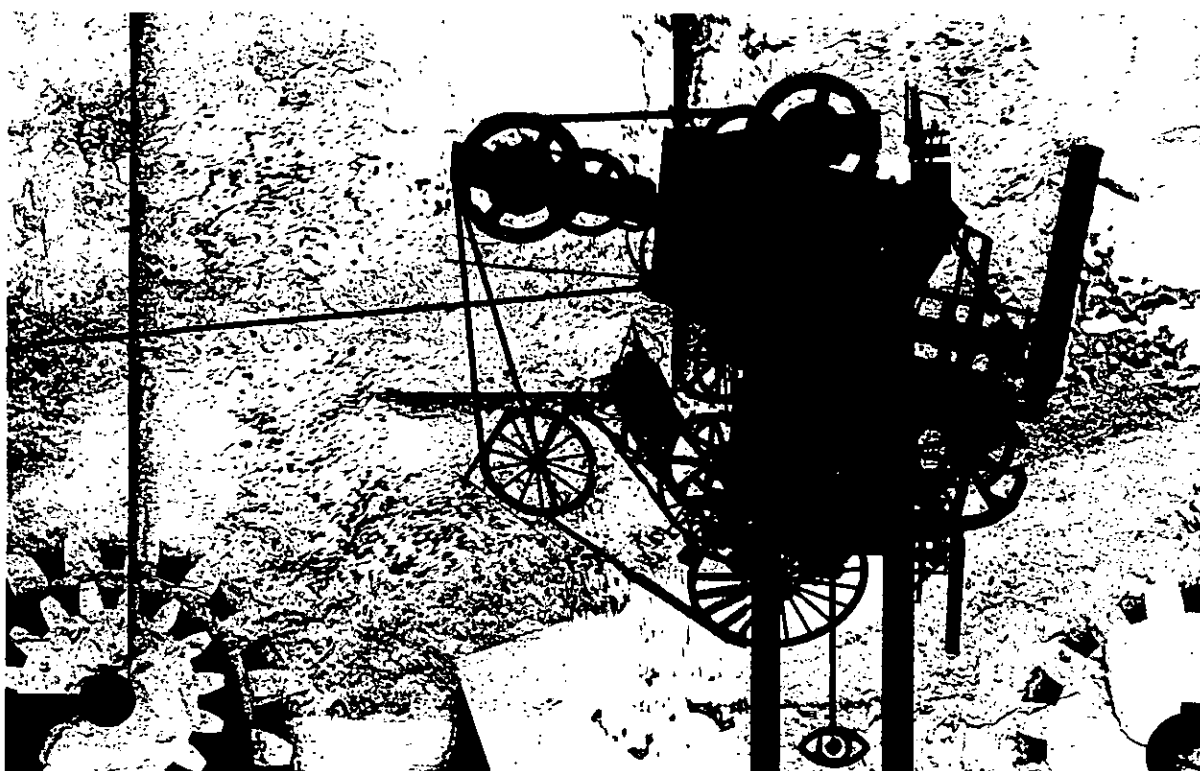


Institucionalidad e industrias de la comunicación en la modernidad



En el estudio de las diferentes industrias de la comunicación se puede identificar un aspecto central, que es común denominador de todas ellas, y que se permite nombrar bajo el concepto de *institucionalidad*. Esa cualidad de institucionalidad es la que ha cristalizado la función que la comunicación ha cumplido en los diferentes fenómenos de la modernidad, entendiendo esta última como el proceso histórico occidental que ya ajusta cinco siglos de haberse iniciado; proceso que, en su forma integral, debe sus desarrollos al progreso de la comunicación, no tanto por su carácter tecnológi-

.....
* Profesor del Departamento de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Correo electrónico: dvalenci@javeriana.edu.co. Este artículo es producto del seminario de profesores denominado *Comunicación y Modernidad*, que se viene realizando en el Departamento de Comunicación.

co como por la *enculturización* modernizadora en todas las áreas de la sociedad. Esto exige que se plantee la necesidad de observar los medios de comunicación, por una parte, como formas de lenguaje para los intercambios simbólicos y, por otra parte, dentro de la lógica de producción, es decir, los medios como unidades insertas en la economía de mercado desde el momento en que se conforman como industrias y como agentes culturales y políticos.

John B. Thompson¹ afirma que las ciencias sociales, que se presentaron en otro tiempo como disciplinas humanísticas, miraron de soslayo el papel cumplido por los medios de comunicación masiva en los fenómenos históricos y sociales de la modernidad. Por ejemplo, la mirada que la mayoría de los historiadores tienen de la modernidad ha estado alejada de los procesos de comunicación; cuando esa mirada se ocupa de los medios, suele reducir su relato a la descripción gélida de descubrimientos, inventos y avances tecnológicos, en una forma descontextualizada de los demás transcurros históricos.

Superar tan estrecha visión, demanda ocuparse del tema desde las fuentes sociológicas del fenómeno comunicacional, deteniéndose en la forma como la modernidad logra consolidar sus creaciones centrales a partir de una racionalidad que cobra rostro en las instituciones, a través de las cuales va conformando la visión *holística* que la caracteriza. En ese orden, Manuel Martín Serrano² plantea el concepto de «Sistema de Comunicaciones» cuando se refiere a la forma especializada como las sociedades modernas han organizado la obtención, el procesamiento y la distribución de la información masiva, en tanto han encargado dicha tarea a los «agentes de comunicación», en este caso los *mass media*, para garantizar la reproducción de la

.....

