ante el desarrollo de la tecnología y de la globalización y, ante ello, las dinámicas de localización y dislocación que propicia la televisión y los modos de relación social, así como la indagación sobre el *sensorium* de los jóvenes.[44] Dentro de estas reflexiones, Martín Barbero señala que se ha dado un desplazamiento del estudio de la recepción hacia el del consumo cultural.

Por su parte, García Canclini (1999; 1998; 1998ª; 1997; 1995; 1995ª) publicó varios libros, tanto en lo individual como en colectivo. En lo primero, nos interesa destacar su libro *De ciudadanos a consumidores*; en algunos de sus artículos, continúa reflexionando sobre el CC como un elemento no sólo para comprender a las sociedades contemporáneas, sino la manera en la que se están construyendo las identidades modernas y postmodernas por medio del consumo, con lo cual las reflexiones sobre el CC lo coloca en una dimensión diferente a como se había realizado en periodos anteriores. Se vincula con otros temas que aborda en el libro: los circuitos culturales que tanto reorganizan la vida urbana como el circuito de la transnacionalización, las políticas urbanas y las narrativas que hablan de la multiculturalidad, que es importante porque señalará que ante los diversos circuitos culturales, principalmente mediáticos y narrativas que reclaman espectadores multilingües, se está en un panorama de un ecosistema comunicativo global, creciente, y los receptores y/o consumidores son espectadores multimedios.

Dentro de los libros colectivos, destacan los dos volúmenes del libro, *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, que señalan rutas para explorar la multiculturalidad y las formas de vivir en la ciudad, así como también la manera en la que los medios de comunicación convocan a la ciudadanía, la nombran, la movilizan. Estos dos libros son importantes porque dan una visión de las áreas de estudio que se venían perfilando desde tiempo atrás con el libro del *Consumo Cultural*, y porque perfilan la ruta siguiente de sus estudios, es decir, la manera como se hace "postpolítica" (García Canclini, 1995ª), la conformación de una ciudadanía por la apropiación de espacios públicos o simbólicos, por el consumo y recepción de medios de comunicación.

En este breve recorrido sobre el CC, hemos ubicado cinco etapas, en las cuales se ha dado una intensa reflexividad, y en las cuales apareció un nuevo modo de ver a la comunicación por medio de la cultura; el CC fue un elemento central en ello. La propuesta de estudiar al CC apareció dentro de un contexto de desplazamientos epistemológicos y teóricos como un eje de estudio para observar las transformaciones culturales por vía de lo popular urbano, para llegar a ser una propuesta de análisis y convertirse en un modelo de estudio, que posteriormente se desplazó a mirar las transformaciones sociales ante la presencia de un mercado global y la llegada de las NTIC. Es por ello que en cada etapa se puede observar una tendencia con algunos rasgos centrales y característicos, como se puede observar en la siguiente tabla:

TABLA II
Etapas del consumo cultural en América Latina 1972-2000

Período	Tendencia	Rasgos
1975-1979	Rupturas	Lo masivo urbano Lo popular Usos sociales de lo masivo La dominación como proceso de comunicación
1980-1984	Emergencia	Los medios en la experiencia comunicativa de lo cotidiano Estrategia de estudio: producción, circulación y consumo, resultado de la hegemonía Campo estratégico: la participación, lo alternativo y lo popular
1985-1989	Mapas	De los medios a las mediaciones Preguntas pendientes: lo popular, apropiación diferenciada, por el consumo, del capital cultural de cada sociedad; carácter integral de las transformaciones sociales; los sujetos sociales Usos sociales de la comunicación:el consumo y la lectura: la telenovela
1990-1994	Modelos	Políticas culturales/públicos de arte Modelos teóricos sobre el consumo cultural Interés por la recepción y el consumo: medios y globalización
1995-2000	Renovación	De ciudadanos a consumidores: identidades por el consumo Desplazamiento: de la recepción al consumo Consumidores nómadas

En estas etapas podemos observar cómo en la tercera y en la cuarta, aparecen mapas para estudiar a la comunicación que acercará a muchos a lo cotidiano, los sujetos sociales y al consumo.Posteriormente, algunos modelos de estudio del CC, a través de los libros de Martín Barbero y de García Canclini, se convertirán en paradigmáticos para mirar, reflexionar e indagar a la comunicación desde la óptica sociocultural. Esas dos etapas son claves no sólo para los estudios del CC, sino para los mismos estudios del campo académico de la comunicación en América Latina y México, pues, en el segundo caso, coincide con momentos de la institucionalización, reorganización del campo, que se podrá realizar por los programas de investigación que aparecieron. Esto puede quedar más claro si sintetizamos las etapas señaladas del campo académico de la comunicación en México con las del CC, que se pueden observar en la Tabla III de la página siguiente.

