

Revistas académicas y redes intelectuales. Valores mediáticos y reproducción cultural: la Revista *Comunicación* del Instituto Tecnológico de Costa Rica

Ricardo Dobles

Resumen

El presente ensayo referido a la *Revista Comunicación* de la Escuela de Ciencias del Lenguaje del Instituto Tecnológico de Costa Rica, en su carácter de publicación académica, pretende mostrar el problema de los valores “intangibles”, entre los cuales destacamos la imagen corporativa y las nociones de campo universitario, capital cultural y social, aplicables al estudio del fenómeno cultural tomado como acto comunicativo.

Al ser nuestro objeto de estudio una revista académica no podemos dejar de lado la afirmación de que el papel de la academia y de sus conexiones con las relaciones sociales que se despliegan en la comunidad, se encuentran bañados tanto de las redes virtuales, como del flujo continuo de informaciones y de la participación en alianzas estratégicas entre los agentes participantes. Lo anterior aunado a que los sistemas de comunicación y las nuevas tecnologías no han sido asumidas en su totalidad en el currículo de las “escuelas¹⁷⁸”, tomadas como *laboratorios culturales* o bien como *laboratorios de empresas culturales* que permiten el ejercicio del saber, del desarrollo de las competencias comunicativas (comunicables), así como de la solidaridad para todos los ciudadanos, incluyendo jóvenes y niños.

Palabras claves: redes virtuales, revistas, reproducción personal.

El epistemólogo argentino Mario Bunge pone el dedo en la herida, ya que considera que las tendencias humanísticas no deben dulcificar la aridez de la ciencia, ni poner a los científicos a estudiar temas que no les interesan. Luego de consultar varias revistas científicas

Bunge destaca que éstas están llenas de la pasión con que se realizan las obras literarias, apelando así a la complementariedad de las ciencias “duras”, con las llamadas disciplinas humanísticas, pretendiendo con ello buscar autoridad.

178 Desde el Jardín de Infantes hasta la universidad.

Para abordar el estudio de nuestro objeto, debemos partir del concepto de intelectual¹⁷⁹, noción asociada con una categoría de la *sociología de la cultura*¹⁸⁰ que lo define desde las relaciones de reproducción simbólica de la realidad social, en tanto formas de organización cultural, así como de las relaciones de procesos y de sistemas en redes de información. Estas relaciones resultan ser específicas y por ello es que no pretendemos que sean generalizables para otras instituciones o sistemas.

Estas condiciones de un trabajo intelectual serán puestas entre paréntesis frente a los supuestos de los que hemos partido¹⁸¹. Supuestos que se proponen privilegiar la concepción de una visión histórica dominante en las universidades que ha hecho prevalecer, por un lado, los procesos racionales como únicas formas de conocimiento legitimados y reproducibles en estos centros la educación superior, y por el otro, el proceso (muchas veces subjetivo) de seleccionar ciertos conceptos a nuestra disposición no siempre de manera dogmática y abstracta, sino como producto de la observación de resultados que se evalúan como éxitos y como fracasos, que en todos los casos han nacido de una negociación o del establecimiento de “acuerdos tácitos

o explícitos” para proponer una posición respecto del proceso cultural.

Todo lo anterior en consonancia con el proyecto decimonónico del establecimiento de una **red escolar** en el Valle Central y como una de las preocupaciones de los letrados y notables dentro del proceso civilizador del Estado Nacional en el período comprendido entre 1825 y 1880 (Morales, 1994: 67). Escenarios en los que no siempre sale bien parada la relación entre los discentes y los maestros ya que no sólo se trata de leer novelas y de visitar exposiciones para ser una persona culta, sino que se trata de demostrar una actitud filosófica frente a la propia ciencia, del proceso de la conformación de la historia de dichas ideas y de la forma como se han interiorizado a partir de la tradición a la cual se pertenece, así como de la función social que su quehacer cumple y no simplemente de un engrosamiento en el número de cursos.

Hecha esta salvedad, podemos enfatizar que el presente trabajo nos ubica a caballo entre una historia de la vida intelectual y una sociología de la cultura desde la cual nos proponemos analizar el papel mediático (valores de divulgación) de la Revista *Comunicación* del Instituto Tecnológico de Costa Rica¹⁸².

179 Los intelectuales históricamente se enfrentan a las autoridades. Gerardo Morales habla del compromiso del intelectual nuevo con los sectores desposeídos y no con las oligarquías, es decir, que los intelectuales cuestionan las condiciones de justicia imperantes en la sociedad. En ese sentido la categoría de intelectual es sinónimo de crítico, pues con sus críticas muchas veces hicieron caminar el sistema. (Morales, 1987)

180 Destacamos los aportes sobre esta noción entresacados de la sociología de la cultura de Raymond Williams y de Pierre Bourdieu.

