

¿Para dónde va nuestra investigación?

# Comunicación de fin de siglo.

■ Jesús Martín - Barbero



ILUSTRACIÓN: EMELY RUÍZ

*La trayectoria de la investigación latinoamericana en los últimos años no puede entenderse sin su contexto de transformaciones sociales, de escenarios internacionales y nacionales, de las atmósferas culturales generadas. En ellas se sitúan los movimientos, los conflictos y contradicciones del pensamiento en evolución sobre la comunicación.*

**M**alos tiempos estos para la prospectiva, pero quizá por ello sea aún más necesaria. Pues nos obliga a romper la tramposa inmanencia del presente continuo a que nos condena la ausencia de utopías, y el consiguiente ensimismamiento de los discursos, exigiéndonos un mínimo horizonte de futuro desde el que comprender los procesos que dotan o despojan de sentido a los discursos. Hoy, menos que nunca, lo que pasa en la investigación latinoamericana de comunicación puede entenderse o valorarse al margen de las rupturas y recreaciones de la socialidad: de los chantajes económicos y las perversiones sociales que disfraza la apertura, del vaciado de significación que sufre nuestra democracia, de la sintomática centralidad de las comunicaciones en los proyectos de privatización, de la absorción de la esfera pública por los medios masivos.

Dos escenarios se configuran como decisivos: el de las contradicciones de la integración regional y el de la desestructuración del espacio nacional<sup>1</sup>. En la era de la globalización la integración de los países latinoamericanos implica su inevitable integración a la pura y dura lógica de una economía-mundo en la que toda alianza es para competir y fragmentar. Y en esa lógica la creación de grupos de países —desde el TLC de los del norte hasta el Mercosur—, produce la paradoja de fortalecer a los que están dentro y debilitar a los que quedan fuera fracturando la solidaridad regional, lo que se hace aún más grande en las modalidades de inserción excluyente de los grupos regionales en los macro-grupos del Norte, del Pacífico o de Europa. Sometidos al movimiento globalizador, exigencias de competitividad entre los grupos prevalecen sobre y devalúan las de cooperación y complementariedad regional. El segundo escenario es el de la desintegración social y política de lo nacional. ¿Cómo construir democracia en países donde la polarización social se profundiza?, ¿pueden revertir las instituciones políticas los procesos de concentración, del ingreso, la reducción del gasto social, el deterioro de la esfera pública?, ¿qué viabilidad pueden tener proyectos nacionales cuando los entes financieros transnacionales sustituyen a los Estados en la planificación del desarrollo?, ¿cómo reconstruir ahí sociedades civiles en las que reencuentren sentido los intereses colectivos y formas de ciudadanía que no



La convergencia entre sociedad de mercadeo y racionalidad tecnológica disocia la sociedad en sociedades paralelas: la de los conectados a infinita oferta de bienes y saberes y la de los excluidos cada vez más abiertamente tanto de los bienes como de la capacidad de decidir.



se agoten en el consumo? El crecimiento de la desigualdad atomiza la sociedad deteriorando los mecanismos de cohesión política y cultural, y desgastadas las representaciones simbólicas «*no logramos hacernos una imagen del país que queremos y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha*» (N. Lechner). Nada de extraño tiene entonces que hasta las, en principio democratizadoras, dinámicas de descentralización resulten más atomizantes que participativas, y que la justa defensa de las identidades locales desemboque en rupturas de la solidaridad nacional.

Entretejidas a esos escenarios se percibe la formación de atmósferas culturales<sup>2</sup>, cuyas mediaciones matizan tanto el grave pesimismo que carga la visión social de las macrotendencias como el ligero optimismo que permea la mirada comunicacional, fascinada por las maravillas tecnológicas. La primera atmósfera se forma en la convergencia de la fascinación tecnológica con el realismo de lo inevitable: la hipóstasis de la eficiencia y la eficacia se traduce en «*una cultura del software que permite conectar la razón instrumental a la pasión personal*» (Hopenhayn). Con una multiplicidad de paradojas densas y desconcertantes: la convivencia del derroche estético de los centros comerciales con las condiciones insalubres e inhabitables de los barrios de invasión, la opulencia comunicacional con el debi-

litamiento de lo público, la más grande disponibilidad de información con el palpable deterioro de la educación formal, la continua explosión de imágenes con el empobrecimiento de la experiencia, la multiplicación de signos y el déficit de sentido.