Mapas y relaciones

El breve recuento de las obras de Jesús Martín Barbero y de Néstor García Canclini, nos han dado elementos para ubicar el entorno, tanto social, histórico y cultural como académico; de acuerdo a sus propias miradas de lo que observaban, en el cual emerge la propuesta del consumo, que se desarrollará bajo la denominación de CC, así como la manera en la que se fue ajustando y modificando ante los nuevos tiempos. Pareciera que mientras ambos autores poco a poco dejan en un lugar específico de sus reflexiones al CC para encarar otros nuevos temas y agendas, el impacto en la comunidad académico en América Latina y México creció; en algunos casos incluso se realizó al tomarlos como una agenda de investigación de lo que es necesario o pertinente, o retomando algunas de sus propuestas, principalmente la de considerar a la cultura como una perspectiva de análisis.

Su obra también propició un diálogo con investigaciones que se realizaban con perspectivas paralelas y con algunos puntos de contacto a través de temas y/o conceptos afines, cercanos, que de una u otra manera se podían incluir dentro de las áreas de estudio que se establecieron para ingresar al estudio del CC, que en parte han actuado mapas, áreas, agendas, o, incluso, como posibles programas de investigación donde se podrían inscribir investigaciones particulares.

En este punto hay una observación importante por realizar; si bien nos hemos centrado en las figuras de Martín Barbero y García Canclini, el giro hacia la dimensión simbólica de la cultura y el tema del CC se debió a una reacción más amplia y colectiva. En ella hay figuras varias en

TABLA III
Etapas del Campo Académico de la Comunicación en México y las del Consumo Cultural

AÑOS	Jesús Galindo	RFN 1	RFN 2	CC
1949-1960	Escuelas de periodismo	Antecedentes	Sin especificar	No hay
1960-1975	Escuelas de comunicación	Establecimiento de bases	Emergencia Tensiones y desencuentros	No hay
1975-1985	Organización del campo	Tensiones y desencuentros Crisis	Institucionalización	Ruptura Emergencia
1985-1995	Programas de investigación	Crisis	Institucionalización Legitimación	Mapas Modelos
1995-2005	Redes académicas		Legitimación	Renovación

América Latina y algunos grupos o centros de investigación que recorrieron sendas paralelas. En México, no sólo ha estado el grupo encabezado por García Canclini; es importante destacar el caso del *Programa Cultura* de la Universidad de Colima, encabezado por Jorge A. González, cuyos integrantes han fomentado, asimismo, una veta importante para el estudio de las culturas contemporáneas, de los medios de comunicación, de la recepción y de los públicos culturales.

El caso del *Programa Cultura* ha sido importante y significativo para México y América Latina, no sólo por sus investigaciones sino por su trabajo sistemático y constante como programa de investigación y su red de investigación que se ha extendido más allá de Colima, la cual se conformó a través de varias investigaciones. Por un lado, la investigación sobre las telenovelas en México en los ochenta fue importante para los estudios de la cultura popular; los estudios de la recepción y consumo de productos mediáticos (González, 1998) y, por otro lado, la investigación nacional "La formación de ofertas y públicos culturales en México" (FOCyP), que permitió realizar un estudio de la manera en la que en diferentes ciudades del país, a lo largo de todo el siglo XX, se transformaron mediante la aparición de nuevas ofertas culturales y cómo esta dinámica conformó a los habitantes en cierto tipo de públicos culturales; se trató de otra veta de estudio importante de estudio de la cultura, la comunicación, y el CC que generó productos varios (González y Chávez, 1996; Gómez Vargas, 2001).