181 Supuestos como “por ser una revista intelectual creada en una universidad, es regentada por un público intelectual”.

182 En adelante ITCR.

I. Antecedentes teórico-prácticos

1.1 De la historia crítica de la publicidad a la sociología de la cultura

Dentro de una historia crítica de la publicidad Habermas¹⁸³ plantea que existe cierto modelaje desde la conceptualización de la noción de “prensa”. Expresamente señala que:

Ya a finales del siglo XVII los periódicos eran completados con revistas que contenían no sólo informaciones, sino instrucciones pedagógicas, incluso críticas y reseñas. Al comienzo las revistas especializadas se dirigían a un círculo de legos ilustrados: *el Jurnal des Savants* (1662) de Denys de Sallo, luego la *Acta Eruditorum* (1682) de Otto Menquen, las célebres *Monatsgespräche* (1688) de Thomasius (todas ellas tomadas como modelos de una clase entera de revistas)(Habermas, 2006:62).

Ahora bien, en la construcción de las **comunidades académicas**, existen *instancias de consagración o vías de legitimación*, tal y como las denomina Bourdieu, que han evolucionado a partir de los diversos procesos que se conformaron en espacios desde las academias y los salones, en una mezcla social de la aristocracia del siglo XVII, con la naciente burguesía, en que según este autor se va conformando un campo intelectual, cada vez con mayor autonomía de factores externos; autonomía, claro está, relativa.

183 J. Habermas (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*.

Estas afirmaciones, tendrán implicaciones metodológicas para los estudios que se realicen sobre el proceso de construcción del campo particular, en este caso, el intelectual, e incluso más específicamente el campo académico-universitario. Por lo cual hay que explicitar, como en los otros procesos cognitivos de la sociedad, que existen factores contextuales y situacionales particulares o específicos en cuanto micro-cosmos sociales como productos, tanto de procesos históricos de diferenciación, como de los tipos particulares de legitimidad que dan a cada campo una autonomía relativa respecto de los demás (Bourdieu, 2006: 19); cuestión que necesariamente está presente en el campo dentro del cual se desarrolla la revista en estudio.

Los efectos que la mediación¹⁸⁴ tendrá para la educación se deben estudiar de manera detallada, ya que podrían configurarse o se configuran en sí mismos como sistemas o cuerpos de agentes autorizados. En este momento y en nuestro caso de estudio, esta mediación corresponde a los docentes o académicos de las universidades, colegios y escuelas de la región centroamericana. Es por ello que nos proponemos determinar el valor relativo que tendrán las prácticas de divulgación de las ideas en los diversos campos intelectuales, las cuales se establecen por medio de las revistas académicas; espacio desde el cual actúa la Revista *Comunicación* como órgano de divulgación del pensamiento académico de ciertos sectores de redes intelectuales

184 Por ejemplo, de las nuevas tecnologías con la aparición de redes sociales como blogpot.com, que permiten la participación directa con material vivo en las redes en los diversos contextos.

y que gracias al auspicio del Instituto Tecnológico de Costa Rica se ha mantenido activa desde hace más de treinta años.

Cuando en el año 1977 se inicia la Revista *Comunicación*, nace como una referencia significativa del campo intelectual en Costa Rica, específicamente cultural, desde modos de trabajo intelectual que justifican este tipo de organización, ya que desde la institucionalidad genera considerables nuevos públicos, formas de recepción o de lectura de revistas destinadas al mejoramiento del nivel cultural, o de la formación de una **persona culta**

1.2 Periodicidad e historia de la Revista *Comunicación*

Las investigaciones de Raymond Williams en referencia específica al término “cultura” parten de formas relacionales y prácticas culturales, las cuales son consideradas en sí mismas como constituyentes esenciales para la investigación de un determinado orden social que se produce, experimenta e investiga; es decir, que adquiere significado en un sentido más especializado. La cultura en un principio estuvo determinada por una burguesía instruida y educada literariamente, la cual actualmente se proyecta en la construcción de un canon en una esfera dominada por los medios de comunicación y de la cultura digital, como nuevas formas o formatos digitales posteriores a la consolidación de la revista como un instrumento para la divulgación de la práctica institucional (Departamento de Publicaciones, ITCR).

Otro aporte en la discusión se da a partir de la aplicación del término “exclusión” utilizado por Foucault en relación con el

de “selectivas” de Bourdieu para explicar cómo las formas de discurso hegemónico dan paso a otras formas de discurso¹⁸⁵ o se propician foros que se proyectan en umbrales de expectativas más o menos “subculturales” o que por los menos responden, con cierta regularidad a los intereses y las necesidades de muy diversos sectores, pero que al fin y al cabo también responden, según Raymond Williams, a relaciones dominantes existentes¹⁸⁶ (Williams, 1994: 173).