1 Thompson, John, *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

2 Martín Serrano, Manuel, *La producción social de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 1986.

3 North, Douglass, *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993.

4 Berger, Peter y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1999.

sociedad y para introducir los cambios, cuando estos se hacen necesarios.

Se puede correr el riesgo de caer en un sesgo conceptual, pero cuando la comunicación social y su estudio se asumen atendiendo las anotaciones de Thompson y Martín Serrano, no se deja de pensar que aquella viene a ser un campo estratégico de estudios para el avance de la investigación de las demás ciencias, incluyendo las llamadas naturales o exactas. Háblese, por ejemplo, acerca de los resultados del estudio del genoma humano, y de cuánto de este avance de las ciencias naturales se debe a la comunicación. Fácil, y a la mano, poder establecer y medir el aporte de la biología, la química, la física y las ciencias médicas a este descubrimiento, pero está por verse lo que puso la comunicación en tan arduo y dispendioso trabajo. Una respuesta ligera se reduciría a medir eso en términos de aparatos y de medios electrónicos, ignorando los cambios ocurridos en las interacciones humanas que, de lado a lado, determinaron el proceso y los posteriores resultados.

Desde dónde y cómo entender lo institucional

La tarea de hombres y mujeres de subsistir, reproducirse y proyectarse en el tiempo y el espacio, da testimonio de actividades y creaciones humanas que se instalan por fuera del reino animal donde los humanos han aparecido. Frecuentemente el encuentro entre humanos lo atraviesa la contingencia, el alto riesgo de arbitrariedad y el voluntarismo en el desarrollo de las actividades conjuntas. No obstante, el encuentro impone y posibilita establecer reglas de juego que den forma a la interacción humana, a partir de lo cual surgen las instituciones. Para este escrito se tomará el concepto de institucionalidad que expone Douglass North en su obra *Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico*³, y, a la vez, la definición que de este término dan P. Berger y T. Luckmann en su libro *La Construcción Social de la Realidad*⁴.

North diferencia las instituciones de los organismos y de las organizaciones, pero reconoce que

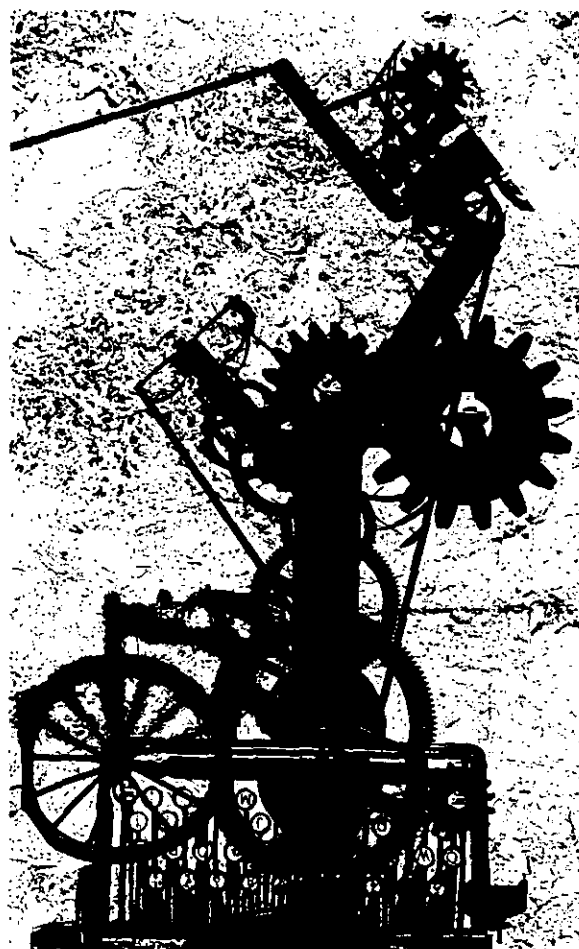
unos y otras se desprenden de las formaciones institucionales, por ello afirma que las instituciones son formales o informales, y evolucionan a lo largo del tiempo como evoluciona el derecho consuetudinario. Las instituciones reducen la incertidumbre en la sociedad porque proporcionan una estructura a la vida diaria; North coincide con Berger y Luckmann, quienes anotan que el orden social, que surge de la interacción entre seres racionales, es una producción humana constante:

*Así como es imposible que el hombre se desarrolle como tal en el aislamiento, también es imposible que el hombre aislado produzca un ambiente humano. El ser humano solitario es ser a nivel animal (lo cual comparte, por supuesto, con otros animales). Tan pronto como se observan fenómenos específicamente humanos, se entra en el dominio de lo social. La humanidad específica del hombre y su socialidad están entrelazadas íntimamente. El *homo sapiens* es siempre, y en la misma medida, *homo socius*⁵.*

Las reglas de juego, a partir de las cuales se da vida a las instituciones, persiguen fundar una estructura estable (pero no necesariamente eficiente), y es desde esta perspectiva que North diferencia las organizaciones de las instituciones, nombrando a las primeras como los cuerpos mediante los cuales se van modelando las reglas con las cuales el juego se desarrollará. Los cuerpos, dice North,

...son grupos de individuos enlazados por alguna identidad común hacia ciertos objetivos. Modelar los organismos es analizar las estructuras de gobernación y las capacidades, y la forma de aprender haciendo determinará el éxito de la organización a lo largo del tiempo. Qué organismos cobren vida y cómo evolucionen son hechos determinados fundamentalmente por el marco institucional. A su vez, ellos influyen en la forma en que evoluciona el marco institucional⁶.