Igualmente es importante mencionar el caso del grupo que encabeza José Carlos Lozano en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), quien a partir de lograr la Cátedra Televisa para la investigación de las audiencias televisivas, se ha convertido en un punto de referencia importante para el estudio de la recepción y del consumo de medios en México.

Es importante revisar cuáles fueron las áreas o agendas de estudio del CC; para ello procedimos a revisar cómo se han presentado trabajos, de manera colectiva, como resultado de reflexiones o investigaciones en América Latina. Para hacer esto, nuevamente recurrimos a la manera en la que en algunos libros, principalmente colectivos, se agrupaban los distintos trabajos que se realizaron, como producto de reflexión y/o de indagación, y la forma cómo los organizaron dentro de la estructura del libro, lo que nos permite ver las áreas que se establecieron para dar una visión general del CC.

El primer libro revisado fue el coordinado por Néstor García Canclini (1993), *El consumo cultural en México*, el cual presentaba la siguiente estructura y contenido:

TABLA IV

Estructura del libro *El consumo cultural en México*

Teoría	Consumo cultural y…		
	Espacio urbano	**Medios de comunicación**	**Sujetos sociales**
Propuesta teórica	Cd. de México, símbolos colectivos y uso del espacio	Televisión: comunidades de referencia en el proceso de recepción	Interacción consumo cultural de los jóvenes
	E. U. sectores social y consumo en Coyoacán	Telenovela, memoria y familia	
	Movimientos sociales	Hábitos de radio de los jóvenes Cd. De México	
	Museo culturas populares		
	Museo Templo Mayor		

Fuente: García Canclini y *et al.* (1993)

Como se verá, además del apartado teórico, se encuentran tres agendas para estudiar al CC: el espacio urbano, los medios de comunicación y los sujetos sociales. Al abordar el espacio urbano podemos ver que principalmente se realiza en la ciudad de México, lugar donde trabaja García Canclini y el grupo de investigación. Punto importante será el CC de medios de comunicación con textos de investigadores invitados que trabajan la recepción y los públicos de la televisión, con lo cual es posible comenzar a abordar algunas de las relaciones que irá adquiriendo el estudio del CC con los estudios de la recepción y los públicos de los medios. También es interesante ver que hay dos trabajos donde entran los jóvenes: los hábitos con la radio, que igualmente será, junto con el de exposición, otros conceptos relacionales, y el área de estudio dentro de los sujetos sociales.

Este libro es importante porque por primera vez se menciona no sólo la importancia del estudio del CC y se explicita conceptual y metodológicamente, sino que se hace de manera colectiva, bajo un programa de investigación; se le aborda desde distintas perspectivas, abriendo el panorama de lo que es básico y posible investigar para pensar el CC.

Si ahora revisamos el libro coordinado por Guillermo Sunkel (1999) sobre el CC en América Latina, encontramos la siguiente estructura y contenido:

TABLA V

Estructura del libro *Consumo Cultural en América Latina*

Aproximaciones teóricas y metodológicas	Usos y prácticas del consumo cultural	Apropiación arte y patrimonio	Consumo de medios
Recepción-consumo	Cotidianeidad, medios, educación	Público de arte	Televisión
Audiencias	Entretenimiento, tiempo libre	Espectadores	Prensa
Mediaciones (audiencia)	Prácticas, medios	Museos	Radio

Fuente: Sunkel (1999)

Nuevamente aparece el apartado teórico, incluyendo lo metodológico, al igual que tres áreas de reflexión y estudio: usos y prácticas, apropiación del arte y del patrimonio y el consumo de medios. Pareciera que lo que tienen en común es el consumo de medios, la diferencia anterior es el uso y prácticas del consumo cultural, así como la apropiación del arte.

Lo interesante es la manera en la que se aborda el CC, donde tanto en lo teórico y en lo metodológico se vincula con la recepción y las audiencias, con los usos y la apropiación. Los ejes de estudio sobre los usos y las prácticas también son importantes, pues se tiende a relacionar con los medios de comunicación, con lo cotidiano y con el entretenimiento, lo cual nos lleva nuevamente a los hábitos, usos y exposición de medios. Por su parte, la apropiación del arte se hará a través de dos elementos que igualmente estarán presentes dentro de la constelación que los estudios del CC van atrayendo dentro de su órbita: los públicos, los espectadores.