En entrevista con la Licenciada Teresita Zamora¹⁸⁷, Directora de la Revista *Comunicación*, afirma que los **públicos meta** de la revista son tan amplios que en ellos se encuentran desde estudiantes de secundaria hasta de doctorados. Esta des-segmentación del mercado meta al que es regentada la revista da cuenta de que no existe un interés comercial por difundirla, sino una valoración divulgativa creando un medio para la difusión de la cultura.

Según nos comenta Jacinto Brenes¹⁸⁸, Director de la Escuela de Ciencias del Lenguaje del Instituto Tecnológico de Costa Rica, de la Revista *Comunicación* se publican dos números al año, uno en junio y otro en noviembre (http://www.tec.cr/sitios/Docencia/ciencias_lenguaje/revista_comunicacion/indexprincipal.htm), con una permanencia de treinta y dos años, en un medio en que la variación y no la permanencia ha sido la tónica de las revistas

185 De grupos excluidos.

186 Ya que deben ser seleccionados o incluidos por esta clase.

187 Entrevista personal realizada a las 13 horas del día cuatro de julio del 2009, ITCR, Cartago.

188 Entrevista personal realizada a las 13 horas del 4 de julio del 2009, ITCR, Cartago.

culturales o políticas.¹⁸⁹ Pero además esta revista comporta un objeto de estudio que corresponde, según sus creadores, con diferentes períodos en la memoria institucional, es decir, desde esta revista se puede construir una historia institucional.

Según un artículo sobre la Historia de la Revista *Comunicación*, publicado en la página de internet¹⁹⁰ y elaborado por Jacinto Brenes, se pueden destacar tres períodos: I- inicio (1976-85), II- consolidación (1985-98) y III- etapa digital (1999-2004). Brenes fue el director durante los dos primeros períodos, el último coincide con la dirección de la Licda. Zamora.

Es necesario hacer notar la información sobre las visitas de los usuarios de la internet, pues en mi última entrada fui asignado como “*Visitante n° 4991792*”¹⁹¹, lo que puede dar cierto fundamento empírico en referencia al interés renovado sobre la importancia que han adquirido los estudios culturales, la crítica y la literatura de la región centroamericana, para estudiosos de otras latitudes que asimilan informaciones por este medio de consultas *on-line*, sobre todo lo que son temas que han estado hasta cierto punto invisibilizados¹⁹².

189 Dr. Mario Oliva, Curso Tendencias actuales del pensamiento filosófico y literario en América Latina, UNA, junio- agosto 2009.

190 http://www.tec.cr/sitios/Docencia/ciencias_lenguaje/revista_comunicacion/indexprincipal.htm

191 Dato tomado el 10 de agosto de 2009.

192 Tenemos el dato de que al menos en dos universidades de Estados Unidos (una de ellas en California) existen posgrados sobre la Región Centroamericana, de ahí que destaquemos la posible relación entre los visitantes a la página de la revista con estudiosos foráneos sobre temas de nuestra región. Así, la propuesta virtual de la revista tiene más público real que el que la consume en forma impresa.

II. La Revista *Comunicación* y el Campo Universitario

Pero, para poder entender la dimensión temática de la revista en estudio nuevamente debemos recurrir a los planteamientos de Bourdieu, en este caso en cuanto a los sistemas de sanciones y recompensas, pues, así como en otros sistemas del ámbito científico, las revistas científicas se encuentran dotadas o determinadas por un *habitus*¹⁹³ ya no tanto de un individuo sino del colectivo en sí mismo (a través de las redes intelectuales), es decir que dicho individuo está socialmente estructurado.

Sin ser la obediencia ciega a reglas, pero sin dejar de serlo, la noción de *habitus* es una de las centrales en el pensamiento de Bourdieu en forma de estructura estructurante. El *habitus* es producto de acciones adaptadas dentro de la lógica del campo específico, a la vez que es producido por el condicionamiento histórico y social pero no deterministamente.

Tenemos que reconocer que las revistas académicas especializadas o no, son un segmento real de una educación superior, forman parte de lo que sería el *Campo Universitario*, ya que sin esa lógica perderíamos la perspectiva o la dimensión de una visión de conjunto, de acuerdo con su campo de pertenencia.

193 De acuerdo con Bourdieu el *habitus* está conformado por una serie de reglas incorporadas al subconsciente que le permite al individuo integrarse, moverse, actuar y adquirir una posición dentro del grupo social. Dentro del campo intelectual el *habitus* constituye una base de acciones que los individuos valoran como naturales, así, los criterios de gusto, la manera de actuar, los gestos, el lenguaje son adquiridos y reproducidos por los miembros del campo (Bourdieu, 2006).