Los *mass media*, y el sistema que conforman, al tiempo que son industrias y empresas organizadas en consonancia con regulaciones jurídicas y administrativas y, como tal, son los cuerpos desde donde se modela el sistema informativo, también son instituciones, es decir, creaciones humanas especializadas para romper con la incertidumbre del manejo de la información; tal institucionalidad afecta el desempeño de los procesos de información y comunicación, así como las lógicas, los cos-



tos y los contenidos, determinando la obtención, el proceso y la distribución de los mensajes y los relatos que circulan por los medios. Cuando se habla de institucionalidad de la información es en referencia a la comunicación pública, aquella actividad colectiva destinada a proveer la información necesaria para la reproducción del grupo, como también un modo social de comunicación que se ha desprendido de la organización del parentesco, según los planteamientos teóricos de Martín Serrano⁷.

La institucionalidad de la comunicación y la información tiene el rasgo de la correspondiente especialización de las funciones comunicativas que

.....
5 Ídem, p. 72.

6 North, Op. cit., p. 15.

7 Martín Serrano, Op. cit., p. 72.

están diferenciadas de los demás cauces de interacción que existen en el seno de cada sociedad. A partir de esa especialización se desprende la legitimidad y la credibilidad que el grupo social le reconoce a un modo sistemático de adquirir, procesar y distribuir los relatos que conciernen a los intereses colectivos. Martín Serrano anota que cada grupo social concede la institucionalización de la comunicación sin perjuicio de que se constituya sobre la base material y formal de organizaciones que satisfacen necesidades privativas de determinados grupos, en este caso quienes poseen los medios de producción de la información⁸.

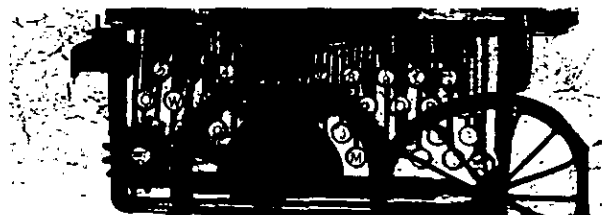
Así como se afirma, más arriba, que la estructura que conforma la institucionalidad de la comunicación, para reducir la contingencia, es estable pero no necesariamente eficiente, es importante aclarar que la estabilidad no contradice, de ningún modo, el hecho de que las instituciones estén cambiando permanentemente. Esa evolución se produce en medio de limitaciones formales e informales; dentro de las primeras se localizan las regulaciones que son códigos, leyes, constituciones y normas las cuales dependen de decisiones jurídicas o políticas. Por su parte, las limitaciones informales están encajadas en costumbres, tradiciones y códigos de conducta, limitaciones que hunden sus raíces en la cultura y, por ende, resultan mucho más resistentes o impenetrables a las políticas deliberadas.

Surgiendo, como surgen, de los acuerdos, las instituciones responden a las demandas que la interacción humana va determinando en el decurso de las sociedades, demandas que van señalando la determinación de las oportunidades. Por esta razón North localiza las instituciones en la espiral de las voluntades colectivas, las cuales se encargan de darle vida a los organismos y a las organizaciones, creando cuerpos para aprovechar las oportunidades. Dichas determinaciones van y vienen, aparecen y desaparecen en el terreno de las relaciones de poder; configuran complejos procesos en los campos de la política, la economía o la cultura; y hacen

posible que las organizaciones se formen o se disuelvan como resultado de la confluencia de voluntades expresas en la institucionalidad que busca autoridad, control social y creación cultural.

En el proceso de conformación de la institucionalización mediática se pueden observar tres aspectos centrales: los dos primeros tienen que ver con el contexto social en el cual se ubica el desarrollo de los medios de comunicación, esto es, en el campo de los fenómenos políticos que caracterizan la modernidad, lo mismo que en la evolución de las fuerzas del mercado en el capitalismo y su relación con los procesos sociales de la comunicación. El tercero es el carácter institucional, es decir, la organización que han alcanzado los medios de comunicación hasta conseguir ubicarse entre las más importantes instituciones ocupadas de la valoración de las formas simbólicas, y entre las que con más probabilidad afectan la vida diaria de la mayoría de los individuos.

Este proceso se observa en la compleja red que hasta hoy han tejido las industrias de la comunicación, un ovillo cuya punta puede localizarse en los pioneros de las artes gráficas que adquirieron las primeras imprentas en siglo XV, y que dieron origen las empresas editoriales e impulsaron la conformación de lo que luego serían los grandes emporios de la información, los cuales hoy constituyen los símbolos más representativos del imaginario nacional e internacional, local y global: *CNN*, *NBC*, *BBC World*, *New York Times*, *Le Monde*, *Cartoon Network*, *Columbian Pictures*, *Mc Graw Hill*, *EMI*, *Sony* y *Bell South*, entre otros, que más que siglas de empresas informativas simbolizan la tupida red que da cuenta del proceso de globalización económica, de la transnacionalización de la cultura y de la universalización del lenguaje, con los avances que este fenómeno conlleva pero también con los riesgos y arbitrariedades que representa.



