

LA Comunicación en El Discurso Histórico: (Re) Pensarla Como Conocimiento.

Communication in The Historic Speech : (Re) Thinking of It as Knowledge.

José David Calderón García¹

jdcalderon@ucienegam.edu.mx

Universidad de Guadalajara

Resumen

La comunicación como conocimiento es lenguaje. Este lenguaje de la comunicación tiene la peculiaridad de ser creado, así, el saber de la comunicación son las narraciones que mediante el lenguaje se hacen del mismo. Dichas narraciones son representaciones en forma de discurso, un texto científico, un discurso histórico. En este trabajo me he planteado pensar la comunicación desde su forma última, como un texto científico (conocimiento) producido por agentes que buscan darle legitimidad a un campo, a partir de la reproducción continua.

Palabras clave: Historia, Comunicación, Lenguaje, Lugar social, Campo.

Abstract

Communication as knowledge is language. This language of communication has the peculiarity of being created, hence, the know-how of communication are narrations through language of the same. Such narrations are representations in a speech, scientific text, and historical lecture forms. In this work I have established to think of communication in its last form, like a scientific text (knowledge) produced by agents who seek out legitimacy in a field, parting from the continuous reproduction.

Keywords: History, communication, language, social place, Field.

Introducción

...somos lenguaje, el lenguaje es más que sangre.

Mihai Nadin

El lenguaje no es únicamente el conjunto de sonidos articulados con que el hombre manifiesta lo que piensa o siente, como versa una definición de diccionario. El lenguaje es una estructura más compleja; es palabra, imagen y sonido; es olor y sabor, es

representación simbólica que permite la acción comunicativa. En suma, es el lazo más fuerte de interacción social.

La comunicación como conocimiento² es lenguaje escrito, este tiene la peculiaridad de ser creado, así, los saberes de la comunicación son las narraciones que mediante el lenguaje escrito se hacen del mismo. Dichas narraciones son representaciones en forma de discurso, un texto científico-académico³, un discurso histórico.⁴

En este trabajo se plantea (re) pensar la comunicación como un texto escrito de cualidades científica e histórica (conocimiento) producido por agentes que buscan darle legitimidad a un campo, a partir de la reproducción continua que deriva en un saber acumulado.

Validar el supuesto y cumplir el objetivo plantea algunas dificultades teórico-metodológicas a saber:

a).- Porque el discurso (científico e histórico) es una producción individual a partir de otras producciones individuales elaboradas en distintos espacios-tiempo. Un discurso a partir de otro (s) discurso (s).

b).- Porque los productores de este discurso (científico e histórico) son objeto de su práctica. El producto es un discurso científico que comunica la comunicación, es decir la estructuración del campo de la comunicación a partir de la comunicación.

¿Cuál sería la alternativa teórico-metodológica para re-pensar la comunicación como conocimiento, es decir como discurso científico e histórico producido por agentes que buscan darle legitimidad a un campo?

Buscando respuesta se atrae un argumento de Eduardo Vizer, quien invita a pensar la comunicación, al hacerlo sugiere entre otras cosas elaborar modelos heurísticos creativos desde perspectivas ontológicas, epistemológicas y axiológicas. Aunque reconoce que es una empresa ambiciosa, tal vez utópica, señala que una metateoría que cubra estas perspectivas será sin duda una contribución favorable para fortalecer el campo (Vizer, 2003)

Atendiendo esta sugerencia, es que se analizan, discuten, comparan, entrecruzan y apropian conceptos elaborados por Pierre Bourdieu (Campo, Habitus) y Michel De Certeau (Discurso histórico, Lugar social) buscando trascender la actitud reflexiva hacia el (re) pensar.

De pensar, y repensar la comunicación

Pensar, es en sí un acto racional exclusivo de la especie humana mientras no se demuestre lo contrario, es decir, ejercitar una facultad reflexiva. La comunicación ha sido pensada de formas distintas desde que nació con pretensiones de ciencia, como disciplina, como campo y como objeto de estudio. Así las cosas, diversos autores invitan a pensarla desde algunos ángulos.

