

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- 1 - Teoría crítica de la comunicación
- 2 - Historia de la propaganda y análisis de la comunicación política
- 3 - Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura
- 4 - Comunicación, desarrollo y cambio social

1 - Teoría crítica de la comunicación

En el mundo globalizado de nuestro tiempo, por una parte, la comunicación social (sus tecnologías, estrategias discursivas y proyecciones sociales) se ha convertido en algo más que un espacio de mediación simbólica, ha llegado a constituirse ni más ni menos que en el eje sobre el que giran nuestras sociedades occidentales postmodernas (a las que se ha denominado, no sin razón, "sociedades de la información") y en el vehículo privilegiado de conexión entre las culturas de nuestro entorno y las otras cosmovisiones y formas culturales con las que compartimos el planeta.

La comunicación social técnicamente mediada es el modo contemporáneo dominante de acceso a la comunicación colectiva en espacios públicos y ocupa, por tanto, un espacio transversal que afecta a todos los aspectos (discursivos y retóricos, económicos, políticos, etc.) de la vida social e, incluso, acaba por intervenir los asuntos que se desempeñan en la vida privada.

Una Teoría Crítica de la Comunicación hoy y aquí, en nuestro espacio occidental y europeo, debe entenderse como un instrumento imprescindible para la elucidación de los procesos de transformación que están experimentando los imaginarios y los hábitos de nuestro mundo en la era de la revolución tecnocomunicacional, el capitalismo transnacional, la sociedad globalizada y las nuevas comunidades emergentes, fruto estas últimas de diversos procesos:

La constitución crecientemente multicultural de nuestras sociedades occidentales.

La colonización cultural del llamado Tercer Mundo por parte de las industrias mediáticas occidentales de la información y el espectáculo.

La multiplicación ad infinitum de la compartimentación de las audiencias que rompe la homogeneidad de la "masa" surgida en tiempos de la segunda revolución industrial y nos encamina hacia una sociedad de "multitudes" (según la noción acuñada por M. Hardt y A. Negri).

La creación de una archicultura pop, que fagocita, todo tipo de imaginarios culturales (desde la tradición folklórica hasta las producciones de alta cultura elitista) bajo el modelo cultural construido sobre las estrategias de la industria del espectáculo, las tecnologías de los media y los discursos de los géneros de la comunicación pop (música, cine, cómic, géneros televisivos etc.).

Y la revolución de la digitalización informática y de las tecnologías de la información y la telecomunicación.

Una Teoría Crítica de la Comunicación, hoy, localizada en el tiempo y en el espacio, consciente de su lugar como pensamiento social que debe sentirse útil para la transformación de los espacios colectivos, debe servir además como plataforma para el desarrollo de estrategias discursivas, propuestas técnicas o espacios de mediación capaces de ahondar en una radicalización de la democracia, la solidaridad y el conocimiento-emancipación, como puntales de la renovación del paradigma epistemológico dominante a partir de estos momentos de crisis postmoderna.

En consecuencia con lo dicho, planteamos como objetivos específicos de esta línea de investigación sobre "Teoría Crítica de la Comunicación" los siguientes:

1. Formar teóricamente investigadores en el análisis y la interpretación crítica de los fenómenos de la comunicación social contemporánea y de sus refracciones culturales y económico-políticas.
2. Impulsar una Teoría Crítica concebida como matriz interpretativa de las culturas contemporáneas en un horizonte epistémico de conocimiento comunitario, solidario y emancipador.
3. Estudiar los procesos (materiales, técnicos, simbólicos, discursivos, económico-políticos) que desempeñan los media en cuanto aglutinadores de opinión y acción sociales; con especial atención al fenómeno de la archicultura pop como nueva koiné / cultura colonizadora en el mundo globalizado y las diversas influencias sociales que se proyectan sobre nuestra vida cotidiana desde sus universos de valores.
4. Desarrollar proyectos prácticos y viables de intervención social en los ámbitos de las relaciones interculturales, la reorganización de valores de la cultura popular y las técnicas para una comunicación social entendida como servicio comunitario.