8 Véase Martín Serrano, Op. cit.

El terreno político de la institucionalidad mediática

El fenómeno político más destacado de la modernidad es la consolidación del Estado Moderno Liberal, fundado sobre las bases del contrato social, del cual hacen parte los miembros de la sociedad donde se erige un Estado. Para el caso, Thompson señala, basándose en los estudios de Max Weber, que el poder político procede de la actividad de coordinar a los individuos y regular los patrones de su interacción, teniendo al Estado como la institución mejor elaborada para cumplir esta función. En este orden, el Estado dispone de dos formas de poder: la primera el poder coercitivo, llegando inclusive al uso legítimo de la violencia, como le describe Weber, y la segunda, el poder simbólico. Este último, tanto el Estado como la sociedad misma, lo tienen y acuden a él tanto para difundir la autoridad del aparato estatal, como para cumplir las actividades de producción, transmisión y recepción de formas simbólicas significativas, o aquello que Martín Serrano denomina proceso de enculturización.

Siguiendo a Dominique Wolton⁹, la modernidad es un proceso histórico al que desde sus inicios le caracteriza una lógica de apertura de las fronteras mentales y culturales, una salida al encuentro del *otro*, mediante la comunicación como práctica de construcción social, que va inserta en las diversas formas de organización política u organización de las relaciones de poder. Wolton atribuye a la modernidad, y a las aperturas que conlleva, la condición para que emerjan el individuo, el mercado y la política, en términos de la libertad y la democracia. Es sobre los acuerdos de la democracia, es decir, los desarrollos institucionales — los cuales consagran derechos, garantías y libertades públicas que van desde la libertad de pensamiento hasta la libre asociación, pasando por la libertad de expresión—, que la modernidad fundó las lógicas de la apertura de mundos e individuos en las cuales, afirma Wolton, la comunicación cumplió el papel de artesano: «Ésta (hablando de la modernidad como mutación) no se hizo sin violencias ni guerras, pero no habría ocurrido

si previamente, del lado de las categorías mentales y de las representaciones del mundo, no se hubiera producido esta revolución cuyo objetivo era organizar las *relaciones con el otro*»¹⁰.

En el campo político de la institucionalidad mediática se pueden observar dos frentes que Wolton identifica como una doble hélice de la comunicación. El primero se ocupa de la comunicación normativa, no como imperativo sino como ideal, en tanto vehiculiza los fines del sujeto en la búsqueda de su afirmación individual desarrollando el derecho de expresión, al cual se agrega, en las constituciones modernas, la libertad de información, pero que conoce límites en la igualdad democrática de las sociedades de masas subsiguientes al siglo XIX, cuyos óptimos desarrollos dependen de auténticos procesos de intersubjetividad, de interacción simbólica en la lógica de la comunicación. El segundo frente lo llama Wolton el aspecto funcional de la comunicación, por medio del cual se garantiza la eficacia ligada a los intereses y necesidades del colectivo para la circulación de información concerniente a los sectores económicos, financieros o administrativos. En ambos frentes se recurre a códigos, normas, procedimientos, fines y objetivos que resultan del establecimiento de reglas de juego pertinentes a una institucionalidad mediática.

En el terreno de lo político, Thompson describe las relaciones de poder sobre el principio, compartido con Martín Serrano, de que la comunicación es una forma de acción, toda vez que a un individuo le asiste la intención de producir significado frente a otro. Thompson destaca que a esta función se le puede clasificar dentro del fenómeno de relaciones de poder porque de la acción del sujeto depende la posición que ocupa dentro del respectivo campo de interacción donde se mueve, y de la capacidad de que dispone para actuar de acuerdo con la consecución de sus propósitos e intereses, de la capacidad de intervenir en el curso

9 Wolton, Dominique, *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*, Madrid, Acento, 1999.

10 *Idem*, p. 33.



de los acontecimientos y de afectar sus resultados. «Comprendido en este sentido general, el poder es un fenómeno social penetrante, característico de los diferentes tipos de acción y encuentros, desde las acciones políticas visibles de los representantes del Estado hasta el mundano encuentro de individuos en la calle»¹¹.

Ahora bien, no demanda mayor esfuerzo demostrar que el siglo XX contempla el triunfo de la comunicación, tanto en los desarrollos tecnológicos como en las pretensiones totalitarias de abarcar el globo geográfico, sobre la red de las comunicaciones. Un triunfo que resulta de verdaderas y hasta radicales revoluciones no ajenas a ideologías técnicas y económicas desde las cuales se le ha dado forma política a la institucionalidad mediática, en lo que respecta a las relaciones de poder. Quizá a esto se deba que la comunicación represente un valor de universalidad, que es el valor que la modernidad ha pretendido fijar desde sus inicios; proceso que se halla en la situación histórica que hoy denominamos globalización y mundialización.

Pero es precisamente en el campo de lo político donde surgen interrogantes que serían demandas a las sólidas instituciones mediáticas, tanto en el

.....

¹¹ Thompson, Op. cit., p. 29.

sector público como en el privado: ¿Por qué no se consigue en la modernidad, contando con tan avanzadas tecnologías y organizaciones de la comunicación, acercar los ciudadanos a las esferas de la decisión, y no reducir lo político al espectáculo mediático?; ¿por qué las sociedades modernas contemporáneas no logran, aún, salvar los obstáculos de la fragmentación individualista, del desinterés casi generalizado por lo público, existiendo ahora un enorme inventario de mejores y más eficaces tecnologías para la interacción?; ¿por qué fracasan las democracias actuales en la ampliación de los espacios para el debate de temas centrales para la sociedad, como por ejemplo la guerra, los modelos económicos y el medio ambiente?; ¿por qué, en fin, el desvío de las dimensiones funcionales de la comunicación, que subyacen a la democracia, hacia lógicas de rentabilidad y de banal instrumentalización, cuando no de estilización de la barbarie?