Martín Barbero señala que debemos pensar la comunicación como tarea antropológica, es decir desde la cultura, tomando en cuenta el estado de fragmentación, descentramiento y desterritorialización del campo. Él propone configurar un nuevo mapa que guíe la trama comunicativa de la cultura, una nueva geografía donde la investigación supere el nivel de denuncia y pase a ser el ingrediente renovador de los modelos y las prácticas de la comunicación pública, esto significa un reordenamiento de los modos de pensar la comunicación (Martín Barbero, 2002) Mientras que Vizer sugiere la necesidad de modelos heurísticos basados en la cooperación crítica del conocimiento acumulado, como parte constitutiva de una disciplina exitosa (Vizer, 2003)

Curran en cambio, sugiere repensar la comunicación pero partiendo del estudio de los medios masivos (Curran, 1998) En la misma dirección Gumucio insinúa una idea equivalente cuando pone en evidencia la emergencia de los medios alternativos y la posibilidades que tienen de romper con la unidireccionalidad y asimetría entre los medios masivos y la sociedad (Gumucio, 2004).

La comunicación puede ser (re) pensada. Quizás en el sentido que decía Wallerstein en otro contexto pero adaptado a esta discusión. Cuando nuevas evidencias importantes socavan viejas teorías y las predicciones no se cumplen, nos vemos obligados a repensar nuestras premisas (Wallerstein, 1998: 3)

Un buen punto de partida es la propuesta de Vizer, quien formula que la comunicación tiene dos objetos claros: el lenguaje y los medios, en este momento interesa el lenguaje escrito, es decir, la comunicación como conocimiento. Entonces es necesario aclarar oscuridades que el concepto encierre en sí mismo, y en su significado, si se quiere semántico. ¿Qué es la comunicación?

Tamaño problema.

Un concepto en definitiva, en la medida en que condensa una experiencia histórica, articula redes semánticas, lo que le confiere un carácter inevitablemente plurívoco (Koselleck, 2001) y aunque ningún diccionario, ninguna filología, ninguna gramática puede integralmente dar cuenta de la variedad, la riqueza, la grandeza y la vitalidad de un sola palabra (Juarroz, 2003) se puede ofrecer un significado partiendo por ejemplo, de las pertinentes aportaciones que Pasquali realiza.

La propuesta se basa en una refundación semántica de dos conceptos que se usan indistintamente como sinónimos pero que son dos cosas distintas: Comunicación e Información. Respecto al primero, afirma que es un término rescatado ante el advenimiento de los medios masivos como el teléfono, telégrafo, fonógrafo, etc. En cuanto al segundo, es un término que tiene sus orígenes más remotos en la época clásica, destinado a connotar la imposición de una idea o un principio y que en épocas recientes ha sido adoptada por el periodismo como uno de sus hijos más predilectos. La diferencia entre ambos es que información es más imperfecta que comunicación, dicha noción ya de por sí limitativa y desocializante respecto del de comunicación recibe una limitación al reducirse a un mero acceso a mensajes ajenos, amputándola de su mitad participativa, creadora y emisora de mensajes propios (Pasquali, 2005: 37-45)

Enrique Sánchez menciona al respecto citando a Prieto y Blanco:

La comunicación es un proceso fundamental, “esencial” de las sociedades humanas. Cuando de comunicación humana hablamos, nos referimos al proceso de producción de sentido mediante el intercambio de señales y mensajes entre sujetos humanos [...] Los mensajes consisten en señales codificadas sobre materias significantes diversas, como el lenguaje (hablado, en un nivel de codificación, escrito, en otro nivel). Los mensajes significan a partir de convenciones históricas y culturalmente generadas, por medio de las cuales producimos sentido, más o menos en común, lo cual permite la comunicación humana (Sánchez, 2005: 17)

(Re) pensar la comunicación como conocimiento, es analizarla y reflexionarla como lenguaje humano, y como lenguaje escrito, es decir, como una práctica humana. Pues representa una alternativa teórico-metodológica para conocer el proceso de estructuración y configuración de un campo científico a partir de la elaboración de un discurso que es científico y es histórico.