La convergencia entre sociedad de mercado y racionalidad tecnológica disocia la sociedad en sociedades paralelas: la de los conectados a infinita oferta de bienes y saberes y la de los excluidos cada vez más abiertamente tanto de los bienes como de la capacidad de decidir. Lo que remite a una segunda atmósfera: la «cultura de la privatización». Con su dimensión económica —exaltación del mercado a instancia globalizadora y dinamizadora de lo social—; su conversión de la política en intercambio y negociación de intereses; y su legitimación cultural: identificación de la autonomía del sujeto con el ámbito de la privacidad —en el que resguardarse de la masificación— y el del consumo, con el que construirse un rostro reconocible socialmente.

Tercera atmósfera: el malestar latinoamericano en la modernidad. La desmitificación de las tradiciones y las costumbres desde las que, hasta hace bien poco, nuestras sociedades elaboraban sus «contextos de confianza» (J.J. Brunner) desmorona la ética y desdibuja el hábitat cultural. Ahí arraigan algunas de nuestras más secretas y enconadas violencias. Pues las gentes pueden con cierta facilidad asimilar los instrumentos tecnológicos y las imágenes de modernización, pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer su sistema de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. El cambio de época está en nuestra sensibilidad pero «*a la crisis de mapas ideológicos se agrega una erosión de los mapas cognitivos*» (Lechner). No disponemos de categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos. Sólo alcanzamos a vislumbrar que en la crisis de los modelos de desarrollo y los estilos de modernización hay un fuerte cuestionamiento de las jerarquías centradas en la razón universal, que al trastornar el orden secuencial libera nuestra relación con el pasado, con nuestros diferentes pasados, permitiéndonos recombinar las memorias y reapropiarnos creativamente de una descentrada modernidad.

#### LAS RECONFIGURACIONES DEL CAMPO

¿Cómo están traduciendo los estudios

de comunicación los desafíos y sensibilidades que esos escenarios y esas atmósferas plantea? ¿Y en qué movimientos, conflictos o estrategias del campo se reflejan?

En los últimos años la institucionalización del campo de la comunicación en América Latina es un hecho notorio y contradictorio, que ha producido cambios cualitativos y hecho emerger nuevas tensiones. De un lado, está el número creciente de investigaciones, el volumen y calidad de las publicaciones, la conformación en algunos países de amplias comunidades de investigadores, los convenios de investigación entre países, la presencia internacional de sus instituciones académicas, la cualificación de los postgrados. De otro, se ha ido configurando una densa tensión: la que plantean los diferentes modos de entender y efectuar la relación entre investigación y mercado.

Lo que ahí está en juego no es una reedición de los viejos conflictos entre teoría y práctica, o entre saberes técnicos y crítica social, sino algo mucho más ambiguo y escurridizo, ligado a los desconciertos y escapismos que alimentan las atmósferas culturales del fin de siglo. La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un realismo de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o investigación que no responda a unas demandas sociales confundidas con las del mercado o al menos mediadas por éste. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo de la década de los ochenta de improductivo, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y económico, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad. Desde otro ángulo, esa posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo en nuestros países: el mercado, fagocitando las demandas sociales y las dinámicas culturales, deslegítima cualquier cuestionamiento de un orden social que sólo puede darse su «propia forma» cuando el mercado y la tecnología liberan sus fuerzas y sus mecanismos. Lo que torna altamente sospechosa una búsqueda de institucionalización en la que el afán por tener un campo propio se hace a costa de algo que, hasta en Estados Unidos, está siendo hoy cuestionado: la utilización de la investigación no como foco de comprensión

“

La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un realismo de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o investigación que no responda a unas demandas sociales confundidas con las del mercado o al menos medidas por éste.

”

sino como instrumento de legitimación que «negocia alcance teórico por territorio académico»<sup>3</sup>.