El terreno económico de la institucionalidad mediática

En el campo económico, la institucionalización de la comunicación ha conseguido impulsar inusitados progresos tecnológicos que ensanchan generosamente las posibilidades de interconexión y de difusión, en concordancia con algunos fines específicos de la modernidad, como es la generalización y eficacia de los procesos de socialización, a la vez que la masiva circulación de información, factor de vital interés para los desarrollos de la economía de mercado. La consecución de dichos fines ha sido inseparable del desarrollo de las industrias mediáticas, las cuales se han ocupado de la explotación comercial de las innovaciones técnicas que permiten producir y difundir modelos simbólicos de forma masiva. Con respecto al tema de la explotación comercial de la información, Thompson aborda los procesos del desarrollo de los mercados capitalistas como una producción para el consumo de bienes mediáticos que sobrellevan una doble carga: la valoración simbólica (la que le otorgan los individuos) y la valoración económica (que se fija en el mercado de la producción y el intercambio de bienes).

Así, se está frente a otro de los grandes fenómenos de la modernidad, como es el desarrollo capitalista. Aquí vale destacar que no solo se trata del intercambio de mensajes simbólicos que circulan en el mercado de los bienes para el consumo, sino de la característica propia de la producción en serie, industrializada, que marcó el rasgo más distintivo del modelo que resulta del capitalismo moderno. Según Thompson:

La característica más destacada de la comunicación de masas no viene dada por el número de individuos (o una proporción específica de la población) que reciben los productos, sino más bien por el hecho de que los productos estén disponibles, en principio a una pluralidad de destinatarios (...) Lo que ahora describimos en un sentido amplio como *comunicación de masas*, consiste en un amplio fenómeno que emerge históricamente a través del desarrollo de instituciones que tratan de explotar nuevas oportunidades, aglutinando y registrando información, para producir y reproducir formas simbólicas, y para transmitir información y contenido simbólico a una pluralidad de receptores a cambio de algún tipo de remuneración extrajera¹².

Empresas e industrias de la comunicación y la información constituyen el cuerpo organizativo que la institucionalidad mediática de la modernidad ha generado para la producción de mensajes que circulan a través de los medios. La lógica que ha alentado el establecimiento de tales empresas e industrias ha sido la misma que ha promovido la creación de la economía capitalista: la producción en serie de bienes y servicios con destino al consumo masivo. Como afirma Martín Serrano:

El capitalismo ha pasado por sucesivas etapas: agraria, mercantil, luego industrial, ahora monopolista. Durante su existencia ha integrado todos los Sistemas de Comunicación Pública desarrollados en las sociedades que le antecedieron. Pero creó e institucionalizó un tipo de Sistema que le es propio: la Comunicación por Técnicas de Producción y Distribución Masiva de información. Sistemas de estas características acompañan a la Formación Social Capitalista desde que la burguesía se constituyó en clase dirigente, y se desarrollaron hasta generar la Comunicación de Masas¹³.

La modernidad introduce, desde la conjunción de ciencia, educación y economía, una dinámica de cambio permanente que acompaña los procesos de modernización en los ámbitos de la pro-

ducción; esa lógica de innovación constante ha acompañado a los grupos hegemónicos que en cada sociedad han liderado e impulsado los cambios de la modernidad, los cuales han sido confiados a la convicción que se tiene sobre el carácter traumático de las tecnologías. Con ese carácter, las sociedades modernas capitalistas han privilegiado la inversión de enormes sumas de capital en el desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, que faciliten ampliar y delimitar los objetos de referencia en los procesos de socialización, desde una lógica de apropiación del mundo que abarque, luego, los demás procesos de producción de bienes y servicios.

Los profundos y radicales cambios tecnológicos han permitido conseguir que las industrias y las empresas mediáticas desarrollen una autonomía suficiente para convertirlas en las instituciones mediadoras más importantes de la modernidad. El establecimiento de las reglas del juego, que señala North como fundamento de la institucionalidad, recae en las industrias mediáticas mediante el acto de asignación de funciones específicas que la sociedad le asigna a los *mass media* para la vigilancia del entorno¹⁴ con miras a la reproducción del grupo social, o la introducción de los cambios que el mismo grupo defina.

Por medio de relatos o propuestas de interpretación del entorno social, que circulan a través de los *mass media*, estos cumplen el papel de mediadores difundiendo formas simbólicas de manera generalizada, en entregas que bien pueden ser periódicas (informativos impresos o electrónicos) o permanentes (libros, películas, piezas de arte), pero que siempre serán productos comunicativos que provienen de formas de producción industrializadas. Cualquiera sea el formato o el género, la información y los mensajes que los medios ofrecen al público receptor, se reconocen como información pública, es decir, una versión pública de lo que acontece o de lo que se requiere socializar, y a lo que se le confiere credibilidad y legitimidad,

.....

12 Thompson, Op. cit., pp. 44-46.

13 Martín Serrano, Op. cit., p. 86.

14 Véase Martín Serrano, Op. cit.

que compromete institucionalmente tanto a la empresa, como responsable de lo que emite, como al receptor o consumidor de mensajes, en tanto este último avala, desde diferentes instancias, las reglas de juego, la normatividad jurídica y las diferentes maneras de regulación.