Este libro es importante porque refleja, a unos cuantos años del libro colectivo de García Canclini, lo que se estaba pensando e indagando en América Latina, y tanto porque tiene puntos de coincidencia importantes con el libro coordinado por García Canclini, como porque abre otras áreas del CC, que igualmente crecerá y serán parte de las agendas para algunas instituciones encargadas del fomento de políticas y gestión cultural.

Además, nos permite ver lo que se estaba trabajando dentro de los estudios de la comunicación en América Latina y cómo entra en ese panorama los estudios del CC, pues si uno afina la mirada en las tablas anteriores, verá que dentro del CC están, de una u otra manera, lo que se conoce como las principales corrientes de estudio de la comunicación Latinoamericana, que se conformaron a partir de la década de los ochenta, en forma paralela, como lo sintetiza Nilda Jacks (Jacks, 1996; Jacks y Ecosteguy, 2005) y que podemos observar en la siguiente tabla:

TABLA VI

Principales corrientes latinoamericanas de estudio de la Comunicación, según Nilda Jacks

Consumo cultural	Frentes culturales	Recepción activa	Uso social de los medios	Modelo de las multimediaciones
Néstor García Canclini	**Jorge A. González**	**CENECA. Fuenzalida**	**Jesús Martín Barbero**	**Guillermo Orozco**
Teoría sociocultural del consumo; integra teorías económicas, psicoanalíticas, antropológicas, sociológicas y comunicacionales	Disputa por la validación simbólica; cada grupo sociocultural participa para hacer valer su identidad cultural	Estudia la influencia cultural de la TV a través de la exploración de las relaciones concretas de producción de significado entre diferentes segmentos sociales y el mensaje televisivo	Articulaciones que se establecen entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, considerando las mediaciones del contexto cultural de los receptores	Indaga cómo se realiza la interacción entre la audiencia y la TV; toma en cuenta el conjunto de mediaciones que se enlazan en lo cotidiano y en las prácticas sociales

Fuente: Jacks (1996); Jacks y Ecosteguy (2005)

La síntesis que realiza Nilda Jacks sobre las principales corrientes de estudio de la comunicación en América Latina nos da cuenta del diálogo colectivo que se estaba dando en las décadas de los ochenta y los noventa, así como la forma en la que se enriquecían mutuamente diferentes perspectivas, pues es posible ver que las mencionadas tuvieron un desarrollo particular, conformando igualmente comunidades de estudio, las cuales permitieron extender sus mismas propuestas y abrir nuevas líneas de investigación (Orozco, 2002), o qué tanto se nutrían, cómo se diferenciaban entre sí para continuar con sus propios programas de estudio, donde un caso representativo han sido los estudios de la recepción (Orozco, 2002[a]).

La síntesis de Jacks también nos habla de la interrelación de las agendas, tanto conceptual como metodológicamente, que se estaban dando y que algunos de ellos se incorporaron dentro del estudio del CC, y cómo podían en algunos casos ser parte de una agenda de investigación diferente, con lo cual las formas de entrar a ellos se abrían a través de un abanico de conceptos que se consideraban cercanos. Si hacemos una atenta revisión a las sistematizaciones de la investigación de la comunicación en México realizadas por Raúl Fuentes Navarro (2003), principalmente la que comprenden los años que van desde 1995 al 2001, veremos que al trabajar con la entrada de Consumo, hay una continua referencia a otras entradas, entre ellas:

TABLA VII
Relaciones de entradas a partir del Consumo en el libro de Raúl Fuentes Navarro (1995-2000)

CONSUMO
EXPOSICIÓN A MEDIOS (TV)
TIEMPO LIBRE
PREFERENCIAS
AUDIENCIAS
RECEPCIÓN
CONSUMO CULTURAL

Las entradas que localizamos en la sistematización de Fuentes Navarro nos ratifican las tendencias señaladas y de esta manera, podemos sintetizar que las áreas de estudio del CC que se han privilegiado son:

- Consumo de medios
- Espacio público
- Usos y prácticas
- Apropiación del arte y patrimonio
- Sujetos sociales

Podemos señalar, asimismo, que al CC se le vincula con los siguientes conceptos, con lo cual puede entrar la confusión de que si se hacen estudios de ellos se están haciendo estudios del CC:

- Recepción
- Uso social
- Audiencia
- Exposición
- Hábitos
- Preferencias
- Entretenimiento
- Tiempo libre
- Cotidianeidad

Finalmente, al hablar de consumidores, se le vincula con:

- Público
- Receptor
- Audiencia
- Espectadores

Todo indica que éstos han sido los dominios cognitivos con los que se ha trabajado el CC. Esto puede quedar más claro si se revisan diferentes documentos que lo aborden y se podrá observar que se ubican dentro de algunas de las áreas señaladas y se sustentan en algunos conceptos igualmente esbozados. Al parecer, los estudios del CC han creado una esfera conceptual y metodológica para pensar a la cultura, a la comunicación, que son tanto sus límites, como sus posibilidades.

Lejos del equilibrio

Reflexiones finales

Los procesos que se viven con la etapa civilizatoria que ha sido denominada por muchos como "globalización", representan un enorme reto para el conocimiento de lo social. En términos de Immanuel Wallerstein (2001), el mundo ha perdido su centralidad y ha comenzado a estar fuera de un equilibrio que se había conservado durante un tiempo, lo cual propicia una nueva bifurcación de la civilización con altos grados de incertidumbre; esto significa para el mismo Wallerstein, un reto para el conocimien-

to de las Ciencias Sociales, que se debaten entre la continuidad de un pensamiento científico clásico, o la necesidad de repensarlas a través de un nuevo marco epistemológico de las ciencias no clásicas. Más allá de ese debate, lo que va quedando claro es la importancia de reorganizar la mirada científica, es decir, que se requiere de otros mecanismos para la reflexión, el trabajo teórico y metodológico.

Los estudios de la comunicación, por tanto, no están ajenos a esas circunstancias; es por ello que hay algunas propuestas para reorganizar lo ya conocido, lo ya logrado. Es necesario, por lo tanto, considerar el tipo de reflexión que se ha empleado, así como el trabajo para generar un lenguaje teórico, para encontrar las rutas posibles que son necesarias dar ante un mundo que se diversifica y se torna más y más complejo.

De acuerdo a los principios de la sociología reflexiva, o de segundo orden, lo que se logró en la década de los ochenta en el campo académico de la comunicación en México con su organización e institucionalización, fue hacer una ruptura de las formas de pensar, percibir y actuar de los paradigmas hegemónicos de la comunicación; con eso se pretendió darle un "cuerpo" al mismo campo, creando una serie de "artefactos de inteligibilidad" conceptual, que serían las bases para que circulara de manera colectiva una nueva manera de percibir y de acceder a la información que emanaba. Esto se logró a través del giro realizado al emplear a la cultura como perspectiva de análisis de la comunicación; en ello, la labor de algunos programas de investigación fueron fundamentales. Es decir, se abandona a la sociología funcionalista y a la sociología crítica como fuente teórica de lo social para asumir las premisas de la sociología de la cultura que estaba en emergencia. Y es ahí donde podemos observar un primer gran aporte de los estudios del CC, pues aparecierón como un artefacto de inteligibilidad, donde se pasaba a un nuevo tipo de reflexividad epistemológica (Navarro, 1998) y que pretendía dejar atrás la reflexividad óntica y lógica que caracterizaba a los estudios de la comunicación precedentes.

La organización del campo académico de la comunicación en México pretendió darle una orden, coherencia y dirección a una comunidad de investigadores, con el fin de lograr su legitimación académica. En esto, el enfoque de la sociología de la cultura fue fundamental, pues comenzó a ser el enfoque dominante, desplazando a otros enfoques posibles del estudio de la comunicación (Galindo, 2005); con eso, las principales contribuciones de indagación y trabajo teórico se han dado en esta línea. Sin embargo, para lograr consolidar y legitimar a la comunidad, es necesario un trabajo profundo que parece no alcanzado hasta el momento: la conformación de un lenguaje teórico y científico, autónomo, que requiere un

trabajo conceptual y reflexivo más complejo: un sistema conceptual que permita su propia autodescripción, así como el empleo de la autorreflexividad de la misma comunidad de investigadores (Lofgren, 1998).