La comunicación como discurso histórico. Configuración del campo de la comunicación a partir de la comunicación

La comunicación no es una ciencia. Es un objeto de estudio.

Tampoco es una disciplina, por lo menos en el sentido fuerte que denota sinonimia de disciplina con ciencia, aunque incluye los dominios humanísticos. La comunicación es (o debería ser) un objeto privilegiado de prácticamente todas las ciencias y disciplinas sociales o humanas [...] no hay disciplina pero si hay campo en el sentido de Bourdieu.

Enrique Sánchez Ruiz.

Hablar de la comunicación como discurso histórico significa ofrecer una reflexión teórica de cómo se lleva a cabo el proceso de producción del discurso, a partir de qué elementos se construye, y qué características formales tiene el lugar donde se genera. La investigación social es una práctica y su resultado un discurso, que es científico y es histórico, porque quien lo construye, lo hace a partir de uno que no es el suyo basado en reglas y procedimientos lógicoracionales, y es objeto de su misma práctica. Es una marca indeleble que pocas veces nos detenemos a meditar.

¿Cómo se construye el campo? El referente teórico obligado para hablar de campo es Pierre Bourdieu, ya que su propuesta es suficientemente operativa para conceptualizar el campo de la comunicación. Algunos estudios sobre comunicación acuden a estos supuestos Fuentes (2004), Ramírez (2004), De la Torre (2004), Vasallo de López (1999). En este trabajo se recurrió también a Bourdieu con la intención de comparar y entrecruzar conceptos con Michel De Certeau para explicar de una manera alternativa, cómo los investigadores construyen y estructuran el campo de la comunicación a partir de la comunicación.

Bourdieu y las nociones de campo y habitus

Según Bourdieu el mundo social se estructura en campos, constituidos a partir de la relación entre diversos agentes e instituciones. Descartando la idea de “interacciones” o vínculos intersubjetivos sostiene que la acción social se fundamenta en las relaciones objetivas que existen entre dichos agentes, independientemente de la conciencia y voluntad individuales, en dichas relaciones se fundamenta su definición de campo (Bourdieu, 1995)

En términos analíticos, un campo puede definirse como una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean agentes o instituciones por su situación (situs) actual y poder (o de capital) –cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo- y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones (dominación, subordinación, homología) (Bourdieu, 1995: 65)

En la comunicación hay un campo,⁵ un campo donde se llevan a cabo esas relaciones entre agentes e instituciones, los agentes son los productores y reproductores del conocimiento científico en este caso los estudiosos de la comunicación. Las instituciones también cumplen la función de agente pero en una dimensión más amplia ya que escapa a la individualidad del estudioso de la comunicación, las instituciones pueden ser entre otras la familia, el Estado, y la Universidad, etc. Bourdieu también enfatiza que dichos agentes son poseedores de un capital, es decir, el conocimiento que dichos agentes producen y reproducen, y esto les confiere poder, ya que una especie de capital es el factor eficiente en un campo dado, como arma y como apuesta; permite a su poseedor ejercer un poder, una influencia, por tanto, existir en un determinado campo (Bourdieu, 1995: 65).

Hasta aquí tenemos dos cosas claras: el campo es un espacio científico al menos para la comunicación, pero en la misma medida es un espacio político donde las relaciones de poder se sostienen en la competencia entre los agentes poseedores de capital cultural (conocimiento) es pues un campo de fuerzas, o en palabras de Bourdieu un campo de juego.