El término *Campo Universitario* lo hemos tomado de la teoría del campo de Bourdieu, quien define la noción de campo intelectual:

... a la manera de un campo magnético, constituye un sistema de líneas de fuerza: esto es, los agentes o sistemas de agentes que forman parte de él pueden describirse como fuerzas que, al surgir, se oponen y se agregan, confiriéndole su estructura específica en un momento dado del tiempo. (Bourdieu, 2008: 1)

Reiteramos que la Revista *Comunicación* pertenece al *Campo Universitario* del Instituto Tecnológico de Costa Rica, es decir, es parte del sistema de líneas de fuerza, del sistema de agentes en pugna dentro del mencionado campo. Desde la anterior ubicación, uno de los sistemas de agentes de la Revista *Comunicación* es su Consejo Editorial-2008¹⁹⁴, que toma las decisiones de manera colegiada. Además, según las opiniones vertidas en la entrevista¹⁹⁵, la revista goza de autonomía, cuestión que por demás es necesaria para la consolidación del campo. Esta autonomía en términos bourdieuanos es relativa, está referida a factores externos tanto del campo económico, del religioso o del político; porque es en lo interno del campo cultural que se determinarán las instancias específicas de selección y consagración propiamente intelectuales, mecanismos que harán este

campo cada vez más complejo e independiente de las fuerzas externas. Es dentro del mismo campo que se determinan los niveles de legitimidad que llegan a conformarse en una metodología autonomizada, dado que el campo intelectual será regido por leyes propias. Siendo así una estructura – estructurante, que a la vez que legitima, es legitimadora de ciertas prácticas que se dan en el campo.

De lo anterior se desprende que cuando los entrevistados resaltan la autonomía de la revista y de su Consejo Editorial, ésta es una autonomía relativa que está referida a factores externos, pero que sin duda está circunscrita al campo universitario al que pertenece, ya que es a lo interno de este campo que se designan cuáles son las instancias de selección y consagración propiamente intelectuales. Así, la selección de textos o artículos para la revista está determinada por la autonomía relativa del campo respecto de factores externos, pero totalmente circunscrito a los factores internos designados dentro del mismo campo.

Lo anterior lo podemos ilustrar a partir de la afirmación de Zamora cuando expresa que una gran cantidad de los artículos que se presentan para su publicación en la revista son rechazados por cuanto no cumplen con las normas de edición, o sea condiciones de los artículos por publicar en la Revista *Comunicación* (que aparece en la página de internet de la revista), es decir, en términos bourdieuanos no cumplen con las reglas de juego propuestas por el campo.

194 Actualmente integrado por Licda Maritza Prada, M.L.Laura Casasa, M. Ed Mabel Solano, Máster Roxana Jiménez, todas del ITCR.

195 Entrevista personal, 4 de julio de 2009, Dirección de Escuela de Ciencias del Lenguaje, ITCR, Cartago, realizada por el autor a Jacinto Brenes y Teresita Zamora como creadores de la Revista *Comunicación*.

Ahora bien, otro de los aspectos por tomar en cuenta es el motivo por el que los intelectuales escriben en esta revista. Cuando se le indagó a la Directora de la Revista *Comunicación* sobre si se corre el peligro de que ésta sea empleada por los agentes académicos como un medio de acumular capital cultural, a saber, mejoras en su calificación en el tema de la carrera académica, Zamora responde que lo que se hace en la revista es ciencia y que por ello no caen en dichos excesos.

Este cuestionamiento resulta atinado ya que surge de una práctica que se ha generado a partir de las revistas indexadas que se convierten en mecanismos para puntuar de algunos académicos que acostumbran escribir artículos, cuestión que no necesariamente es propia de esta revista; sin embargo sí está presente en el ámbito intelectual, lo que convierte algunas revistas en promotoras de una cultura “light”.

Una premisa que también debemos hacer es a partir de un deslinde sobre el tema de la **retórica de la objetividad**, que también se encuentra relacionada con los cambios sociales y culturales que dieron pie para el surgimiento del campo intelectual, tal y como lo conocemos modernamente. Estos procesos han sido estudiados por historiadores como Dena Goodman y Dorinda Outram quienes plantean que el surgimiento de la esfera pública burguesa estimuló los avances en la retórica de la objetividad, con el surgimiento de la crítica masculina, que dicho sea de paso reclama autonomía del mecenazgo cortesano. No obstante, son las mismas mujeres quienes finalmente contribuyeron en vincular la objetividad con la masculinidad (Cañizares, 2007:

105). A partir de la posición anterior, proponemos que es necesario indagar más¹⁹⁶ a qué se refieren los responsables de la revista cuando mencionan lo científico o lo objetivo como formas de selección de los artículos, pues se podría caer en el riesgo de fomentar esencialismos o determinismos absolutos y excluyentes.