El CC puede mostrar lo anterior; después de realizar una serie de rupturas y de desplazamientos teóricos y epistemológicos, logrará crear una serie de mapas y modelos con los cuales se pretenderá observar la realidad cultural y social e intervenir en ella. Sus mapas y modelos funcionaron como "aparatos de inteligibilidad", los cuales se anclaron en los dominios cognitivos de determinados enfoques de la sociología de la cultura, pero no avanzaron en conformar un lenguaje autónomo, sino que se relacionaron con otros "aparatos de inteligibilidad" que emergieron en las mismas fechas, como sería el caso de los estudios de la recepción. Estos esfuerzos permitieron encontrar áreas de estudio y el empleo de determinados conceptos para lograrlo, así como un diálogo con otros enfoques de estudio de la comunicación, como los de audiencias, usos sociales de la comunicación, la recepción. Con ello, no se avanzó en el trabajo teórico del mismo CC, lo cual se hace más evidente cuando se comienza a dar una clara separación, en los noventa, de estudios de CC y estudios de consumo de medios, pues los programas de investigación que aparecieron en estos años se dedicaron a trabajar más con objetos de estudio, que con un programa de generación de teoría.

En momentos en que la ciencia requiere dar un nuevo paso de reflexividad y de trabajo científico a través de la conformación de metalenguajes (Varela, 2000), todo indica que en los estudios del CC, y de la comunicación en general, se requiere completar el proceso de la conformación de un lenguaje académico y dar paso a la reflexividad de segundo orden, para poder tener la posibilidad de dar ese paso.

Notas y referencias bibliográficas

1. La recuperación de la obra de Martín Barbero y de García Canclini no se realizó de manera exhaustiva, pues esto respondería a otro trabajo más profundo y con otra intención.
2. José Carlos Lozano (2003) señala que en América Latina hay algunos investigadores que desde la Economía Política se deslindan de los postulados de los Estudios Culturales y "reivindican la existencia de efectos o consecuencias negativas de los medios debido a sus patrones de concentración, liberación y privatización", que tienden a perder visibilidad por el reducido número de investigadores en comparación de los que se inclinan por la vertiente cultural, pero que en el ambiente norteamericano y europeo es diferente el panorama ante el número de académicos que trabajan desde la Economía Política y que cuestionan las posturas y postulados de los Estudios Culturales, acusándolos de "abandonar sus raíces críticas y de legitimar los fenómenos de concentración de la propiedad de los medios, así como de ignorar su capacidad de generar discursos y mensajes que legitiman las desigualdades sociales".
3. El mismo Jesús Martín Barbero ha realizado una serie de reflexiones sobre su propia obra y en particular sobre su pensamiento sobre la recepción de medios de comunicación y el consumo. Véase Martín Barbero, 1999.
4. Los estudios sobre la juventud en México se hacen visibles en los inicios de la década de los ochenta; a finales de esa década comienza a ser abordada desde una perspectiva sociocultural. Para los noventa, esa área de estudio se hará visible e importante dentro de los estudios de la sociedad y la cultura no sólo por la problemática en sí de los jóvenes, sino porque permiten entender los cambios culturales y sociales. Figuras claves en México serán Rossana Reguillo y José Manuel Valenzuela. Véase Reguillo y Feixa, 2004.

Bibliografía

Ecosteguy, Ana Carolina (2001). *Cartografias dos estudos culturais. Uma versão latino-americana*. Belo Horizonte, Autentica.

Follari, Roberto (2002). *Teorías débiles (Para una crítica de la reconstrucción y de los estudios culturales)*. Argentina, Homo Sapiens Ediciones.

Fuentes Navarro, Raúl (2004). "La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: una propuesta de re-conocimiento para el campo de estudios de la comunicación", en: Fuentes, R. (coordinador), *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*. México, ITESO.

— (2003). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*. México, ITESO.