En todo momento, el estado de las relaciones de fuerza entre los jugadores [agentes] es lo que define la estructura del campo: podemos imaginar que cada jugador tiene, frente sí, pilas de fichas de diferentes colores [la parcelación disciplinar sostenida en identidades diferenciadas por los objetos de estudio: historiadores, antropólogos, sociólogos, etc.] correspondientes a las diferentes especies de capital que posee, de manera que su fuerza relativa en el juego, su posición en el espacio de juego y, asimismo, sus estrategias de juego, sus jugadas, más o menos arriesgadas, más o menos prudentes, más o menos subversivas o conservadoras, dependen del volumen global de sus fichas y de la estructura de las pilas de fichas, al mismo tiempo que del volumen global de la estructura del capital. (Bourdieu, 1995: 65)

Los agentes determinan el devenir del campo dependiendo del capital cultural (científico) que posean y el poder que les confiera, ya que los agentes poseen un doble carácter al posicionarse en el interior del campo: son científicos y políticos. Como científicos construyen teorías y metodologías (producen y reproducen conocimiento) y como políticos las conservan, y las subvierten.

Surge una duda ¿Cuáles son los límites de cada campo? La respuesta estriba en el tipo de capital científico que posean entre sus pares, el tipo de discurso científico (histórico) que producen en torno a la estructuración del campo al que pertenece y por el cual apuestan todas sus fichas.

Otro de los conceptos centrales de la propuesta teórica de Bourdieu es, el concepto de habitus, ya que está intrínsecamente ligado al de campo. Al respecto nos dice que habitus: es un sistema socialmente construido de disposiciones estructuradas y estructurantes, adquiridos mediante la práctica y siempre orientada a funciones prácticas (Bourdieu, 1995: 83) es importante tomarlo en cuenta porque:

La relación entre el habitus y el campo es, ante todo, una relación de condicionamiento: el campo estructura el habitus, que es producto de la necesidad inmanente de este campo o de un conjunto de campos más o menos concordantes; las discordancias pueden ser el origen de habitus divididos, incluso desgarrados [...] el habitus contribuye a constituir el campo como mundo significativo, dotado de sentido y valía, donde vale la pena desplegar las propias energías (Bourdieu, 1995: 88)

Con la anterior idea se puede inferir que existe una relación dialógica entre el habitus-campohabitus. Entonces si quisiera examinar la estructuración del campo se deberá analizar los habitus de los agentes, los diferentes sistemas de disposiciones que éstos adquirieron mediante la interiorización de un tipo determinado de condiciones sociales y económicas, y que encuentran en una trayectoria definida dentro del campo considerado, una oportunidad más o menos favorable de actualizarse (Bourdieu, 1995: 70)

De Certeau y la noción de discurso histórico y lugar social.

Michel de Certeau, científico social francés ¿historiador? que escapa a los encasillamientos disciplinares que impone la academia, sugiere una interesante reflexión en torno a la práctica científica, particularmente se refiere a la escritura de la historia.

En uno de los capítulos del libro *La escritura de la historia* nos ofrece una explicación de cómo se realiza lo que él denomina la operación historiográfica (producir un discurso histórico) Parte de una serie de cuestionamientos auto-reflexivos: ¿qué fabrica el historiador, cuando hace historia? ¿En qué trabaja? ¿Qué produce? ¿De qué se trata este oficio? (De Certeau, 1993) Al hacerse estas preguntas se da cuenta de que existe una marca indeleble, la particularidad del lugar desde donde él habla. Hablar es decir, decir es escenificar, plasmar textualmente un discurso, producir un discurso.