En la Revista *Comunicación* el Consejo Asesor tiene la última palabra en la selección de lo que se presentará. Actualmente, este consejo se encuentra conformado por los siguientes académicos: Dr. Arnoldo Mora (Universidad Nacional), Dra. Valeria Grimberg (Universidad Frankfurt, Alemania), Dr. Francisco Rodríguez (Universidad de Costa Rica, Sede Occidente) y Lic. Guillermo Coronado (Universidad de Costa Rica).

Ahora bien, dado que la Revista *Comunicación* pertenece al Campo Universitario, concretamente al Instituto Tecnológico de Costa Rica, surge la inquietud sobre el grado de autonomía que puede tener la revista en relación con el campo al que pertenece. Así, la institucionalización de la Revista *Comunicación*, ¿ha significado una pérdida de autonomía al depender presupuestariamente del financiamiento del ITCR?

Para los entrevistados, es todo lo contrario, ya que ha significado mayor autonomía en el campo. Lo anterior ratifica que las medidas específicas de consagración en el campo serán de tipo intelectual y no están condicionadas a factores externos, como ya hemos afirmado, de ahí que Bourdieu

¹⁹⁶ No fue posible en ese momento pues su única respuesta fue el carácter científico de la revista.

lo señala como condición necesaria para la existencia de un **intelectual autónomo**. De acuerdo con Zamora y Brenes son intelectuales autónomos los que escriben en la revista.

III. Reproducción cultural y las redes intelectuales

Sobre la reproducción cultural

Como ya indicamos, la Revista *Comunicación* no depende de las ventas, sino que se ofrece con la mayor indiferencia a los más diversos públicos, en ocasiones de manera gratuita. Esto representa una transformación profunda de la relación con los públicos, reafirmando así la autonomía del campo y con ella la autonomía del autor y de su genio creador.

El sistema de relaciones del campo intelectual pasan a ser legitimadas desde las estructuras de agentes legitimados por otros intelectuales, quienes, no dan una sanción económica, pero sí acumulan capital cultural y simbólico, estableciendo además redes para su funcionamiento (capital social).

La competencia por la legitimidad cultural, como la llama Bourdieu, en la búsqueda por la consagración, como ya se dijo, sólo depende del campo intelectual al generar su autonomía relativa como una especificidad del cuerpo intelectual, cuyos vínculos serán cada vez más estrechos entre ellos, pero no así con el vulgo.

¿Cómo podemos conciliar los intereses del intelectual con los intereses de un amplio público meta? Si como han informa-

do sus creadores la Revista *Comunicación* nace como una impronta divulgadora de la práctica académica, respondiendo a las necesidades intelectuales y culturales de los más amplios sectores, ¿Cómo conciliar la idea de un intelectual autónomo que no rinde concesiones al público o a sus lectores, sino sólo frente a otros intelectuales¹⁹⁷, con *públicos meta* tan diversos? La directora Zamora aclara que en ocasiones los artículos o ensayos son retocados por sus editores para darles forma y adecuarlos a la política editorial. Vemos por ello que, como afirma Bourdieu, las relaciones internas del campo establecen relaciones específicas entre creadores, autores, escritores, editores y críticos, relaciones que se estrechan y mejoran con el fin de que sus productos intelectuales lleguen satisfactoriamente a sus *públicos meta*.

Aquellos autores o escritores que han sido “ganados por las concepciones del grupo”, es decir, que aplican la política editorial y con ello se eximen del filtro institucional al ejercerlo *pro prius motus*, logran efectivamente esta autonomía intelectual, que a su vez es necesaria para sus aportes a la investigación. La sociología de la cultura es apropiada para dilucidar las relaciones que se establecen, en este caso, en un campo específico cuyas prácticas sostenidas y continuadas son particulares, dentro lo que también Raymond Williams denomina como la *reproducción cultural* propia de las universidades en los procesos de generación cognoscitiva o comunicativa en general.

¹⁹⁷ Tales como los miembros de la Comisión Editorial o el Miembro del Comité Asesor, quienes dictaminan y autorizan los artículos publicables.

Por otra parte, esta forma de consensuar entre autores y público a través de la intermediación de los editores más que tender un puente constituye lo que Feyerabend llama *levantar un muro entre los escritores y los lectores*, en virtud de un ideal de los escritores de expresarse en arreglo con algún curioso ideal profesional de objetividad; más adelante señala que los autores sólo quieren **ser precisos** cuando quieren dirigirse a sus compañeros de profesión más que al público en general (Feyerabend, 1987: 147).

El problema de las revistas académicas no especializadas, como la revista en estudio¹⁹⁸, es que conforman una continuidad ideada como tradición construida a la luz de un conjunto de relaciones y prácticas existentes. Así, mientras medien condiciones asalariadas de trabajo¹⁹⁹ no permiten más que una reproducción de determinadas formas de producción de discurso, cuyo contenido, como ya indicamos, se basa en informaciones, instrucciones pedagógicas, críticas incluso y reseñas (Habermas, 2006: 62). De lo anterior, podríamos señalar que se da una distinción sólo en cuanto media una política de estado (desde la academia) en que únicamente la reproducción se tiene en cuenta. En otras palabras, que las formas de reproducción cultural en un sistema capitalista y capitalista de estado no sólo son reproducidas por la continuidad de la práctica, sino por el impulso directo y general del poder político y económico (Williams, 1994: 176).