Lo que conduce a uno de los investigadores latinoamericanos que más ha luchado en y desde su país por la consolidación de la comunidad investigativa en comunicación, a afirmar: «*La difícil y nunca consolidada constitución disciplinaria del estudio de la comunicación, que tantas desventajas ha acarreado a sus practicantes, es precisamente la condición de posibilidad de su nuevo desarrollo. No haber tenido la posibilidad en América Latina de haberse convertido en una «ciencia normal», como diría Kuhn, es lo que ahora proporciona la movilidad necesaria para seguir persiguiendo su objeto y generando socialmente sentido sobre la producción social del sentido (...) conservando el impulso crítico y utópico que ha caracterizado a este campo en América Latina*»<sup>4</sup>.

Ligado al anterior se configura otro ámbito de tensiones: en la medida en que la institucionalización de un campo supone su especialización disciplinaria, la especificidad latinoamericana que se expresa en la propuesta de insertar la investigación de comunicación en el espacio de las ciencias sociales y en el desarrollo de los estudios culturales, suscita últimamente polémicas descalificaciones. De un lado, el propósito de

focalizar como eje de los estudios la trama social de los procesos comunicativos es visto como un obstáculo a la delimitación del objeto propio de la disciplina, objeto que estaría hace tiempo definido por el paradigma informacional y el análisis semiótico; y del otro, el esfuerzo por asumir la envergadura y el espesor cultural de la massmediación es confundido con un culturalismo que despolitizaría los procesos olvidando el peso de las estructuras de poder. Desde ambos lados la transdisciplinarietà se ha convertido en catalizador de malestares y sospechas, siendo acusada ya sea de la falta de rigor y seriedad metodológica que lastraría la investigación latinoamericana, impidiéndole alcanzar su mayoría de edad, o de devaluar la importancia de lo empírico en la compleja tarea de construcción de los nuevos objetos.

Y sin embargo, lo que ha movilizó más fecundamente la investigación latinoamericana de comunicación en los últimos años ha sido menos los cambios internos al propio campo que el movimiento de reflexividad producido en las ciencias sociales y el empate con la reflexión que viene de los estudios culturales. Más que por recurrencias temáticas o préstamos metodológicos, esa inserción se ha producido por apropiaciones: desde la comunicación se trabajan procesos y dimensiones que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, estéticos, al mismo tiempo que la sociología, la antropología y la ciencia política se empiezan a hacer cargo, ya no de forma marginal, de los medios y de los modos como operan las industrias culturales.

De la historia de las transformaciones sufridas por la música negra en Brasil, que la llevan de las haciendas esclavistas a la ciudad masificada donde se produce su legitimación cultural como música nacional, a la antropología que indaga continuidades y rupturas en los rituales urbanos de la protesta política, y a la sociología que investiga el lugar que los medios ocupan en los consumos y las políticas culturales. La conciencia creciente del estatuto transdisciplinar del campo<sup>5</sup> no hace sino dar cuenta de la multidimensionalidad que en nuestra sociedad revisiten los procesos comunicativos y su gravitación creciente sobre los movimientos de desterritorialización e hibridaciones que en Latinoamérica cataliza y produce la modernidad. Transdisciplinarietà que en modo alguno significa la disolución de los problemas-objeto del campo de la

comunicación en los de otras disciplinas sociales, sino la construcción de las articulaciones e intertextualidades que hacen posible pensar los medios y las demás industrias culturales como matrices de desorganización y reorganización de la experiencia social y de la nueva trama de actores y estrategias de poder.

#### ABRIENDO BRECHAS AL NUEVO SIGLO

Aunque las temáticas de los congresos y los encuentros latinoamericanos de comunicación en los noventa –Identidad e integración (Felafacs, Acapulco, 1992)<sup>6</sup>, Comunicación y libre comercio (Alaic, Sao Paulo, 1992), Propuestas metodológicas<sup>7</sup> (Alaic, Guadalajara, 1993)<sup>8</sup>, Modernidad y democracia (Felafacs, Cali, 1994)<sup>9</sup> dibujan un mapa de preocupaciones sentidas y consensos institucionales, ellas no alcanzan a dar cuenta cabal de los desplazamientos que tensionan y dinamizan el campo. La conflictiva riqueza de esas dinámicas pasa, a mi modo de ver, por otro mapa: el que dibujan los textos que otean el horizonte del nuevo siglo.