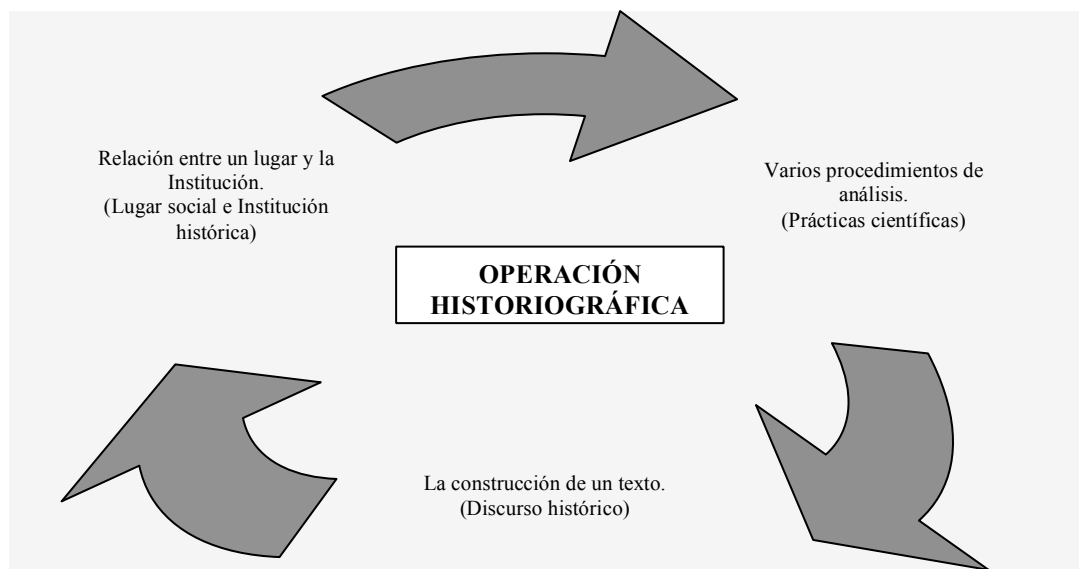
De Certeau, nos recuerda que Marx decía: producir es una práctica. Para vivir es necesario ante todo, beber, comer, construir donde habitar etc. Para satisfacer estas necesidades vitales el ser humano necesita producir. De la misma forma al escribir historia el historiador se convierte en productor, en este caso de un discurso. El “producto” es un discurso y es necesariamente histórico, no por ser elaborado por historiadores, sino por ser una forma de lenguaje escrito condicionado por el lugar social de quien lo produce en un espacio y tiempo determinado.

Siguiendo los consejos de Marx, De Certeau señala: en economía, cuando producimos acumulamos trabajo y generamos capital; de igual forma, el discurso es una forma de capital⁶ producido a partir de una operación historiográfica (Trabajo). El trabajo es pues una actividad técnica destinada a producir, “operar” es trabajar. El historiador realiza un trabajo bajo la forma de operación y produce un discurso, pero el trabajo no concluye ahí ya que resta lo más importante, analizar la relación entre el producto, el productor, y el lugar de producción.

Es aquí donde surge la noción de lugar social concepto que ayuda a dilucidar cómo se construye el discurso histórico. ¿Por qué interesa el lugar de producción? Porque es una marca indeleble que representa la particularidad del lugar desde donde habla el productor de ese discurso, ya que estará configurado en relación con ese lugar.

Entonces el lugar social⁷ es el lugar de producción socioeconómica, política y cultural, pero sobre todo el espacio relacionado con una institución histórica (La familia, el Estado, La Universidad), con un saber acumulado y el uso de técnicas y herramientas específicas (prácticas científicas) el discurso producido está condicionado por el lugar social en relación con la institución histórica. (De Certeau, 1993) Ver figura 1.

Figura 1.



Resumiendo. La operación historiográfica se refiere a la combinación de un lugar social de prácticas científicas y de una escritura. Toda operación historiográfica se enlaza con un lugar de producción socioeconómica, política y cultural, y en ese sentido el discurso histórico producido en torno a la construcción del campo de la comunicación está

configurado por el lugar social de los productores de ese discurso (los estudiosos de la comunicación)

Comunicar la estructuración del campo de la comunicación. Apuntes metodológicos para (des) armar

Se ha señalado que se explicará cómo se ha estructurado el campo de la comunicación a partir de la comunicación, es decir, a partir del discurso científico (histórico) producido. Es momento de hacerlo a partir de referencias empíricas.