Los descriptores de “Teoría Crítica de la Comunicación” como línea de investigación comprenden:

Modelos epistémicos postmodernos: teorías de la comunicación, estudios culturales, análisis del discurso, estrategias críticas, deconstrucción, nuevos paradigmas científicos y hermenéuticos, conocimiento-emancipación.

Neocomunidades, multitudes, multiculturalidad, interculturalidad, género.

Flujos culturales: procesos de mediación en la construcción de identidades; cultura popular y cultura pop; espectáculo mediático y discurso de autoridad; cultura de élite y mid culture: intensión/extensión culturales; discursos y retóricas de los media.

Teoría y crítica de la intervención social a través de los media: discursos de masas e intervención social solidaria.

Técnicas y tecnologías de la producción mediática. Análisis teórico-crítico y propuestas prácticas.

2 - Historia de la propaganda y análisis de la comunicación política

El objetivo general de esta línea de investigación es el estudio de la comunicación propagandística, en todas sus formas, desde una perspectiva histórica. Dicho objetivo responde a la preocupación que, como ciudadanos, tenemos por el uso (o abuso) de la historia con fines políticos. Son muchos los ejemplos de pensadores, literatos, periodistas y, desde luego, historiadores que, en todas las épocas, han puesto sus conocimientos al servicio del poder con el objetivo de construir una determinada imagen del mismo.

Esta "construcción" ha incluido, frecuentemente, la reinterpretación revisionista de ciertos pasajes del pasado, cuando no directamente su reescritura. En muchos casos, esta utilización de la historia pretende legitimar las acciones que se llevan a cabo en el presente.

Es habitual que en esta "construcción" del pasado, se haya hecho uso de la propaganda con el objetivo de, como decimos, legitimar decisiones del presente. Para ello, las diferentes acciones propagandísticas puestas en marcha a lo largo de la historia han contado con el habitual desconocimiento de otras formas de pensar y comunicar el pasado, de otras formas de historiar. De ahí que el Grupo de Investigación en Comunicación, Política y Cambio Social se interese por el estudio y la difusión de los diferentes enfoques historiográficos, especialmente aquellos más alejados del ámbito "occidental", con todas las precauciones que conlleva el uso de este término.

Asimismo, y desde este punto de vista, pretendemos estudiar y difundir la evolución de los diferentes enfoques de la teoría de la propaganda, haciendo hincapié en las desarrolladas en el antiguo espacio soviético y, de forma especial, en situaciones de conflicto, sea éste armado o no, a través de los diferentes medios, desde las distintas manifestaciones artísticas a los medios de comunicación más avanzados, pasando por la educación o la tradición oral.

Los objetivos y descriptores de esta línea de investigación comprenden:

La reflexión y estudio de las relaciones entre historiografía y propaganda.

Descriptores: historiografía, filosofía de la historia, propaganda y Estado, historiografía crítica, historia total - propaganda total, historia "desde abajo", propaganda y cultura popular.

El análisis histórico de la teoría de la propaganda, haciendo hincapié en las tradiciones "orientales".

Descriptores: propaganda y religión, arte y propaganda, propaganda e imperialismo, propaganda y educación, propaganda y tradición oral, medios de comunicación y propaganda, orientalismo, totalitarismo "democrático".

La recuperación de materiales y estudio de la historia de la propaganda en el espacio geográfico de la antigua Unión Soviética.

Descriptores: historia de la propaganda en Asia Central y el Cáucaso, propaganda soviética, transiciones y revoluciones postcomunistas,...

La propaganda de guerra: análisis de la propaganda en tiempos de conflicto bélico (pasado y presente).

Descriptores: geopolítica y propaganda, viejas y nuevas guerras, guerrilla, terrorismo y propaganda, propaganda militar, guerra-espectáculo,...

Las nuevas tecnologías y propaganda.

Descriptores: redes y propaganda (ONG's, blogs, asociacionismo, cibercultura).