198 De acuerdo con los entrevistados.

199 La condición reproductiva es la asalariada, ya que permite consumo, reiniciando el sistema económico.

III. Sobre la red de intelectuales

Este tipo de revistas genera además redes intelectuales que deben ser sujetas a la medición como activos intangibles para la generación de capital social, en tanto relaciones, contactos, amistades, deudas simbólicas, poder de acción y de reacción. Dice Bourdieu que el **capital social** es el conjunto de recursos actuales y potenciales que están ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento e interreconocimiento, o en otros términos de pertenencia al grupo, como conjunto de agentes no solamente dotados de propiedades comunes, sino por lazos permanentes y comunes (Chauviré, 2008: 21). La Revista *Comunicación* está inmersa en la dinámica del capital social, ya que crea, pertenece y participa en las redes de intelectuales que surgen alrededor de las revistas académicas.

Estas redes de intelectuales son consideradas como formas estratégicas de inversión social, como sistemas en los que existe una agregación simbólica, que tiene también un efecto multiplicador virtual, lo que hemos llamado valor mediático, y conformará a futuro líneas de investigación y nuevas tendencias formativas para las unidades académicas tanto técnicas como científicas.

Reconocer el fenómeno cultural en su dimensión performativa²⁰⁰ permite a la vez, una valoración del impacto mediático que éste tiene. Dichos intangibles tienen mucha dificultad para su evaluación, pero conforman en sí mismos una necesidad conceptual cuando consideramos los tres

200 Desde la cultura como acto comunicativo.

momentos del proceso cultural, cuales son: producción, distribución y consumo de los productos culturales.

La circulación de la revista entre las redes intelectuales constituye un elemento de legitimación que además legitima. Es decir, una revista académica para que tenga legitimidad en el campo debe circular entre las redes intelectuales, esta circulación se ve materializada en la incorporación de artículos de académicos extranjeros que pertenecen a la red, pero además la participación de autores nacionales de la revista en estudio de una u otra manera legítima y autoriza su incorporación en la red y el campo. En otras palabras, la Revista *Comunicación* pertenece al canon de las revistas académicas y canoniza a sus participantes.

IV. Un vistazo al contenido de la Revista *Comunicación*

Como ya indicamos, la revista tiene 32 años de existencia, de la cual tomamos una muestra aleatoria de siete números, abarcando con ellos sus tres períodos históricos.

A continuación presentamos un cuadro sobre la frecuencia de participación de los autores más repetidos:

De este primer ejercicio se puede reconocer la suma dificultad de medir intangibles y de buscar elementos empíricos para corroborar nuestras afirmaciones, no obstante podemos apreciar en una muestra tomada de manera aleatoria²⁰¹ de diferentes períodos de la trayectoria de la Revista *Comunicación*, que se da una recurrencia de dos autores que actualmente integran el Consejo Asesor y de la actual Directora de la revista. Con esta recurrente participación autoral que al final redundará en la conformación del Consejo Asesor, se reafirma la cuestión enunciada por Zamora respecto de la autonomía del autor cuando domina y aplica la política editorial. A esto destacamos también que todos los autores incluidos en el cuadro pertenecen al campo universitario, específicamente de las universidades públicas.

Otra cuestión que debemos enunciar es si estos dos intelectuales recurrentes están legitimados por escribir en la revista o por el contrario su participación legítima la revista. Por el conocimiento que tenemos del

²⁰¹ La antigua regla metodológica según la cual, para estudiar las propiedades colectivas de un conjunto de elementos homogéneos en determinado respecto debe examinarse una muestra extraída al azar del mismo conjunto.

Cuadro No. 1 Evaluación por autores

Nombre del Autor	Número de artículos	Institución de que procede	Valor mediático ¹
Arnoldo Mora Rodríguez	6	Universidad Nacional	Muy Alto
Francisco Rodríguez Cascante	5	Universidad de Costa Rica	Muy Alto
Teresita Zamora Picado	3	Instituto Tecnológico de Costa Rica	Alto
Carolina Sanabria Sin	2	Universidad de Costa Rica	Medio
Álvaro Montero Mejía	1	Independiente	Bajo

Origen: http://www.tec.cr/sitios/Docencia/ciencias_lenguaje/revista_comunicacion/indexprincipal.htm



campo intelectual costarricense nos inclinamos por la segunda, sea que la participación tanto de Mora como de Rodríguez reafirma el carácter intelectual-académico de la revista. La cuestión de la legitimidad, como ya señalamos, siempre está presente en las actuaciones de los agentes o de quienes pretenden consolidarse como agentes, ya que es probable que en revistas intelectuales de prestigio como la de estudio participen académicos que busquen legitimación dentro del campo,²⁰².