Empezando por las investigaciones que indagan el desordenamiento y descentramiento de lo cultural. Introducido en primer lugar por la globalización económica que replantea la identificación de periferia con exterioridad: es desde dentro de nuestros países, en el espacio de lo nacional y lo local, donde la cultura se mundializa<sup>10</sup>, pues globalización no equivale a una mayor difusión de productos sino a la rearticulación de las relaciones entre países desde una descentralización que concentra poder, y un desenraizamiento que hibrida las culturas. Pero lo que verdaderamente está en juego en la hibridación<sup>11</sup> no es sólo asunto de nuevos mestizajes sino la reorganización del campo cultural desde una lógica que desancla las experiencias culturales de los nichos y repertorios de las etnias y las clases sociales, de las oposiciones entre modernidad y tradición, modernidad y modernización<sup>12</sup>, espesando la medición tecnológica que emborrona las demarcaciones entre arte y ciencia, trabajo y juego<sup>13</sup>, entre lo oral, lo escrito y lo electrónico<sup>14</sup>, abriendo un desafío radical a las inercias teóricas, a las barreras entre saberes sociales, y planteando no sólo nuevos objetos de investigación sino nuevo modos de concebir las luchas entre mercado y producción simbólica, entre cultura y poder, entre modernización y democratización.



La estrecha relación entre expansión/estallido de la ciudad y crecimiento/densificación de los medios y las redes electrónicas, está exigiendo pensar la envergadura antropológica de los cambios en los modos de estar juntos, esas nuevas socialidades que empatan con los nuevos escenarios urbanos de comunicación.



Una especial reconfiguración de lo cultural es la que produce el universo audiovisual, y particularmente la televisión<sup>15</sup>, al constituirse en dispositivo radicalizador del desanclaje que produce la modernidad, redefine las jerarquías que normaban la cultura y también sus modalidades, niveles y lenguajes. Con la deslegitimación que ello opera en el campo de los intelectuales<sup>16</sup>: al cuestionar los paradigmas del saber que sustentaba la cultura letrada, y las autoridades en que cristalizaron viejas formas de dominación simbólica, los intelectuales ven hoy tensionada su figura entre el experto académico y el neopopulista de mercado; y descolocada por la del analista simbólico<sup>17</sup> que replantea la tarea del investigador social y el intelectual al insertar la crítica no en la distancia de los riesgos que conlleva toda intervención en lo social sino en la dinámica que necesita toda sociedad para no anquilosarse.

En un segundo plano estratégico se ubican los procesos de massmediación de la política: la asimilación del discurso político al modelo de comunicación que propone, especialmente, la televisión<sup>18</sup> – identificando lo público con la escena mediática– y su incidencia en los nuevos modos de representación política y de conformación de ciudadanía<sup>19</sup>. Agotadas

las generalidades en torno a la espectacularización de la política, hacia donde apunta el análisis que avizora el futuro es a dar cuenta de los dispositivos específicos que en la televisión conectan con la emergencia de una nueva cultura política<sup>20</sup>. Esa que exige pensar los modos en que los medios entran no a sustituir sino a constituir, a formar parte de la trama tanto del discurso como de la acción política, pues densifican las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política, y hacen parte de las nuevas formas del reconocimiento y la interpelación de los sujetos y los actores sociales. Lo que desplaza la investigación de los mecanismos que oponen «la plaza a la platea» (M.C. Mata), es decir, a la escena mediática, para enfocar más bien las tensiones entre ambas, los usos que la política en la plaza hace de los medios – sus modos de mirar a la cámara<sup>21</sup>– y los movimientos de resemantización mediante los cuales la escena mediática transforma el sentido de la acción política en representación, reduciendo la publicidad –el acto de hacer público– a mera visibilidad<sup>22</sup>. Y también la que desplaza el punto de vista de la política formal para investigar el papel del consumo en los otros modos en que se construyen identidades y ciudadanías: esas prácticas socio-culturales que configuran formas de reconocerse y de satisfacer necesidades, rituales de distinción y modos de comunicación, pues en el consumir no sólo derrochamos y exhibimos, nos alineamos y sometemos, sino también reelaboramos el sentido de lo social, redefinimos la significación de lo público al publicar lo que creemos socialmente valioso, rehacemos lo que percibimos como propio, nos integramos y nos diferenciamos<sup>23</sup>.