— (2000). "Perspectivas socioculturales postdiciplinarioas en la investigación de comunicación", en: Orozco, G. (coordinador), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. Madrid, Ediciones de la Torre.
— (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México.* México, ITESO y Universidad de Guadalajara.
— (1997). "Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987-1997", en: *Comunicación y Sociedad*. Universidad de Guadalajara, No. 30.
— (1996). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. Guadalajara, ITESO y Universidad de Guadalajara.
— (1994). "La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones", en: Galindo, J. y Luna, C. (coordinadores), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México, ITESO y CNCA.
— (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México***.** Guadalajara, ITESO y CONEICC.
Galindo, Jesús (2005). "Hacia una comunicología posible en México. Una historia del campo académico de la comunicación y la teoría". Material de trabajo del Seminario hacia una comunicología posible, de la Red de Estudios en Teoría de la Comunicación y Comunicología. Bajado de: http://www.geocities.com/seminariocomunicologia.
Galindo, Jesús (2005ª). "Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible", en: *Culturales*. Universidad Autónoma de Baja California, Vol. I, Núm. 1.
— (2003). "Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica". Bajado el 29 de junio de 2005, de: http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm
Garcia Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*. México, Paidós.
García Canclini, Néstor (1997). *Imaginarios urbanos*. Buenos Aires, EUDEBA.
— (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización***.** México, Grijalbo.
— (1994). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad***.** México, CNCA y Editorial Grijalbo.
— (1994ª). "La desintegración de la ciudad de México y el debate sobre las culturas urbanas", en García Canclini, N. y *et al.*, *De lo local a lo global. Perspectivas desde la antropología*. México, Universidad Autónoma Metropolitana.
— (1990) "Introducción La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu", en Bourdieu, Pierre, *Sociología y cultura*. México, CNCA–Grijalbo.
— (1990ª)."La cultura de los noventa", en: *Topodrilo*. UAM Iztapalapa, No. 12.
— (1988). "Cultura transnacional y culturas populares. Bases teórico-metodológicas para la investigación", en García Canclini, N. y Rocangliolo, R. (editores), *Cultura transnacional y culturas populares*. Lima, Instituto para América Latina.

— (1987). "Ni folklórico ni popular: ¿qué es lo popular?", en: *Diálogos de la Comunicación*. Felafacs, No. 17.
— (1987ª). "¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?", en: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. México, Felafacs y Gustavo Gili.
— (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Nueva Imagen.
— y *et al.* (1998). *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Primera parte. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*. México, Editorial Grijalbo.
— y *et al.* (1998ª). *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Segunda parte. La ciudad y los ciudadanos imaginados por los medios.* México, Grijalbo.
— y *et al.* (1995ª). *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina.* México, CONACULTA.
— y *et al.* (1994b). *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México***.** México, IMCINE y CNCA.
— y *et al.* (1993). *El consumo cultural en México*. México, CNCA.
— y *et al.* (1991). *Públicos de arte y política cultural*. México, INAH y Universidad Autónoma Metropolitana.
Gergen, Keneth (1996). *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Barcelona, Paidós.
Giménez, Gilberto (2003). "La investigación cultural en México. Una aproximación", en: Valenzuela, J. M. (coordinador), *Los estudios culturales en México*. México, FCE.
Gómez Vargas, Héctor (2001). *Cartografías urbanas y el equipamiento cultural en León.* México, UIA-León, FONCA, IMPLAN.
González, Jorge A. (2003). *Cultura (s) y Ciber-cultur@... (S). incursiones no lineales entre complejidad y comunicación*. México, UIA.
— (1999). "Convergencias paralelas. Desafíos, desamores, desatinos entre antropología y comunicación", en: *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, época II, volumen V, No. 10.
— (compilador) (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. México, Universidad de Guadalajara.
— (1994). *Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México, CNCA.
— y Chávez, Ma. Guadalupe (1996). *México en la cultura I. Cifras clave*. México, CNCA-Universidad de Colima.
Jacks, Nilda (1996). "Tendencias latino-americanas nos estudos da recepção", en: *Famecos*. Porto Alegre, No. 5.
— y Ecosteguy, Ana Carolina (2005). *Comunicação e Recepção*. São Paulo, Hacker Editores.
Krotz, Esteban (2003). "El estudio de la cultura en la antropología mexicana reciente: una visión panorámica", en Valenzuela, J. M. (coordinador), *Los estudios culturales en México*. México, FCE.
Lofgren, Lars (1998). "Complementariedad sujeto/objeto", en: Ibáñez, J. (coordinador), *Nuevos avances en la investigación social I.* Barcelona, Proyecto a Ediciones.

Lozano, Elizabeth (1991). "Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos", en: *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, No. 30.