3 - Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura

La línea de investigación en “Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura” nace vinculada a la tradición docente e investigadora del Departamento de Periodismo, con la creación del Seminario de Estudios Europeos en Comunicación y el proyecto de acción integrada del Plan Andaluz de Investigación que alumbró el I Seminario Internacional de Comunicación y Desarrollo, así como un año después, el Centro Iberoamericano de Comunicación Digital, unidad académica de investigación y formación de postgrado, adscrito al Departamento de Periodismo I que hoy alberga la sede internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEP-ICC).

En su seno, se han dirigido diversas tesinas de investigación, estudios aplicados y proyectos de tesis doctoral, además de editar varios trabajos compilatorios, las actas del III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación y la colección de textos “Comunicación Crítica” en la editorial La Crujía. Durante este tiempo, los trabajos de investigación asociados a esta línea de estudios vienen alentando la formación especializada de profesionales de la comunicación en materia de políticas públicas de información y comunicación y derechos culturales así como la investigación aplicada de alto nivel para instituciones internacionales como la Unión Europea.

Los objetivos específicos de esta línea de investigación se resumen en tres puntos fundamentales:

1. Formar teóricamente investigadores especializados en la evaluación y estudio de las políticas públicas en comunicación y cultura.
2. Analizar las tendencias y contradicciones históricas y político-culturales del proyecto de construcción de la Sociedad del Conocimiento.
3. Promover y sistematizar el conocimiento teórico sobre las políticas de información, comunicación y cultura.

Los descriptores de “Teoría y análisis de las políticas de comunicación y cultura” son los siguientes:

Políticas de comunicación. Programas, principios y métodos de evaluación.

Ciudadanía, participación y democracia informativa. Nuevas tecnologías y participación local. Derechos de la comunicación y pluralismo. Interés público y medios de comunicación.

4 - Comunicación, desarrollo y cambio social

Una de las más destacadas y desconcertantes paradojas de la globalización es, sin duda, la tendencia al cosmopolitismo y universalización de patrones y procesos socioculturales a la vez que se realiza el proyecto moderno de autonomía y democratización cultural con la descentralización de los espacios de acceso a los bienes simbólicos y al consiguiente desarrollo local. Se aprecia en las dinámicas dislocadas de valorización y aceleración de la experiencia capitalista tardomoderna una acentuada tendencia de desterritorialización y reterritorialización desequilibrada que, con frecuencia, amenaza y disgrega no solo las economías locales, sino paralelamente las formas de identidad y organización de la estructura social.

En el marco de estos procesos de desterritorialización y consiguiente centralización cultural, el reto precisamente de las entidades locales es reconstruir las redes de articulación colectiva, el tejido social debilitado, haciendo posible el desarrollo endógeno por medio de la construcción de vínculos de solidaridad y reforzamiento de la identidad colectiva de actores y colectivos sociales que conforman la comunidad. En este contexto, el recurso a una concepción socializadora y materialmente productiva de las nuevas tecnologías y los procesos de comunicación social resulta no solo una alternativa pertinente sino además un compromiso inexcusable para el desarrollo social general.

De aquí la conveniencia de emprender, desde la Universidad, el estudio, formación y discusión pública de los problemas relativos a la Comunicación y el Desarrollo Social, área de conocimiento abandonado desde los años setenta en la agenda de investigación y hoy núcleo estratégico de las dinámicas de transformación y progreso social.

La línea de estudios en Comunicación, desarrollo y cambio social tiene, en este sentido, por fin:

Formar teórica, metodológica y prácticamente a agentes del desarrollo comunitario en el uso, planeación y aplicación de políticas de comunicación especializados en campos estratégicos de intervención.

Capacitar metodológicamente a los alumnos en el conocimiento e innovación de programas específicos en materia de igualdad de género, comunicación intercultural, medioambiente, salud y desarrollo rural.

Promover la cultura y filosofía de las redes de información adquiriendo la competencia necesaria para la organización de iniciativas y estrategias tecnológicas con impacto positivo en el desarrollo del territorio.

Los descriptores de esta línea de trabajo vienen definidos por los siguientes rubros:

Comunicación y desarrollo local. Variables, experiencias y estrategias de intervención.

Comunicación y educación popular.

Planificación y comunicación estratégica para el cambio social.

Comunicación alternativa y movimientos sociales.

Análisis de redes y comunicación-acción participativa.