La ciudad-espacio de comunicación aparece como otra atalaya desde la que vislumbrar cambios de fondo. La estrecha relación entre expansión/estallido de la ciudad y crecimiento/densificación de los medios y las redes electrónicas, está exigiendo pensar la envergadura antropológica de los cambios en los modos de estar juntos, esas nuevas socialidades que empatan con los nuevos escenarios urbanos de comunicación. Escenarios ubicados a múltiples niveles y conformados por ingredientes bien diversos.

Los que corresponden al desequilibrio generado por una urbanización irracional y especulativa que se hace visible en el empobrecimiento de las solidaridades e interacciones vecinales, la reducción de

la ciudad usable por los ciudadanos y su compensación por la cultura a domicilio y la reinención de unos lazos sociales en los que se entreteje la información que circula por las redes internacionales con la necesidad de pertenencia y de arraigo local<sup>24</sup>.

Los escenarios que trazan los imaginarios desde los que la gente siente y se representa su ciudad: acontecimientos, personajes, mitos fundadores, lugares, olores y colores, historias, leyendas y rumores que la narran e identifican siguiendo topografías y trayectos bien diferentes de los que manejan los planificadores<sup>25</sup> y al mismo tiempo modernización, tensión entre memorias étnico-locales y memorias transnacionales, produciendo un mosaico cuya figura remite menos a las regularidades que pautan los expertos que al desorden y al caos que experimentan en su habitar los ciudadanos<sup>26</sup>. O los escenarios de la ciudad-acontecimiento que, al trastornar la cotidianidad inerte, sacan a flote la fragilidad del moderno orden urbano poniendo al descubierto la corrupción que enlaza la explosiva ineficiencia de los servicios públicos –inundaciones que dejan en la calle miles de habitantes por mal estado de las redes de alcantarillado o escapes de gas que vuelan barrios enteros– con los dispositivos subterráneos del poder; y también el espesor comunicacional de las estrategias de supervivencia y de conformación de identidad ciudadana entre los marginados<sup>27</sup>. Y los nuevos escenarios de los jóvenes, constituidos a la vez desde la homogeneización inevitable del vestido, la comida, la música, y una profunda necesidad de diferenciación que se expresa en los signos con que tejen sus grupalidades: del hoyo fonqui al punk, de la salsa barrial a la discoteca in, del concierto-ritual tecnológico y coreográfico al rock artesanal, en que se dicen las nuevas sensibilidades, las estéticas de lo desechable, las nuevas sonoridades, sonos, ruidos y ritmos de la ciudad, la experiencia de las pandillas ante la cotidiana presencia de la muerte en las

“

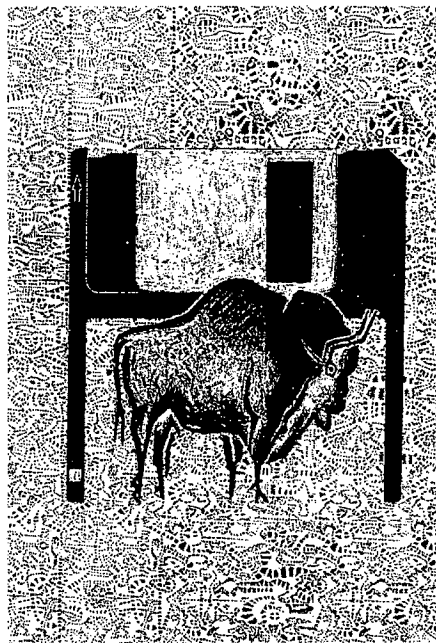
Una especial reconfiguración de lo cultural es la que produce el universo audiovisual, al constituirse en dispositivo radicalizador del desanclaje que produce la modernidad, redefine las jerarquías que normaban la cultura y también sus modalidades, niveles y lenguajes.