Debemos notar que, no obstante lo que hemos afirmado, los artículos de la Revista *Comunicación* no se encuentran en el ámbito específico de la producción-consumo, ya que presentan el caso de un carácter político emancipado, o por lo menos apuntan a nuevas formas de comprensión

202 Reiteramos que este no es el caso de los intelectuales analizados en el presente cuadro 1.

que construyen las subjetividades, o bien podrían ser constituidas en una ideología de las “humanidades”, pero los alcances del presente estudio no lo abarcarán hasta ese punto.

El segundo cuadro que incluiremos será en referencia a las secciones que conforman la Revista *Comunicación* vistas porcentualmente, de acuerdo con los artículos incorporados. En este sentido afirma Zamora:

En los artículos de fondo se debe destacar que se cumple con una de los objetivos de la Dirección de la Revista y la Comisión Editorial, esto es, procurar artículos que estudien y presenten autores y obras del área centroamericana, pues esto permite la difusión de nuestras literaturas y alienta a los estudiosos y

escritores a estudiar y dar a conocer la literatura centroamericana (Zamora: Revista *Comunicación*. Volumen 16, año 28, N° 1, enero-julio, 2007)

Se observa el primado en la visión editorial de un objetivo de difundir la producción literaria de la región centroamericana, como ya se había expuesto anteriormente. Pero en los primeros números de la revista de 1977 la Lic. Omayra Durán expone las siguientes ideas en su artículo titulado “Del idioma a la Comunicación”:

El Departamento Formación Humana y Social del Instituto Tecnológico de Costa Rica, en su Área de Comunicación, ha emprendido la tarea de suministrar a los estudiantes los medios adecuados, poniéndolos en situaciones reales de comunicación, porque como lo han dicho algunos pedagogos la escuela no es sólo para instruir sino también para educar. (*Comunicación*, volumen 1:1)

En ese sentido, podemos afirmar que la actitud editorial desde sus orígenes ha sido celosamente resguardada, aspecto que se debe destacar, ya que el ser un instrumento educativo para “poner en situación” a los estudiantes siempre ha sido uno de sus objetivos.

Por ello las separaciones en secciones pueden dejar fluir sobre temas pedagógicos, políticos o de actualidad, siempre y cuando no se salgan del estándar de calidad, expuesto anteriormente. El no cambio en el objetivo de la Revista *Comunicación*, en cuanto a la impronta de generar intan-

gibles es difícil de evaluar, por ejemplo en cuanto a su reputación en el campo intelectual, cuya valoración mediática, como se ha afirmado, no sólo dependerá de los contenidos sino también de las sinergias que se muevan hacia los diferentes mercados de consumidores, tema que sin lugar a dudas es una innovación metodológica, considerando las técnicas del “marketing”, como de la comunicación.

Breve conclusión

Hemos señalado que las revistas académicas no especializadas pueden ser parte de las herramientas moldeadoras de una tradición. Sujetas a la negociación institucional, es decir, que lejos de estar conformando un sistema educativo alterno o antagónico, pueden presentarse como una tradición alternativa que en resumidas cuentas resulte reproductora del sistema de autoridad y de un funcionamiento social estable. Como ilustración de lo anterior se ha indicado que el modelaje del que se ha partido para la construcción de revistas académicas latinoamericanas, en algunos casos se convierte en una mimesis de Occidente²⁰³.

En el presente estudio se ha analizado una revista académica, la Revista *Comunicación* desde la óptica de las relaciones entre los agentes participantes en el campo, llegando a la conclusión de que existe una autonomía relativa del campo, lograda por medio de una cierta independencia económica, tanto de los agentes como de la empresa (editora), cuya gestión divulgadora

203 Ello por cuanto las revistas regionales muchas veces responden a formatos eurocéntricos o norteamericanos, dejando de lado la posibilidad de crear nuestras propias estructuras literarias académicas.

no se puede negar, no sólo en cuanto a la cantidad, sino en términos cualitativos.

En gran medida es según el pensamiento marxista que hemos dilucidado dichos procesos de formación de las dinámicas sociales y las condicionantes de posesión-desposesión de los diferentes tipos de capital. Empero, es en la noción de **capital cultural** (Bourdieu), capital que es constituido por el conjunto de bienes simbólicos, competencias (habilidades y saberes), dominio del lenguaje, retórica en cuanto a su consecuente reconocimiento en el mundo social y el empleo de sus códigos, que se observa que la permanencia en el tiempo de la Revista *Comunicación* es su apuesta por la autonomía dentro del campo intelectual.