Sin embargo, aunque a las bases de la institucionalidad las soportan procesos de legitimación, a partir del establecimiento de reglas de juego, la autonomía que los grandes avances tecnológicos le refuerzan a las industrias de la comunicación y de la información, hace más manifiestos algunos fenómenos anómalos para el objetivo inicial de los procesos de socialización desde la óptica moderna del bienestar, la democracia o la libertad. Se observa, en dichas anomalías, la excesiva concentración de emisores que, bajo el manto de un avasallamiento tecnológico, construyen y difunden relatos que corresponden al discurso unívoco de grupos que se ubican detrás de los medios bien sea como propietarios o bien como administradores, defendiendo intereses que, la generalidad de las veces, van en contravía del interés común. Como también se observa el excesivo énfasis que las industrias de la comunicación le ponen al mercado del entretenimiento, del cual extraen enormes utilidades, interés que prima, la mayor de las veces, por encima de la calidad de los mensajes así como de la pluralidad de voces que no alcanzan visibilidad en los *mass media* por no corresponder a lógicas burdamente impuestas por el mercado. Aspectos como los señalados ponen en cuestión la institución de la comunicación en el mundo moderno.

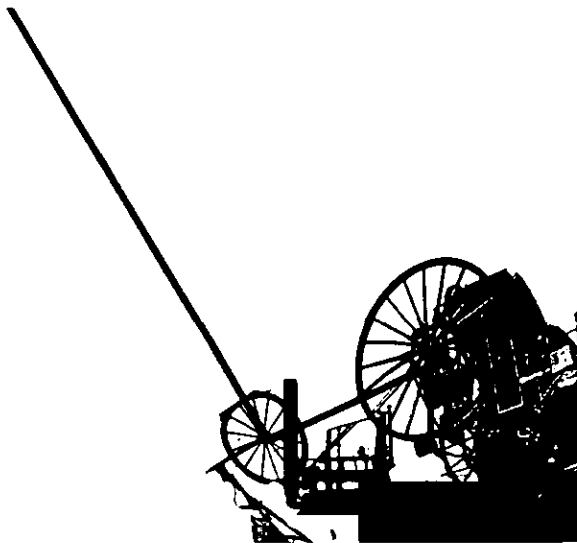
Cabe resaltar las protuberantes diferencias que se observan al comparar la evolución de las industrias de la comunicación en los países desarrollados con las industrias de la comunicación en Colombia. Se destaca el carácter hegemónico y expansionista que ha caracterizado las relaciones internacionales desde los viejos imperios europeos hasta la consolidación de los Estados Unidos en la posguerra. En este punto, la conformación de las grandes cadenas de la información, como es el caso de la *CNN*, la *BBC* de Londres, o las industrias del entretenimiento, ha ido en la misma dirección de las lógicas de consolidación de enormes capita-

les, no solo para la generación de tales industrias de la comunicación, sino en la forma como han servido de canales para la globalización de los mercados, en los cuales las transnacionales se han apoyado para la homogeneización del consumo.

Ante ese embate transnacional, el desarrollo de las industrias de comunicación en Colombia ha sido tímido y corto de perspectiva, en lo que respecta a la consolidación de un mercado interno que haga real un proyecto de nación, que el país, dramáticamente, reclama hoy ante la tragedia y la barbarie de la guerra que lo enfanga. Los medios de comunicación masiva acusan ser raquílicas y deficientes instituciones, atrapadas en particulares intereses mezquinos, por lo tanto, agentes de desconfianza para incentivar un auténtico proceso de formación social.

La larga marcha de las instituciones mediáticas

El tercer aspecto por señalar, tiene que ver con el rasgo de institucionalidad que caracteriza a las sociedades modernas desde sus inicios. Thompson, basándose en los estudios de Marx y de Weber, señala cómo las sociedades modernas imprimieron importantes transformaciones en la Europa moderna a partir de rupturas con el antiguo mundo, generando e impulsando el crecimiento de instituciones sólidas que aseguraran la vigencia del proyecto hasta el presente.



Por ese camino, el autor llega al impacto que tuvo el desarrollo de la imprenta en la producción de bienes simbólicos para la consecución de las metas trazadas, así como para la lenta pero certera conformación de una comunidad virtual, que no aparece, como algunos pregonan, con la internet sino con el uso y manipulación del medio impreso, entre los que resaltan el libro y el periódico. Si bien el concepto de red data de hace unas décadas, el fenómeno viene de un largo trasegar. En palabras de Thompson:

En virtud de una serie de innovaciones técnicas asociadas con la impresión y, posteriormente, con la codificación electrónica de la información, se produjeron, reprodujeron y pusieron en circulación formas simbólicas a una escala sin precedentes. Las pautas de comunicación e interacción empezaron a cambiar de manera profunda e irreversible. Estos cambios, que comprenden lo que en sentido amplio podría ser llamado *mediatización de la cultura*, tuvieron unas claras bases institucionales: es decir, el desarrollo de las organizaciones mediáticas que aparecieron en la segunda mitad del siglo XV y que desde entonces han expandido sus actividades¹⁵.