”

calles, la exasperación de la agresividad, la soledad hostil, la desazón moral, el desarraigo<sup>28</sup>.

Finalmente, otro foco de avizoramiento: la recepción/uso de medios y el consumo cultural. Especialmente polémico, e incluso para algunos desgastado, estudio de los procesos de recepción resulta doblemente ambiguo y también fuertemente revelador de algunos de los cambios más de fondo en la investigación de comunicación. Pues confundida con la etapa que, en la escuela norteamericana se adjudicó primero al paradigma de los «efectos» y después al de «usos y gratificaciones», se pierde lo que desde América Latina se busca plantear: la recepción / consumo como lugar epistemológico y metodológico desde el que repensar el proceso de comunicación. Pero al identificar esa propuesta, en no pocas investigaciones, con una especie de hipóstasis de la recepción, se acaba confundiendo el rescate de su actividad con el sofisma del «todo el poder al consumidor».

De lo que se trata, aunque quizá aún no se haya logrado, es sin embargo de indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e interacción entre sujetos<sup>29</sup> socialmente contruidos, y ubicados en condiciones y escenarios que son, de parte y parte aunque asimétricamente, producidos y de producción, y por lo tanto espacio de poder, objeto de disputas, remodelaciones y luchas por la hegemonía<sup>30</sup>. Y de otro lado, se trata de comprender las formas de socialidad que se producen en los trayectos del consumo<sup>31</sup>, en lo que estos tienen de competencia cultural, hecha pensable desde una etnografía de los usos<sup>32</sup> que investiga los movimientos de ruptura y de continuidad, de enraizamiento y deslocalización, así como las memorias cortas y largas que los atraviesan y sostienen. Perspectiva que resulta especialmente prospectiva al aplicarla a los trayectos culturales de la generación joven, esos que se constituyen en gran medida en la conexión/desconexión con las tecnologías y su capacidad de insertarse en la velocidad de los tiempos ■