Las referencias para este ejercicio pueden ser tomadas de estudios ya realizados, por ejemplo aquellos que realizan sistematizaciones documentales como lo son los trabajos de Fuentes (1998, 2003a, 2003b, 2005a, 2005b, 2008) donde realiza una voluminosa sistematización documental de la producción de discurso histórico sobre la comunicación en México durante los últimos cincuenta años. El trabajo de Mattelart y Mattelart (1997), puede ser otra referencia, al ofrecer un extraordinario esfuerzo de erudición histórica mostrando lo que él considera como una “historia de las teorías de la comunicación”.

El volumen de estas obras, sobre todo la de Fuentes, plantea algunos desafíos metodológicos, para caracterizar el lugar social de los distintos agentes que han contribuido con sus discursos histórico-científicos a la edificación del campo. Sin embargo las opciones se pueden diversificar e incluso simplificar si tomamos como punto de partida un orden cronológico-espacial, y de ahí subdividir a corrientes epistemológicas, escuelas de pensamiento, entornos institucionales, campos académicos, hasta llegar al espacio individual donde el agente se pregunta ¿Qué produce el comunicólogo cuando escribe sobre comunicación?

Un segundo paso es descartar la producción que no cumpla con el carácter científico-académico. Es decir lo que no represente un aporte, en calidad de capital cultural, por no efectuar el procedimiento convencional de generación de conocimiento: argumentos lógicos a partir de razonamientos y pruebas. Una aportación al campo debe estar fundado en argumentos de cualidad científica (episteme) y no meramente opinativas (doxa) para de esta forma cumplir un status marcado por los cánones académicos.

Se pueden rastrear otras evidencias empíricas, a un nivel quizás más micro. El estudio bibliométrico realizado por Ramírez es muy útil y fértil, ya que en él analiza de manera cuantitativa los artículos producidos (discurso científico-histórico) al interior de tres revistas académicas Comunicación y Sociedad, editada por la Universidad de Guadalajara; Estudios sobre las Culturas Contemporáneas editada por la Universidad de Colima; y Versión. Estudios de Comunicación y Política editada por la UAM. (Ramírez, 2004)

El lugar social de los agentes productores estará configurado en dos sentidos con los datos que aporta este estudio:

1. El discurso que producen está configurado en relación a la institución histórica (la universidad a la que pertenecen, y de la que provienen)
2. Su discurso está construido a partir de sus referentes teóricos (el análisis de las citas que realiza Ramírez es muy conveniente)

El lugar social de los agentes productores está configurado por el modelo hegemónico norteamericano y europeo como lo revela el estudio de Ramírez al encontrar que “en términos generales se detecta un predominio de citas a autores y obras europeas, por ejemplo la obra de los franceses Pierre Bourdieu, y Michel De Certeau, del inglés Anthony Giddens, y del Alemán Jürgen Habermas, (Ramírez, 2004: 75)

Tal como nos recuerda Fuentes, la única alternativa al menos en América Latina es la formación de agentes académicos (posgrados) para producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido, ya que serviría para ganar terreno a la legitimación del campo, ganando autonomía y poder que podrá generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo. La profesionalización es indispensable ante la realidad educativa en general en América Latina, y las condiciones particulares de los estudiantes de comunicación en nuestro país (Fuentes, 2003a)

Entonces el posgrado es el lugar estratégico donde se hace más visible el lugar social de los agentes en formación, es el espacio donde se les puede dotar de un capital que le de mayor legitimidad al campo ya que este puede ser hecho a la medida de las necesidades del campo, es decir puede ser modelado por los agentes más avanzados a partir de las experiencias de su propio lugar social, no como chauvinismo disciplinar, sino como agentes constructores de un campo.

Veamos como está configurado el lugar social de los agentes formados en el campo de la comunicación a partir del estudio que realiza De la Torre a través del análisis de las tesis (discurso histórico, científico) producidas en tres programas de maestría mexicanos.