La larga marcha de las instituciones, parafraseando la consigna que sirvió de aliento ante el fracaso de las utopías de los sesenta, sirve de marco de referencia para comprender cómo la modernidad, sobre la base de la institucionalidad mediática, no cambió todo lo que quiso cambiar, convirtiéndose en la paradoja que hoy se encuentra en el centro del debate de los postmodernos. En este punto de la reflexión, la obra de Régis Debray, titulada *Transmitir*¹⁶, trae importantes contribuciones para el análisis de la naturaleza institucional de los *mass media*.

Debray destaca que el arte de hacer cultura es el arte de transmitir, lo cual proviene de un largo andar en la historia de los tiempos, de los sujetos y de las sociedades, con el propósito de regular y ordenar las actividades del colectivo y así inmunizarlo contra el desorden y la agresión. Transmitir es una operación con alcances materiales, diacrónicos y políticos, mediante cadenas operativas que transforman las mentalidades, las movilizan, pasando la herencia, de unos a otros, como la razón de ser de aquello que el grupo no debe olvidar. La transmisión opera como una construcción a lo

largo del tiempo, a través de la historia, mediante empresas de construcción de duraciones, «para que lo que vivimos, creemos y pensamos no muera con nosotros (más que *conmigo*)»¹⁷.

Este autor resalta que la transmisión es herencia, que va de un tiempo al otro, de unos sujetos a otros, gracias a la aleación de agentes materiales y agentes personales, o de una alianza entre factores materiales y factores institucionales. Los primeros los denomina las configuraciones de comunicación, donde están ubicados los soportes materiales, los dispositivos técnicos y tecnológicos, los modos de presentación y los medios de transporte de la transmisión, porque este proceso solo se consigue abriendo caminos por donde se trazan huellas con la ayuda de lo que Debray denomina materia organizada, es decir, objetos y aparatos que llevan un destino, que cumplen un propósito, que sobreponen las empresas humanas a lo efímero de la vida.

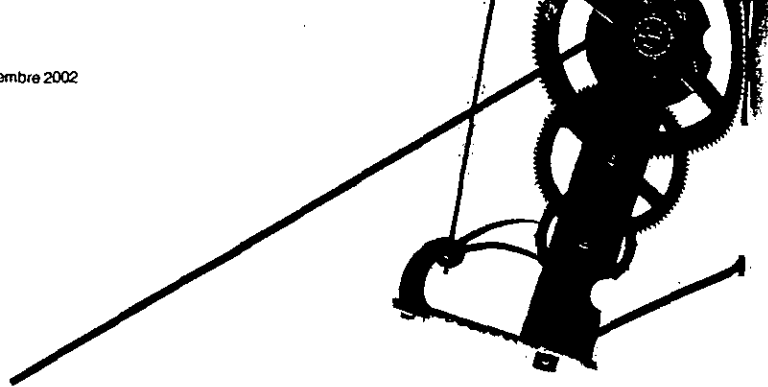
A los factores institucionales, agentes orgánicos de la transmisión, Debray los denomina configuraciones comunitarias, refiriéndose a las instituciones como organizaciones que, de diversas formas, cohesionan a los operadores humanos de la transmisión. Las instituciones son el cristal que contribuye para que el mensaje o la enseñanza, destinados a ser herencia, no se diluya en el tiempo ni en los conflictos que surjan entre los sujetos que hacen parte de la herencia. La institución es memoria, pero no historia biográfica sino tradición, cadena de sentido que sobrevive al paso del tiempo porque ancla en organismos, en organizaciones sociales: «Hacer una cadena de sentido obliga, para evitar que se deshaga, a rehacerla incesantemente con la ayuda de eslabones vivientes, lo que el Evangelio denomina *piedras vivas* del edificio. En suma, si no hay transmisión cultural sin técnica, tampoco hay transmisión puramente técnica»¹⁸.

15 Thompson, Op. cit., pp. 71-72.

16 Debray, Régis, *Transmitir*, Buenos Aires, Manantial, 1997.

17 Ídem, p. 18.

18 Ibid. p. 28.



En tanto que las instituciones son historia, por lo tanto herencia que hace cultura, la transmisión legítima, es decir, explica el qué y el cómo de lo que se transmite, y esto lo hace organizando, marcando un territorio, de forma jerárquica, que se preocupa tanto de lo que debe repetirse y no olvidarse, como de lo que no deberá contarse o relatarse, del afuera, del extraño, de lo que no se acepta. Lo que quiere decir que la institución conseguirá óptimos logros en la transmisión territorializando y a la vez desterritorializando. Proceso que, además, se cumple en medio del desfase del ritmo de evolución entre las técnicas y los materiales sobre los que se sustenta la transmisión y las instituciones que asumen ese rol. Las tecnologías avanzan vertiginosamente, mediante la dinámica de actualización permanente que impone la modernidad, condenando a que todo lo nuevo lo es si promete pronto ser obsoleto. Por el contrario, las instituciones son conservadoras, se encargan de responder a la necesidad vital, de la sociedad y de las técnicas, de una estabilidad organizativa, porque ese es su deber, conservar en medio de la innovación.

Interpelar a los medios de comunicación, ya sea en el análisis de la información o en la demanda de responsabilidades sociales, debe tomar en cuenta esa condición institucional de las industrias de la comunicación, puesto que las empresas informativas, editoriales, productoras de televisión y video, radio, cine, las productoras musicales, al igual que las nuevas empresas que explotan las múltiples posibilidades de la internet, aunque se presentan como entes jurídicos, organizaciones aisladas, entre todas constituyen el sistema informativo y de comunicaciones, propio de las sociedades modernas en las cuales domina una red para la producción y la difusión masiva de bienes simbólicos, de mensajes y representaciones mentales con los cuales se busca mantener la hegemonía y el control social.