## NOTAS

- 1 Sobre la prospectiva que señalan esos escenarios ver: Ndeg. 139 de la rev. Nueva sociedad, dedicado a «América Latina: la visión de los científicos sociales», Caracas, 1995; y la compilación de textos: N. LECHNER (Comp.), Cultura política y democratización, Flacso/Clacso/ICI, Santiago, 1988.
- 2 La noción es de M. HOPENHAYN, Ni apocalípticos ni integrados, F.C.E., Santiago, 1994, en cuya reflexión me apoyo, así como en la de J.J. BRUNNER, Bienvenidos a la modernidad, Planeta, Santiago, 1994.
- 3 J.D. PETERS, «Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research», Communication Research, vol. 13, ndeg. 4, p. 314, 1986.
- 4 R. FUENTES, La investigación de la comunicación: ¿hacia una postdisciplinariedad en las ciencias sociales?, en J. LAMEIRAS/J. GALINDO (ed.), p. 237, Iteso, México, 1994; ver del mismo autor, La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación. México. Coneic/Iteso, México, 1991.
- 5 R. FUENTES, Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina, Felafacs/Coneic, México, 1992.
- 6 VV.AA. Comunicación, identidad e integración latino-americana, 5 vols. Felafacs/Opción/Univ. Iberoamericana, México, 1992 y 1994.
- 7 J. MARQUES de MELO (Coord.), Comunicación latino-americana: Desafíos de la investigación para el siglo XXI, Aleic/USP, Sao Paulo, 1992.
- 8 C. CERVANTES/E. SÁNCHEZ RUIZ (Coord.), Investigar la comunicación. Propuestas latinoamericanas, Aleic/Univ. de Guadalajara, México, 1994.
- 9 VV.AA. «Comunicación, modernidad y democracia», ndeg. 41 de Diálogos de la Comunicación, Felefac, Lima, 1995.
- 10 R. ORTIZ. Mundialização e cultura, Brasiliense, Sao Paulo, 1994.
- 11 N. GARCÍA CANCLINI, Culturas híbridas, Grijalbo, México, 1990.
- 12 J.J. BRUNNER, Cartografías de la modernidad, Dolmen, Santiago, 1994.
- 13 A. PISCITELLI, «De las imágenes numéricas a las realidades virtuales: esfumando las fronteras entre arte y ciencia», en David y Goliath, ndeg. 57, Buenos Aires, 1990; «Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad», en Diálogos de la Comunicación, Lima, 1992.
- 14 A. FORD, Navegaciones: comunicación, cultura y crisis, Amorrortu, B.A. 1994.
- 15 O. LANDI, Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión, Planeta, B.A. 1992; B. SARLO, Escenas de la vida postmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en Argentina, Ariel, B.A., 1994; J. BRUNNER/C. CATALÁN, Televisión: libertad, mercado y moral, Los Andes, Santiago, 1995.
- 16 A. PAGNI/E. Von der WALDE, «Qué intelectuales en tiempos postmodernos», en Culturas del Río de la Plata, Lateinamerika-Studien, 36, Nürnberg, 1996.
- 17 J.J. BRUNNER/G. SUNKEL, Conocimiento, sociedad y política, Flacso, Santiago, 1993.
- 18 D. PORTALES y otros, La política en pantalla, Ilet/Cesoc, Santiago, 1989; O. Landi, «La política en las culturas de la imagen», en Devórame otra vez, obra citada.
- 19 R. M<sup>a</sup> ALFARO y otros, Los medios, nuevas plazas para la democracia. Calandria, Lima, 1995; M.A. GARRETON, Estudios sobre la transformación cultural, Lom, Santiago, 1995.
- 20 H. SCHMUCLER/M<sup>a</sup> C. MATA (Coord.), Política y comunicación, Catálogos, Córdoba, 1992.
- 21 F. CRUCES, Las transformaciones de lo público: Imágenes de protesta en la ciudad de México, UAM Iztapalapa, México, 1995.
- 22 G. REY, Visibilidad y corrupción: los medios en el proceso 8000, Bogotá, 1996.
- 23 N. GARCÍA CANCLINI, Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, México, 1995.
- 24 N. GARCÍA CANCLINI/M. PICCINI, «Culturas de la Ciudad de México símbolos colectivos y usos del espacio urbano» en El consumo cultural en México, Conaculta, 1993.
- 25 A. SILVA, Imaginarios urbanos, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.
- 26 C. MONSIVAIS, Los rituales del caos, Era, México, 1995.
- 27 R. REGUILLO, La construcción simbólica de la ciudad, Iteso, Guadalajara, 1995.
- 28 M. MARGULIS y otros, La cultura de la noche, Espasa, B.A., 1994; C. Monsivais, Escenas de pudor y liviandad, Era, 1989; A. SALAZAR, No nacimos pa' semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín, Cinep, Bogotá, 1990.
- 29 J. MARTÍN-BARBERO (Coord.), «Recepción, uso de medios y consumo cultural», n° 30 Diálogos de la Comunicación, Lima, 1991; M. WILTON DE SOUSA (Org.), Sujeito: o lado oculto do receptor, Brasiliense, Sao Paulo, 1994; G. OROZCO (Coord.), Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva, Univ. Iberoamericana, México, 1994.
- 30 M<sup>a</sup> C. MATA, «Interrogaciones sobre el consumo mediático», en Nueva sociedad, ndeg. 140, Caracas, 1995; M.I. VASALLO de LOPES, «Recepção dos meios, classes, poder e estrutura», en Comunicacao & Sociedade, ndeg. 23, Sao Paulo, 1996.
- 31 N. GARCÍA CANCLINI (Coord.), El consumo cultural en México, Conaculta, México, 1991; S. RAMÍREZ/S. MUÑOZ, Trayectos del consumo, Univalle, Cali, 1995.
- 32 VV.AA., «Etnografía y comunicación», ndeg. 4 monográfico rev. Versión, México, 1994.