En su análisis incluye tres programas de posgrado ofertados por tres instituciones educativas mexicanas, UNAM, UIA, ITESM. En su análisis realizado a las tesis producidas en estos tres programas encuentra los siguientes resultados:

1. Predominan los estudios sobre medios: (televisión, prensa e Internet)
2. Predominan los estudios empíricos
3. Predomina la metodología del análisis de contenido.
4. Tendencia a la formación de docentes y de especialistas en comunicación, que a la formación de investigadores.

5. Este puede ser el hallazgo más desconcertante: muchas de las tesis terminan siendo un trabajo pobremente fundamentado, o un proceso comunicativo inconsistente con su propio marco metodológico. (De la Torre, 2004)

Con los resultados preliminares que ofrece De la Torre se puede concluir que el lugar social de estos agentes está configurado indudablemente a partir de la institución histórica (la universidad en la que están formados: planta de profesores, tutores, asesores, referencias teóricometodológicas) y evidencia que el discurso que producen exhibe dificultades y no representa un aporte sustantivo a la configuración del campo, ya que su capital cultural en el sentido Bourdiano es reducido. Entonces, la configuración del campo tiene que necesariamente poner atención en el

lugar social de los agentes que está formando, ya que de eso dependerá la solidez de la estructura de un campo que está configurándose.

A manera de conclusión. ¡La comunicación como conocimiento es un discurso!

¿Por qué atraer a Michel De Certeau y Pierre Bourdieu a una discusión donde se sugiere (re) pensar la comunicación? Porque la comunicación como conocimiento es un discurso histórico, o mejor dicho en su forma última es un discurso producido a partir de varios discursos condicionado por el lugar social del productor del mismo, además de que al mismo tiempo es una forma de comunicar la comunicación.

El campo académico de la comunicación está siendo estructurado a partir de la comunicación, a través de la reproducción crítica de discursos históricos, pero no es una mera comparecencia o

acumulación arbitraria, sino una competencia lúdica en sentido Bourdeauiano donde los agentes configurados por su “lugar social” reúnen sus pilas de fichas (capital científico) y le dan sentido al campo, es decir producen discurso científico que le da legitimidad al campo.

Ahora vale preguntarse: ¿Es válido reducir al lenguaje (escrito) esta forma de acceder y construir la realidad social? Se puede criticar el pretender que todo es lenguaje, pero como negar que el discurso histórico, todo él, es lenguaje escrito.

¿Para que sirve (re) pensar la comunicación, como conocimiento? El campo de la comunicación está configurándose a través del lenguaje escrito, no de manera única y determinista, sino como una pieza más de la estructura en edificación. Reflexionar sobre nuestra propia práctica es una forma de contribuir, si se quiere, ontológicamente a la estructuración del campo, al reflexionar desde el lugar social de quien escribe este discurso, sobre un campo en edificación.

En el fondo, este trabajo es un esfuerzo por romper con el mediocentrismo y despertar un interés teórico en un campo que no agota sus posibilidades, pues habrá que entender que la comunicación no es exclusiva de los medios y que la cooperación teórica interdisciplinaria puede fortalecer el campo de la comunicación. Sin embargo la afirmación

pende de una paradoja, ya que el medio no deja de estar presente (revistas, tesis, etc.) La comunicación está abierta y en movimiento.

Bibliografía

Bourdieu, P., Wacquant, L. (1995) *Respuestas por una antropología reflexiva*, México: Grijalbo.

Bourdieu, P. (1988) *Cosas dichas*, Barcelona: Gedisa.

Curran, J. (1998): “Repensar la comunicación de masas”, Curran, Morley y Walkerdine (Comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (1996). Barcelona: Paidós. Pp.187-254.

De Certeau, M. (1993) *La escritura de la historia*, México, UIA.

De la Torre, G. (2004): La reproducción del campo académico de la co-municación en México: un análisis de las tesis de maestría (1996-2000). en FUENTES (Coord.), *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO, pp.85-127.