Lozano, José Carlos (2003). "¿Usos o efectos de la comunicación de masas? Convergencias y divergencias entre la economía política, los estudios culturales y los enfoques de los efectos cognitivos". Bajado de: http://www.geocities.com/comunicologiaposible/tblozano2.htm. Consultado el 3 de julio de 2005.

Luhmann, Niklas (1998). *Teoría de los sistemas sociales II (artículos)*. México, UIA.

Martín Barbero, Jesús (2001). "De la experiencia urbana: trayectos y desconciertos", en: Reguillo, R. (editora), *El laberinto, el conjuro y la ventana. Itinerarios para mirar la ciudad*. México, ITESO.

— (1999). "Recepción de medios y consumo cultural: travesías", en: Sunkel. G. (coordinador), *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

— (1999ª). *Los ejercicios de ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva***.** Barcelona, Gedisa.

— (1998). "De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos", en: Laverde Toscano, M y Reguillo, R. (editoras), *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Colombia, Siglo del Hombre Editores.

— (1998ª). "Prefacio a la quinta edición. Pistas para entre-ver medios y mediaciones", en *De los medios a las mediaciones*. Santa Fe de Bogotá, Convenio Andrés Bello.

— (1997). "Comunicación fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?", en: *Telos*. Fundesco, No. 47.

— (1990). "De los medios a las prácticas", en: Orozco, Guillermo (coordinador), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. México, UIA.

— (1989). *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerarios para salir de la razón dualista*. México, Gustavo Gili.

— (1987). "La comunicación desde la cultura. Crisis de lo nacional y emergencia de lo popular", en: *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, volumen I, No. 3.

— (1987ª). "Introducción", en: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica***.** México, Felafacs y Gustavo Gili.

— (1987b). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gili.

— (1987c). "Las telenovelas en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana", en: *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, No. 17.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michéle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós.

— y Mattelart, Michele (1989). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*. México, UAM Xochimilco.

Montoya Vélez, Martha Elena (1992). "Conversaciones con Jorge A. González. Los Frentes Culturales: locos sueños aprehendidos en mapas", en: *¿Nuevo mode-*

lo de comunicación en América Latina? Conversaciones con nueve estudiosos de los medios y la cultura. México, Fundación Manuel Buendía y Gobierno del estado de Veracruz.

Navarro, Pablo (1998). "Sistemas reflexivos", en: Ibáñez, J. (coordinador), *Nuevos avances en la investigación social I.* Barcelona, Proyecto a Ediciones.

Orozco, Guillermo (2002). "Travesías de la recepción en América Latina", en: Orozco, G. (coordinador), *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires, Editorial Norma.

— (2002ª). *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires, Editorial Norma.

Ortiz, Renato (2004). *Taquigrafiando lo social*. México, Siglo XXI.

— (1999). "Ciencias sociales, globalización y paradigmas", en Reguillo, R. Fuentes, R. (coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. México, ITESO.

Reguillo, Rossana y Feixa, Carles (2004). "Overtura. Entresiglos", en: Reguillo, R., Feixa, C., Valdez, M., Gómez-Granell, C. y Pérez-Islas, J. A. (coordinadores), *Tiempo de híbridoz. Entresiglos. Jóvenes. México-Cataluña*. México, Instituto Mexicano de la Juventud, Secretaría de Educación Pública, Secretaría General de la Juventud de Cataluña.

Safa, Patricia (2002). "El concepto de habitus de Pierre Bourdieu y el estudio de las culturas populares en México", en: *Revista de la Universidad de Guadalajara*, No. 24.

Sunkel, Guillermo (coordinador) (1999). *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

Swingewood, Alan (1979). *El mito de la cultura de masas*. México, Premiá.

Varela, Francisco (2000). "El círculo creativo. Esbozo históriconatural de la reflexividad", en: Watzlawick, P. (compilador), *La realidad inventada. ¿Cómo sabemos lo que creemos saber?* Barcelona, Gedisa.

Wallerstein, Immanuel (2001). *Conocer el mundo, saber el mundo. El fin de lo aprendido. Una ciencia social para el siglo XXI*. México, Siglo XXI, UNAM y Centro de Investigaciones Interdisciplinares en Ciencias y Humanidades.