Las sociedades modernas han evolucionado en la medida en que unas clases sociales han promovido el avance de las ciencias y las técnicas, en obe-

diencia a su interés por apropiarse del mundo, promoviendo, para tal efecto, que los desarrollos tecnológicos más avanzados redunden en las formas de control de la información, de las manifestaciones del entorno, y en la difusión masiva de bienes y servicios simbólicos, mensajes que ponen a circular en la red y que van en consonancia con los fines e intereses de los grupos que mantienen el poder. Para avanzar en la apropiación material del mundo, hay que adelantar en la apropiación referencial, es decir en el control de la información¹⁹. Puede observarse, entonces, que en la modernidad las instituciones más sólidas, y exitosas en el alcance de sus propósitos, son precisamente las industrias de la comunicación, toda vez que la especialización de la propia organización social promueve y a la vez depende de un sistema de comunicaciones especializado.

El rasgo de institucionalidad es una de las más importantes improntas de la modernidad. Esto se explica en los acelerados descubrimientos y avances tecnológicos que se observan en la producción de medios de comunicación, y que no hubieran sido posibles de no ser por el carácter de institución. La empresa informativa, y lo que son las industrias de la comunicación, han conseguido consolidar un Sistema de Comunicaciones de amplia cobertura, tanto para la obtención como para la distribución de la información. Las industrias de la comunicación se organizan y son reconocidas como Sistema de Comunicación porque han alcanzado una autonomía en lo que respecta a su propia regulación, fijación de objetivos e introducción de cambios y transformaciones. Al igual que el sistema social, o cualquiera otro de los sistemas creados para atender las demandas sociales, proclives de convertirse en problema (educación, salud, justicia, vial, etc.), el Sistema de Comunicaciones incluye componentes materiales (infraestructura), organizativos (estructura) y cognitivos (supraestructura).

19 Martín Serrano, Op. cit., p. 88.

Conclusiones

En la actualidad es imposible adelantar los estudios de la comunicación sin el referente de análisis de la modernidad. De lo contrario, quedarán reducidos a la banal y redundante descripción formulista o historiográfica de técnicas, tecnologías y evolución de organizaciones inconexas, descontextualizadas y ajenas a los diferentes procesos sociales. Pero, de igual manera, los análisis y estudios de la modernidad tampoco pueden continuarse y, mucho menos, esperar obtener de ellos significativos avances, si no incluyen, en sus diferentes perspectivas, el tema de la comunicación y el de las industrias de la comunicación y de la información, lo cual indica que las ciencias sociales se ven hoy compelidas a replantear sus paradigmas.

Desde sus inicios, la modernidad ha significado, entre otros, dos factores determinantes para la realización de sus proyectos: la movilidad y la dilución de fronteras de todo tipo. Con ellos, las sociedades modernas han conseguido, desde la aparición de las carreteras, dejar atrás la vieja figura del caballero andante, ser privilegiado en el encuentro con sujetos, objetos y mundos apartados de lo local, lo mismo que la formación de pequeñas elites monopolizadoras de conocimiento e información, para ir desarrollando, históricamente, procesos de integración cada vez mayores. De la carretera a las autopistas de la información actuales, cualquiera de las formas de comunicación, que la modernidad ha inventado y consolidado, responde a la lógica de la interconexión, de la formación de red, que posibilite y agilice la circulación de mercancías, capitales, información y personas.

En esa lógica es donde se deben detener los estudios de las industrias de la comunicación y la información con miras a comprender, entonces, por qué, además de observarse y tenerlas como empresas u organizaciones de la comunicación, son además instituciones paradigmáticas de la modernidad y sus diferentes procesos constitutivos. La forma y la capacidad de aprovechar las oportunidades²⁰ en las sociedades modernas depende del alcance, de la eficacia y de la inclusión para la fijación de las reglas de juego en las variadas formas

como las sociedades modernas persiguen formar las instituciones. De ello depende, en buena medida, que las sociedades contemporáneas consigan expandir auténticos y precisos procesos de integración social, de inclusión de todos sus miembros componentes.

Las industrias de la comunicación representan una categoría de estudio definido para analizar y comprender los desarrollos modernos lo mismo que las formaciones sociales que se agrupan en torno al Estado Nacional. La evolución de las industrias de la comunicación va de la mano de la compleja formación histórica de la modernidad, dando cuenta de los conflictos, los avances, los estancamientos o los retrocesos que el mundo moderno ha manifestado en el curso de la historia. De ahí que los actuales debates con respecto a la política, la economía o la cultura, ya sea en los desfases o los desafíos que estos fenómenos representan para el presente, deben interpelar a los medios e introducir propuestas de cómo reformular las reglas de juego que permitan garantizar sólidos y vigorosos procesos de institucionalidad de las industrias de la comunicación.

Bibliografía

Berger, Peter y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1999.

Debray, Régis, *Transmitir*, Buenos Aires, Ediciones Manantial, 1997.

Martín Serrano, Manuel, *La producción social de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial, 1986.

North, Douglass C., *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993.

Thompson, John B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

Wolton, Dominique, *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*, Madrid, Acento Editorial, 1999.

.....

²⁰ Véase North, Op. cit.