La autonomía de factores externos en consonancia con la aplicación de reglas propias dentro del campo se ve claramente reflejada en el comentario que Zamora hace al ensayo de María Amoretti Hurtado titulado *La guerra contra el filibusterismo es un eterno combate*.

Por otro lado, es importante destacar que en temas de actualidad *Comunicación* busca incluir en cada uno de sus números, artículos relativos a temas que están siendo discutidos en el ámbito costarricense. Actual es el artículo que se presenta en la sección Reseña, porque aunque trata de la gesta heroica de 1856, los autores le dan actualidad al plantearlo como un conocimiento que es aplicable en los acontecimientos de hoy y de otras épocas. (Zamora, *Comunicación*, volumen 16, año 28, N° 1, enero-julio, 2007)

La polémica asociada a la lectura de los acontecimientos de 1856, en relación con la firma del TLC tiene sus implicaciones políticas, que aunque no sean tratados de manera directa, requieren de una idea de análisis del discurso en el pensamiento antiimperialista de Juanito Mora y de una posición a lo interno del campo universitario donde se circunscribe la Revista *Comunicación*.

En el caso concreto del comportamiento denominado de “éxito escolar”, éste es acentuado en la reproducción cultural y en remarcar las diferencias o fraccionamientos de clase a los que pertenece el discente. Según los beneficios simbólicos de un desempeño exitoso en el mercado escolar, que dicho sea de paso en términos bourdieuanos acentúa las diferencias de clase y las desigualdades culturales familiares, ya que es en la reproducción de las posiciones dominantes que depende la movilización de diferentes variedades de capital, la Revista *Comunicación* pretende ser dirigida a públicos meta más bien amplios, no tanto especializados, sin que ello menoscabe la calidad de los textos, los cuales deben guardar las reglas de la política editorial.

Hemos apostado al giro hacia los valores como elementos intangibles. Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, consignas o costes mediáticos que orientan el comportamiento humano hacia la interacción social y la realización de la persona. Son guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social (la reputación, la interacción entre patrocinio y la imagen de marca). Es por ello que vale la pena el

esfuerzo investigador sobre el impacto mediático que ha tenido la Revista *Comunicación*. Sin embargo, dichas mediciones no resultan del todo sencillas para la construcción de los instrumentos conceptuales que permitan su evaluación. En esta materia, la pregunta que haríamos es ¿cómo medir la reputación de la revista en el campo cultural centroamericano? Dado que estos estudios están por empezar, resulta imprescindible el aporte en el tema metodológico.

Por último y a manera de proyecciones de la presente investigación indicamos que es importante estudiar las nuevas formas de conformación del campo intelectual, ya que, dadas nuevas formas de construcción social y los procesos de transformación, así como las nuevas tecnologías, dichos asuntos se conformarán en nuevos objetos de investigación.

Hemos descrito algunos aspectos de los sistemas de las redes de intelectuales que, consciente o inconscientemente, han generado prácticas instituidas, cuyos procesos los hemos analizado por medio de los sistemas de legitimación y deslegitimación y cuya valoración mediática es susceptible de ser medida con una metodología adecuada. Por otra parte, el estudio de las relaciones del autor con su público no ha sido abordado en su totalidad, incluso por los investigadores más expertos, de ahí que se deben propiciar estos espacios para su abordaje. Por ello proponemos una fenomenología de

la comunicación y de la ausencia de modelos para la creación, una sociología de la cultura en que se analicen sus relaciones.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre. (2008) *Campo intelectual y proyecto creador*. s.m.d.
- Bourdieu, Pierre. (2006) *Poder, Derecho y Clases Sociales*. España: Desclée de Brouwer, S.A.
- Bunge, Mario. (1985) *Ética y Ciencia*. Argentina: SigloXXI.
- Bunge, Mario. (1959) *La ciencia su método y su filosofía*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Cañizares Esguerra, Jorge. (2007) *Cómo escribir la historia del nuevo mundo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Chauviré, Christiane y otro. (2008) *El vocabulario de Bourdieu*. Argentina: Atuel.
- Feyerabend, Paul. (1987) *Contra el método*. España: Ariel.
- Habermas, J. (1994) *Historia y crítica de la opinión pública*. España.
- Morales, Gerardo. (1995) *Cultura oligárquica y nueva intelectualidad en Costa Rica: 1880-1914*. Heredia: EUNA.
- William, Raymond. (1994) *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós.

Sitios en internet

Revista *Comunicación* en línea: http://www.tec.cr/sitios/Docencia/ciencias_lenguaje/revista_comunicacion/indexprincipal.htm

Entrevista

Jacinto Brenes y Teresita Zamora. Entrevista personal realizada por el autor a las 13 horas del 4 de julio del 2009, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Cartago.