Fuentes, R. (1998): La investigación académica de la comunicación en México: notas para un balance reflexivo, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* Época II, Vol. IV., No. 8. Coima: Programa Cultura Universidad de Colima, pp.35-59.

Fuentes, R. (2003a): “La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación”, en Vassallo de López (Coordinadora), *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Loyola. Pp.15-

40.

Fuentes, R. (2003b) *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*, Guadalajara: ITESO.

Fuentes, R. (2005a): “El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo”, en Lozano, J. (Ed.), *La Comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*. México: CONEICC/ ITESM, Pp.29-63.

Fuentes, R. (2005b): “La configuración de la oferta nacional de estudios superiores en Comunicación. Reflexiones analíticas y contextuales”, en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación XII*, México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp.15-40.

Fuentes, R. (2008) *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones*, Guadalajara: ITESO.

- Gumucio, A. (2004): "The Long and Winding Road of Alternative Media", DOWNING (ed.) *The SAGE Handbook of Media Studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, pp.41-64.
- Juarroz, R. (2005) *Algunas ideas sobre el lenguaje de la transdisciplinariedad* en (recuperado en mayo de 2005) www.complejidad.org.
- Koselleck, R. (1993) *Historia conceptual e historia social. Para una semántica de los tiempos históricos*, Barcelona: Paidós.
- Martín Barbero, J. (2002): "Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar", en *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Norma (Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación No. 18), Pp.79-120.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Pasquali, A. (2005): "Breve glosario razonado de la comunicación y la información" (2003), *18 Ensayos sobre Comunicaciones*. Caracas: Debate, Pp.27-68.
- Ramírez, K. (2004): "Destellos de la Comunicación: la disseminación de conocimiento a través de las publicaciones académicas", en Fuentes, R. (Coord.), *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO, Pp.47-84.
- Sánchez, E. (2005) *Medios de Comunicación y democracia* Bogotá, Grupo editorial NORMA
- Sánchez, E. (2002): "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda", *Diálogos de la Comunicación* No. 64. Lima: FELAFACS, pp.24-36.
- Vizer, E. (2003): "Pensar la comunicación", *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía ediciones, pp.103-158.
- Wallerstein, I. (1998) *Impensar las ciencias sociales*, México: Siglo XXI.

Notas

¹ Licenciado en Historia y Maestro en Comunicación por la Universidad de Guadalajara. Coordinador del libro "Voces de la República: un recorrido de 200 años por la historia de México (2010). Autor del libro: "La comunicación política de los opinadores. Una propuesta metodológica para el análisis de la prensa de opinion en México (2012); Premio Nacional de trabajos recepcionales CONEICC (2010).

² Conocimiento es entendido como el resultado epistémico de un procedimiento científico con reglas y procedimientos lógico-rationales.

³ Discurso estructurado mediante el lenguaje escrito con un argumento lógico y coherente, cuyo principio básico es la demostración a través de razonamientos válidos. En adelante cuando

se hable de discurso científico se entenderá que se refiere a la producción académica dentro del campo de la comunicación.

⁴ ¿Qué es un discurso histórico? Es la representación narrativa (a través del lenguaje escrito) de objetos y símbolos en un tiempo y espacio determinados. En palabras de Michel De Certeau es el resultado de una práctica científica a partir de la relación entre un lugar social, varios procedimientos de análisis y la construcción de un texto. (De Certeau, 1993)

⁵ En adelante cada vez que se refiera a la noción de campo propuesta por Bourdieu, debe entenderse que se refiere al campo de la comunicación. ⁶ Debemos recordar que Bourdieu utiliza la metáfora de las “pilas de fichas” como una forma de capital que les otorga poder a los agentes del campo, de la misma forma el capital de los agentes será el discurso que producen, en el sentido de De Certeau.

⁷ La noción de “lugar social” podría estar emparentada con la de *habitus*, para este análisis prefiero utilizar el primero por considerarlo más funcional con la reflexión teórica que estoy presentando.